



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Dirección de Posgrados

**Plan estratégico de desarrollo turístico del Cantón Bolívar
2018 – 2022**

Autoras:

Ing. Sheryl Denys Macías Ibarra

Ing. Karla Johana Cornejo Veliz

Trabajo de Titulación

Previo a la obtención del título de:

Magister de Turismo con Mención en Gestión del Turismo Sostenible

Portoviejo, Octubre de 2018



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Dirección de Posgrados

HOJA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar 2018 - 2022

Ing. Sheryl Denys Macías Ibarra

Ing. Karla Johana Cornejo Veliz

Lic. Gina Molina Molina M. Sc.
Director del Proyecto de Investigación

Dr. Eugenio Radames Borroto Cruz
Miembro del Comité de Titulación

M. Sc. Luis Dionicio Andrade Alcívar
Miembro del Comité de Titulación

M. Sc. Otoniel López Zambrano
Miembro del Comité de Titulación

Mgs. Oscar Aguirre Gordon
Coordinador de la Maestría

Dr. Eugenio Radames Borroto Cruz
Director de Posgrado



CERTIFICACIÓN INICIAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de las Maestranteras Sheryl Denys Macías Ibarra y Karla Johana Cornejo Veliz que cursan estudios en el programa de cuarto nivel: Maestría de Turismo con Mención en Gestión de Turismo Sostenible, dictado en la Facultad de Posgrado de la USGP.

CERTIFICO:

Que he analizado el informe del trabajo científico con el título: Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar 2018 – 2022, presentado por las estudiantes Sheryl Denys Macías Ibarra C. I. 1310199946 y Karla Johana Cornejo Veliz C. I.1312873746, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Magíster en Turismo con Mención en Gestión del Turismo Sostenible y considero que dicho trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes necesarios de carácter académico y científico, por lo que lo apruebo.

Tutor: Lic. Gina Molina Molina M. Sc.

Portoviejo, 17 octubre del 2008



AGRADECIMIENTO

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo, ya que a través del programa de Maestría de Turismo han propiciado el aporte invaluable para la profesionalización de la actividad turística en la Provincia de Manabí.

Al Mg. Oscar Aguirre Gordón Coordinador de la Maestría de Turismo quién a través de su visión transformadora incorporó como catedráticos a excelentes profesionales a nivel nacional e internacional, quienes fueron pilares fundamentales en el desarrollo del conocimiento científico, pragmático y experiencial del proceso formativo.

A la Mg.Gina Molina Molina, quién a través de su tutoría encaminó la estructura y la revisión técnica para el desarrollo del presente trabajo hasta su exitosa finalización.

Al Municipio del Cantón Bolívar representado por el Alcalde Sr. Ramón González Álava y a la Directora de Turismo Lic. Martha Chávez Palacios por depositar en nosotras la confianza para el desarrollo del presente trabajo y a su vez por el aporte logístico que permitió el término del instrumento técnico.

A nuestras familias por su apoyo incondicional.

Sheryl y Karla.



RESUMEN

El trabajo titulado Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar 2018 – 2022, es un instrumento técnico que permite el aprovechamiento sustentable de las potencialidades reales existentes dentro del territorio, tanto para organizaciones, instituciones y comunidades del Cantón Bolívar, ya que promueve el fortalecimiento de micro emprendimientos turísticos, orientados al desarrollo y posicionamiento de productos turísticos competitivos y de calidad. Para lo cual, se utilizó la metodología propuesta por la Organización Mundial de Turismo (OMT), que sigue el método estratégico participativo y consensuado, y, con la implementación de un proceso diagnóstico del potencial turístico del territorio.

El proceso de planificación turística consistió en la elaboración diagnóstica a través del estudio de mercado aplicado a la población local, visitantes y turistas, y de promover procesos participativos y de consensos a través de conversatorios realizados en las distintas comunidades del cantón, lo que permitió la consolidación de una Asamblea General de prestadores, emprendedores y personal involucrado en la gestión turística, acciones que permitieron establecer el FODA turístico del territorio.

A partir de estos procesos se dieron acciones de análisis reflexivo y crítico que permitió identificar y proponer nuevos productos turísticos propios en diversidad, cultura y aventura; para lo cual se formularon programas y proyectos necesarios para que dichos productos y servicios sean potenciados sistemáticamente y adquieran características de calidad y diferenciación en la promoción turística de la Provincia de Manabí.



ABSTRACT

The work entitled Strategic Plan of Tourism Development of Canton Bolívar 2018 - 2022, is a technical instrument that allows the sustainable use of the real potentialities existing within the territory, both for organizations, institutions and communities of Canton Bolívar, since it promotes the strengthening of micro tourism ventures, oriented to the development and positioning of competitive and quality tourism products. For which, the methodology proposed by the World Tourism Organization (UNWTO) was used, which follows the participatory and consensual strategic method, and, with the implementation of a diagnostic process of the territory's tourism potential.

The tourism planning process consisted in the diagnostic elaboration through the market study applied to the local population, visitors and tourists, and to promote participatory processes and consensus through conversations held in the different communities of the canton, which allowed the consolidation of a General Assembly of providers, entrepreneurs and personnel involved in tourism management, actions that allowed establishing the tourist FODA of the territory.

From these processes, reflective and critical analysis actions were taken that allowed identifying and proposing new tourism products of their own in diversity, culture and adventure; for which programs and projects were formulated necessary so that said products and services are systematically strengthened and acquire quality and differentiation characteristics in the tourist promotion of the Province of Manabí.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Hoja de Aprobación del Proyecto de Investigación	ii
Certificación Inicial de Aprobación del Tutor	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice de Contenidos	vii
INTRODUCCIÓN	1
1. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	2
1.1 El Sistema Turístico.	2
1.2 La Política turística.	9
1.2.1 Principios para la Formulación de una Política Turística.	10
1.2.2 Importancia de una Política Específica para el Turismo.	11
1.2.3 Pasos previos a la elaboración de Políticas Turísticas.	12
1.3 Turismo Sostenible.	14
1.3.1 Impactos del Turismo.	16
1.3.2 Actores que intervienen en el Desarrollo del Turismo Sustentable.	19
1.4 El Turismo de Naturaleza y sus segmentos.	23
1.4.1 Ecoturismo.	24
1.4.2 Turismo de Aventura.	25
1.4.3 Turismo Rural.	27
1.4.3.1 Impactos positivos y negativos del Turismo Rural.	28
1.5 El Producto Turístico.	30
1.5.1 El capital humano como parte inherente del producto turístico.	35
1.6 Los Territorios turísticos Municipales.	36
1.6.1 Participación de los actores locales en el desarrollo de los destinos turísticos.	38
1.6.2 Desarrollo Local.	39
1.6.2.1 El turismo como estrategia de desarrollo local.	40
1.6.3 Turismo y la Descentralización Municipal.	41

1.7	Marca Turística.	43
1.7.1	Capital de Marca (Brand Equity).	44
1.7.1.1	Construcción de marcas fuertes.	46
1.7.2	Importancia de la Gestión de marcas.	48
1.8	Planificación Estratégica.	49
1.8.1	Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.	50
1.8.1.1	Enfoque Territorial.	52
1.8.2	Estructura de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.	54
1.8.2.1	Fase Diagnóstica.	55
1.8.2.2	Fase Planificación Estratégica.	55
1.8.2.3	Fase Transversal.	58
1.9	Cadena de Valor del Turismo Sostenible.	59
2.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR	62
2.1	Análisis de contextos turísticos.	62
2.1.1	Turismo internacional.	62
2.1.2	Turismo en el Ecuador.	64
2.1.3	Turismo en Manabí.	67
2.1.4	Turismo en el Cantón Bolívar.	68
2.1.4.1	Análisis de la Oferta Local.	68
2.1.4.2	Análisis de la Demanda.	70
2.1.5	Identificación de Recursos y Atractivos Turísticos.	72
2.1.6	Actores involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Bolívar.	77
2.2	Situación Geografía del cantón Bolívar.	79
2.2.1	Historia del cantón Bolívar.	83
2.3	Estudio de Mercado.	85
2.3.1	Análisis de demanda de turismo interno.	85
2.3.2	Análisis de demanda otros cantones de la Provincia de Manabí.	94
2.3.3	Análisis de demanda procedente de otras provincias del Ecuador.	103
2.3.4	Análisis Comparativo de Demanda.	111

3.	PLAN ESTRÁTEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR.	116
3.1	Asamblea Cantonal de Turismo.	116
3.1.1	FODA del cantón Bolívar.	118
3.1.2	Matrices de Impactos.	120
3.2	Propuesta de Desarrollo Turístico para el Cantón Bolívar.	123
3.2.1	Estrategias Competitivas.	123
3.2.2	Matriz de problemas, causas, soluciones.	124
3.2.3	Cadena de Valor propuesta para el cantón Bolívar.	126
3.2.4	Determinación de Objetivos y Diseño de Estrategias.	134
3.2.5	Cuadro Resumen.	136
3.3	Vocación Turística de Bolívar.	137
3.3.1	Portafolio de rutas turísticas del Cantón Bolívar.	140
3.3.1.1	Ruta Calceta Patrimonial.	140
3.3.1.2	Ruta Los senderos del Agua – Quiroga.	142
3.3.1.3	Ruta Cacao Ancestral Fino de Aroma – Membrillo	144
3.3.1.4	Ruta del Balsero.	146
3.4	Cronograma de ejecución de proyectos.	148
4.	PROGRAMAS Y PROYECTOS.	149
4.1	Programa de capacitación para el fortalecimiento de la actividad turística en el Cantón Bolívar.	149
4.2	Desarrollo de Marca Turística del Cantón Bolívar.	155
4.3	Programa de Comercialización Turística del Cantón Bolívar.	163
4.4	Campaña de Concientización Turística Educativa y Comunitaria para el Cantón Bolívar.	169
4.5	Proyecto de implementación de facilidades y gestión de servicios turísticos para la represa Sixto Durán Ballén.	174
4.6	Proyecto de implementación de facilidades y gestión de servicios turísticos para el Balneario Platanales.	182
4.7	Programa de señalética turística para el Cantón Bolívar.	189
4.8	Implementación de redes de turismo rural comunitario en el Cantón Bolívar.	213

4.9	Proyecto de Agroturismo Comunitario “Balsa en medio”.	219
4.10	Proyecto Glamping Comunitario “Dos Bocas”.	224
5.	BIBLIOGRAFÍA	231
6.	ANEXOS	217
Anexo 1:	Fichas de Georeferenciación de recursos y atractivos turísticos.	217
Anexo 2:	Flora y Fauna del Cantón Bolívar.	256
Anexo 3:	Justificaciones legales de la Gestión Cantonal del Turismo.	262
Anexo 4:	Formato de Encuesta.	272
Anexo 5:	Compilación fotográfica.	273
Anexo 6:	Trípticos de Rutas Turísticas	285
Anexo 7:	Lista de colaboradores.	293

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1:** Tipos de Turismo. Organización Mundial de Turismo, 1994
- Gráfico 2:** El Sistema Turístico. Organización Mundial de Turismo, 1994
- Gráfico 3:** Clasificación de visitantes internacionales. OMT, 1994
- Gráfico 4:** Sistema Turístico. R. Boullón, 1997
- Gráfico 5:** Ejes de la Sostenibilidad. Organización Mundial de Turismo, 1987
- Gráfico 6:** Actividades del Turismo Rural. OMT, 1987
- Gráfico 7:** Secuencia de desarrollo de un producto turístico. SECO, 2015
- Gráfico 8:** Ciclo del producto turístico. Modelo de Butler
- Gráfico 9:** Sistemas de articulación de actores integrados en el desarrollo de la actividad turística. Perera y Betancourt, 2016
- Gráfico 10:** Fundamentos del Marketing. Armstrong & Kotler, 2013
- Gráfico 11:** Sistema de construcción de marcas fuertes. Armstrong & Kotler, 2013
- Gráfico 12:** Tipos de indicadores en los distintos niveles de decisión. Armijos, 2009
- Gráfico 13:** Plan Estratégico para apoyo al turismo. Chías, 2005
- Gráfico 14:** Proceso Planificación Estratégica. OMT, 2011
- Gráfico 15:** Efecto multiplicador del turismo. González & Téllez, 2015
- Gráfico 16:** Llegadas de Turistas Internacionales. OMT, 2018
- Gráfico 17:** El turismo hacia el 2030. OMT, 2018
- Gráfico 18:** Balanza migratoria del Ecuador 2010-2017. MINTUR, 2018
- Gráfico 19:** Llegadas de extranjeros al Ecuador 2017-2018. MINTUR, 2018
- Gráfico 20:** Establecimientos turísticos registrados 2016. MINTUR, 2018
- Gráfico 21:** Empleos por actividad en establecimientos turísticos registrados 2017. MINTUR, 2018
- Gráfico 22:** Estadística de Recursos y Atractivos Turísticos del Cantón Bolívar.
- Gráfico 23:** Estadística de Tipologías de Atractivos Turísticos.
- Gráfico 24:** Estadística de Categorización de Recursos y Atractivos.
- Gráfico 25:** División parroquial del cantón Bolívar, PDOT Membrillo, 2015.
- Gráfico 26:** Represa Sixto Durán Ballén, GAD Bolívar, 2018.

ÍNDICE DE CUADROS

- Cuadro 1:** Impactos socioculturales del turismo. Organización Mundial de Turismo, 1994
- Cuadro 2:** Manual para la mejora de la Calidad Ambiental en los Municipios Turísticos. ECOTRANS, 1995
- Cuadro 3:** Diferencias entre turistas clásicos y nuevos turistas. OMT, 2000
- Cuadro 4:** Actividades del turismo de aventura. Zamorano F., 2008
- Cuadro 5:** Impactos positivos y negativos del turismo rural. Cánoves, Villarino, & Herrera, 2006
- Cuadro 6:** Proceso Planificación Estratégica. Actividades de la Fase diagnóstica. OMT, 2011
- Cuadro 7:** Balanza migratoria del Ecuador 2010-2017. MINTUR, 2018
- Cuadro 8:** Llegadas de extranjeros al Ecuador 2017-2018. MINTUR, 2018
- Cuadro 9:** Capacidad Instalada Servicios Turísticos en la Provincia de Manabí.
- Cuadro 10:** Capacidad Instalada Servicios Turísticos en el Cantón Bolívar.
- Cuadro 11:** Recursos y atractivos turísticos del Cantón Bolívar, Equipo consultor, 2018
- Cuadro 12:** Actores involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Bolívar, Equipo consultor, 2018.

INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar es un instrumento que establece acciones claras para consolidar al turismo como una de las principales actividades económicas del territorio, teniendo como finalidad el mejoramiento de las capacidades en la prestación de servicios y la proyección de una identidad turística del cantón.

A partir de la visión intersectorial que promueve la sinergia entre las instituciones públicas y privadas, resalta la importancia de la participación comunitaria y organizada de los pobladores del territorio, empoderando el sentir de la preservación de los recursos naturales y culturales que el cantón posee, permitiendo visualizar la innovación de productos y servicios turísticos que generen la atraktividad necesaria a los visitantes.

Ante ello, el presente documento se encuentra dividido en las siguientes partes:

En la PARTE I se estructuró el Marco Teórico que sustenta los lineamientos conceptuales que promueve el desarrollo del Plan Estratégico de turismo del Cantón Bolívar, resaltando aspectos esenciales que permitieron el desarrollo práctico del trabajo de campo y de la estructuración de los objetivos y políticas que rigen el presente documento.

En la PARTE II se presenta el trabajo diagnóstico realizado desde el análisis de los recursos naturales y culturales del territorio; así como la apreciación de los atractivos con lo que cuenta el cantón Bolívar. Además describe los resultados del estudio de mercado realizado.

En la PARTE III se destaca el trabajo participativo evidenciado en la Asamblea Cantonal de Turismo; para luego estructurar los objetivos, estrategias y programas necesarios para el fomento turístico del cantón.

En la PARTE IV se detallan los programas y proyectos desarrollados con matriz de marco lógico a implementarse dentro del desarrollo del plan; y, en la PARTE V los anexos, siendo el respaldo tangible del trabajo investigativo realizado como son las fichas de georeferenciación del territorio, archivo fotográfico del trabajo de campo, bases legales y lista de los colaboradores estratégicos para el presente trabajo.

1. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

1.1 El Sistema Turístico.

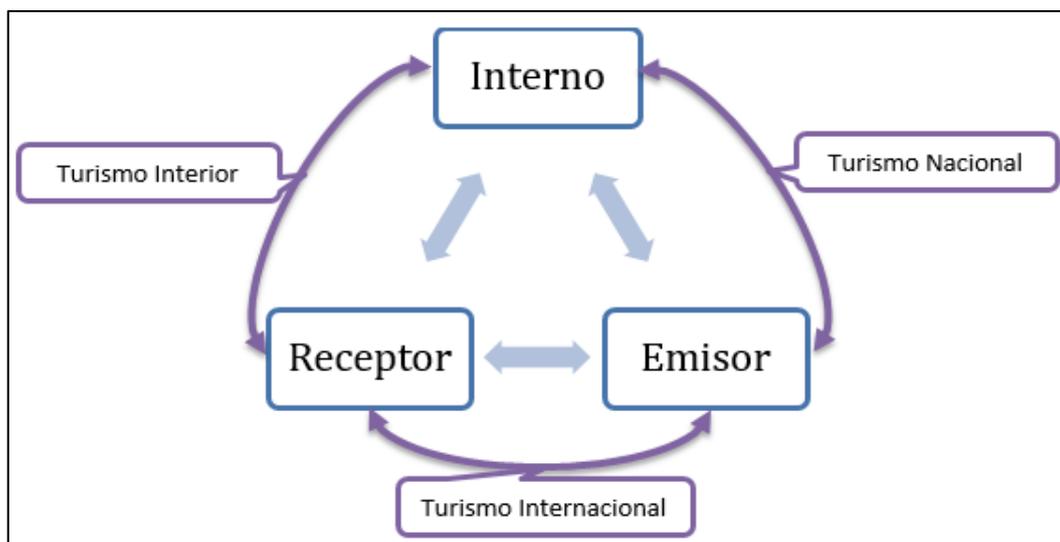
El turismo es una actividad económica que a lo largo del tiempo ha contribuido al desarrollo de los pueblos; de manera especial en la década de 1950 se desarrolló el denominado Boom turístico; después de la Segunda Guerra Mundial el turismo se vuelve una actividad de masas y que aumenta vertiginosamente pasando de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en 2015; de forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los Estados Unidos en 1950 a 104.000 millones en 1980, 495.000 millones en 2000 y 1.220.000 millones en 2017. (OMT, 2017).

La conceptualización del turismo ha pasado por diversos cambios a lo largo del tiempo; Ya en la década de los 90 la Organización Mundial de Turismo lo define de la siguiente manera:

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros".

El turismo se divide en varios tipos, cuyos fundamentos parten desde el origen del desplazamiento.

Gráfico 1: Tipos de Turismo



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1994

Elaboración: Equipo Consultor

- El **turismo emisor** corresponde al que el residente realiza fuera de su país.
- El **turismo receptivo** es el que realizan turistas extranjeros dentro del país que visitan.
- El **turismo nacional** está conformado por la suma del turismo interno y el turismo emisor. Se le denomina nacional porque es realizado por los residentes de un mismo país; el interno dentro de su propio país y el emisor fuera de éste.
- El **turismo interior** está conformado por la suma del turismo interno y el turismo receptivo. Se denomina interior porque es realizado dentro de las fronteras del territorio tanto por los turistas nacionales como por los extranjeros.
- El **turismo internacional** está conformado por el turismo receptor y el turismo emisor. Se le denomina internacional debido a que ambos requieren que los turistas salgan de sus respectivos países.

La anterior clasificación se encuentra fundamentada en el origen del turista y son utilizadas por los estados con fines estadísticos y de control; sin embargo si se quiere hablar de otros aspectos como la motivación del viaje esta clasificación se subdivide en muchos otros elementos como: Turismo individual, de masas, cultural, natural, activo, de negocios, científico y otros. (OMT, 1994).

El **turismo individual** es en el cual el turista realiza desplazamientos por sí solo sin la intervención de organizadores de viajes o tour operadores.

El **turismo de masas** se encuentra asociado al que realiza masivamente todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional debido a que normalmente se desarrolla en temporada de vacaciones o relacionado a algún feriado, el más representativo de este segmento es el turismo de sol y playa.

El **turismo cultural** necesita de recursos históricos u artísticos para su ejecución; puede ser menos estacional, pero con regularidad también lo es exigente. Dentro de los subtipos que presenta este tipo de turismo se pueden encontrar; arqueológico, monumental, urbano, de compras, etnográfico, industrial, gastronómico, literario, funerario, creativo, festividades y más.

El **turismo natural** se desarrolla en entornos naturales, siempre tratando de disfrutar el paisaje sin deteriorarlo. Dentro de este tipo de turismo se incluyen el turismo rural, ecoturismo, agroturismo, turismo ornitológico y otros.

El **turismo activo o alternativo** se realiza en espacios naturales o en estructuras exclusivas para la práctica de diversas actividades; el aspecto fundamental de estos tipos de turismo es que el turista se involucra y participa en la práctica de actividades. Los principales representantes de este segmento son el turismo de aventura, deportivo, místico, de salud, termal, social entre otros.

El **turismo de negocios** es el que tiene por objeto establecer relaciones comerciales entre personas o empresas y como anexo a estos fines se realizan actividades recreativas. Las actividades incluidas en este negocio son: Reuniones y congresos, Seminarios y convenciones, Viajes de incentivo, Famtrip y Presstrip.

El **turismo científico** es el que cuya principal motivación es la ampliación del conocimiento y la realización de investigaciones de corte científico, no es un turismo masivo y suele ser muy especializado.

Sistema

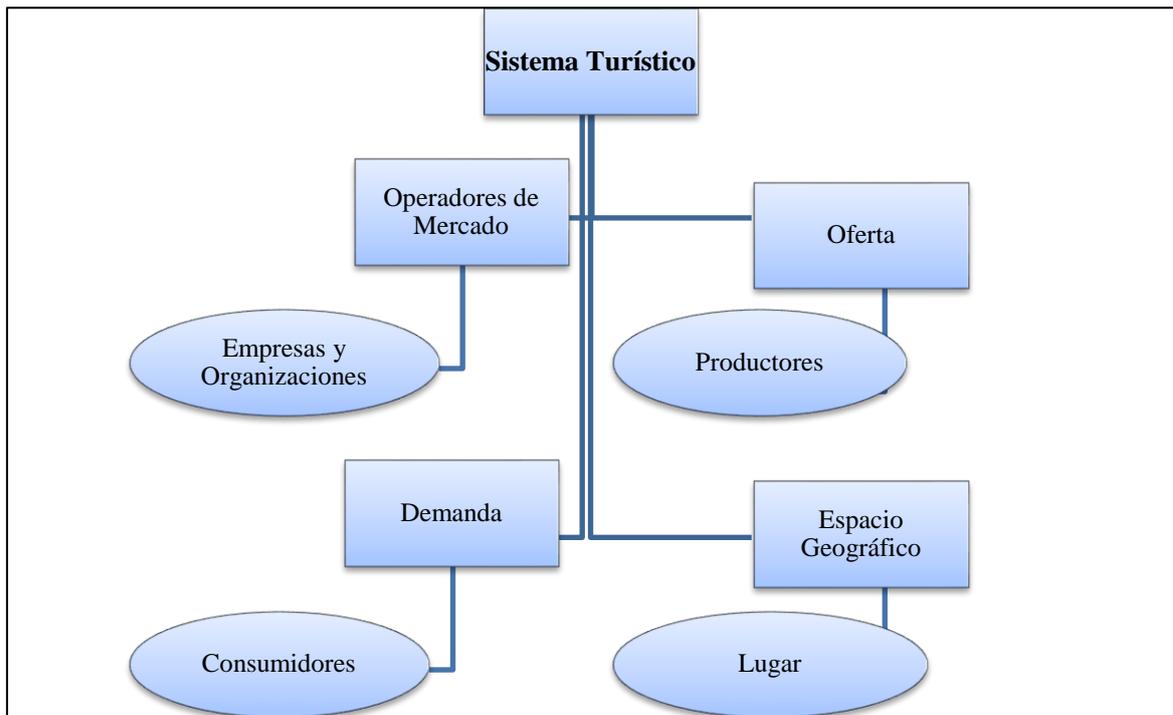
Una definición de sistema dada por Guerrero & Ramos, (2014) corresponde a que “es un grupo de elementos que, aunque actúan de formas autónomas, se enlazan e interrelacionan de manera lógica y ordenada, en conjunto con un plan objetivo común, para obtener resultados satisfactorios” (p. 8-15). Este dinamismo permite generar estrategias que generen multi-beneficios y permitan trabajar de manera articulada; cada uno de los elementos que conforman un sistema tiene características y dinámicas que los pueden constituir a su vez en subsistemas que precisan atención individualizada y conjunta.

El Sistema Turístico de forma concreta puede definirse como “Un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango”. (Santana, 1997, p. 224).

Según la Organización Mundial del Turismo (1995) el sistema turístico se compone de 4 elementos:

- La demanda.
- La oferta.
- El espacio geográfico.
- Los operadores de mercado.

Gráfico 2: El Sistema Turístico



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1994

Elaboración: Equipo Consultor

La demanda turística: la constituyen todos los consumidores reales y potenciales (aquellos que pueden convertirse en consumidores) de los bienes y servicios que requieren los visitantes o turistas, en un lugar o sitio determinado. Es el elemento más dinámico del sistema debido a que está determinada por diversos factores como; la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo, además de los gustos y deseos.

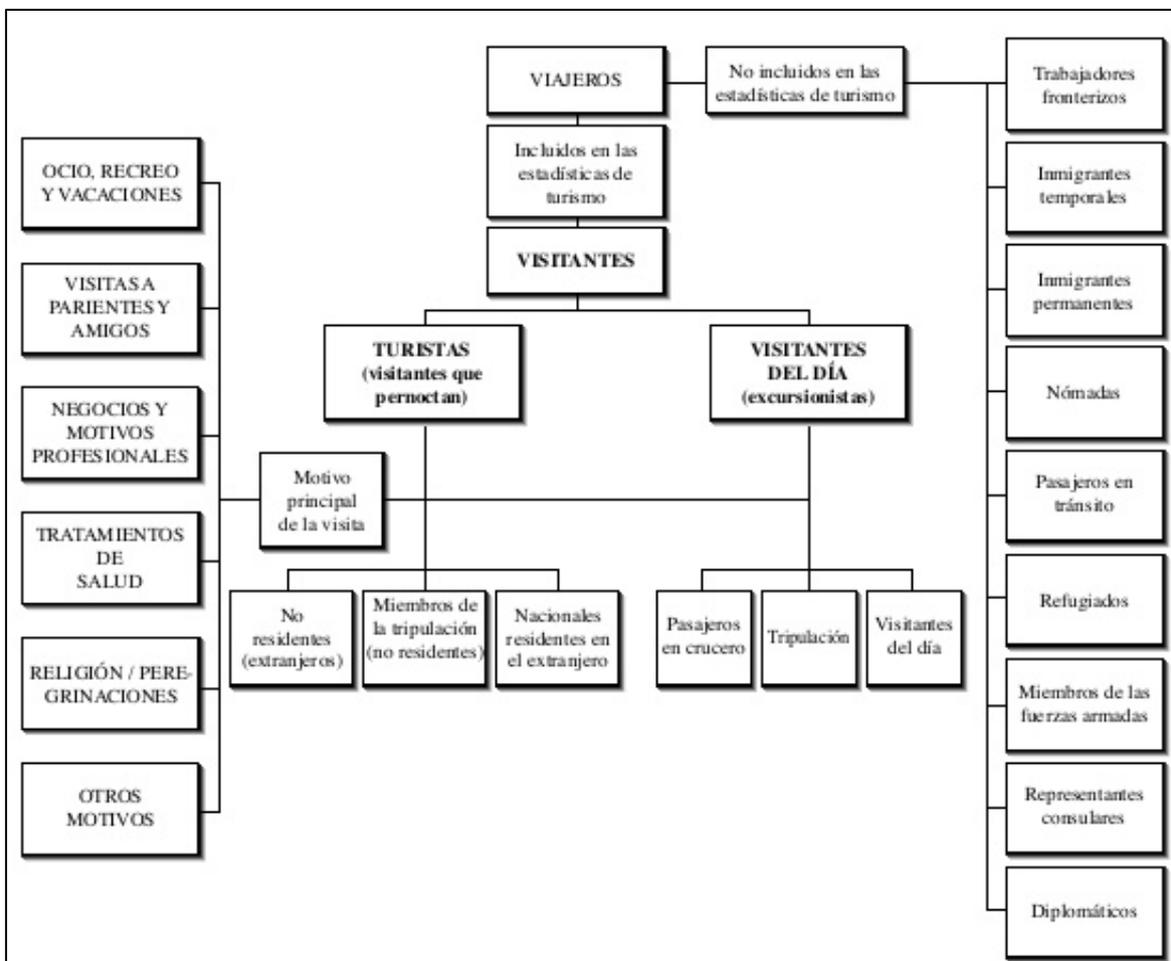
Todo ser humano que se traslada de un lugar a otro es un viajero. La demanda turística se encuentra integrada por **turistas y excursionistas o visitantes de día**. La definición proporcionada por Vignati, (2009) en su libro *Gestión de Destinos Turísticos: cómo atraer personas a polos, ciudades y países*; se puede establecer que el turista es “Toda persona, sin discriminación de raza, sexo, idioma o religión, que ingresa al territorio de una localidad

distinta a la de su residencia habitual y que permanece en él al menos 24 y máximo 12 meses, sin propósito de inmigración”. (p. 57).

El excursionista por su parte es el viajero que visita una localidad distinta a la de su residencia, sin embargo no permanece en ella el tiempo requerido (no pernocta) para poder ser considerado turista, por lo que también es considerado visitante de día.

Además del tiempo de tiempo de visita; existen otros criterios para viajeros que no se consideran dentro de las estadísticas turísticas, para tal efecto la OMT (1994) realizó la siguiente clasificación.

Gráfico 3: Clasificación de visitantes internacionales



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1994

La oferta turística: está integrada por todos los bienes, productos y servicios turísticos producidos en una determinada localidad con los que dispone un mercado turístico, y que

están a disposición para el uso y consumo de los excursionistas o turistas. La oferta está compuesta por:

- Los recursos y atractivos turísticos.
- La planta turística (las empresas relacionadas con el sector).
- Las infraestructuras.
- Los elementos institucionales (superestructura). Las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico.

La oferta turística la integran dos componentes:

La **oferta básica** está constituida por los recursos turísticos, estructuras turísticas e infraestructuras.

La **oferta complementaria** la componen: tiendas de artesanías, teatros, estadios, instalaciones deportivas, de ocio y más.

Una vez identificadas de forma clara la oferta y la demanda, se deben desarrollar programas de comercialización que capten aquella demanda real y potencial; siempre con la visión de satisfacer las expectativas de esos clientes.

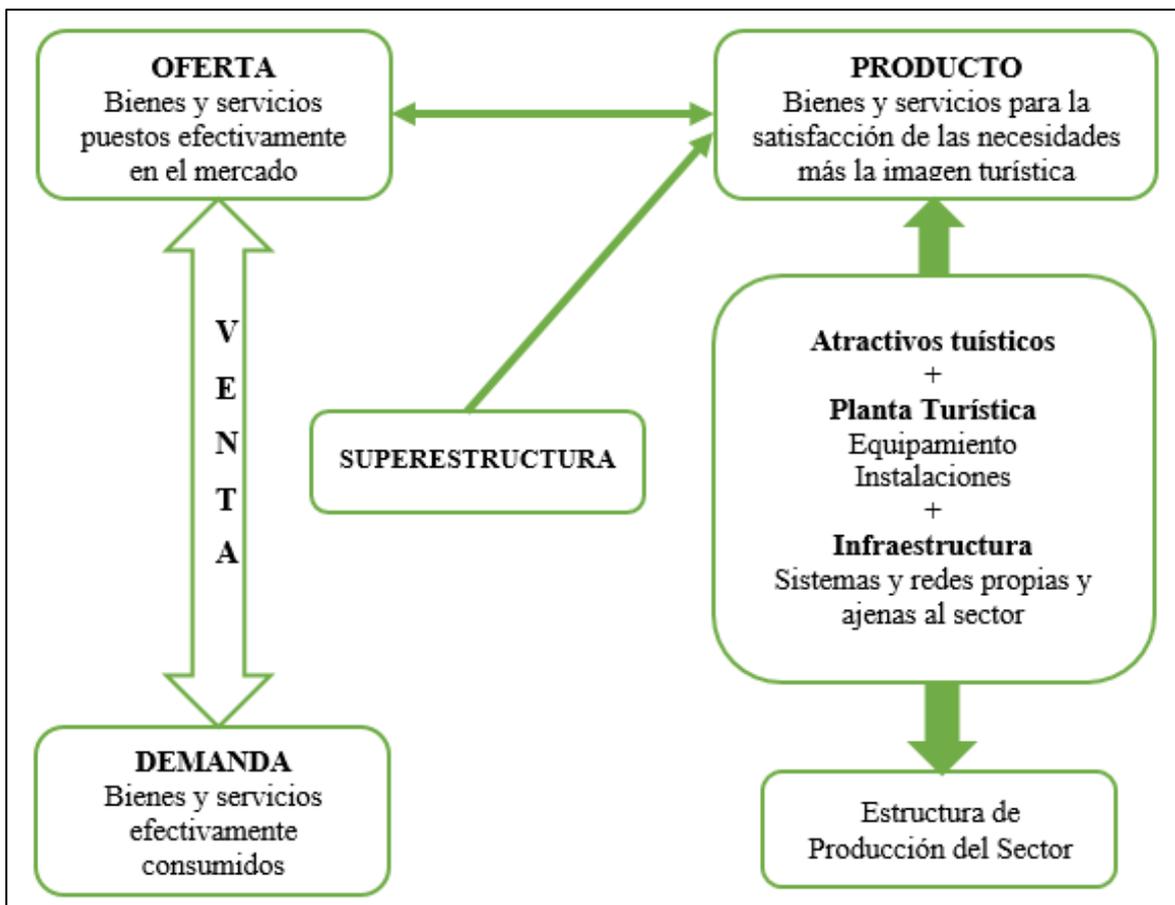
El espacio geográfico: es el lugar físico donde interactúan la oferta y demanda, corresponde al sitio donde se sitúa la comunidad receptora. Este espacio es susceptible de varios aspectos que pueden afectarlo, y a la vez repercutir en el desarrollo de la actividad turística como: eventos climáticos, pobreza, problemas de accesibilidad y transporte, y otros elementos que pueden afectar la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico.

Los operadores del mercado turístico: lo constituyen las empresas y organismos que son las bases fundamentales para el desarrollo de la actividad turística. Estos están integrados por: servicio de hospedaje, servicio de alimentación, agencias de viajes, tour operadores e intermediarias, líneas de transporte de turismo, etcétera.

El sistema turístico ha ido experimentando diversos enfoques a lo largo del tiempo, debido a la complejidad de elementos que intervienen en él y las aún más complejas interacciones que se generan entre estos.

El Sistema Turístico establecido por Boullón (2006) propone una serie de subsistemas que interrelacionan como se puede observar a continuación:

Gráfico 4: Sistema Turístico



Fuente: R. Boullón, 2006

Este proceso de interacción está apoyado por la superestructura conformada por los organismos del estado y del sector privado correspondientes al sector turístico, los mismos que contribuyen a normar los aspectos jurídicos y administrativos. Este componente es muy importante dentro de este proceso, debido a que una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico, lo que generaría diversos niveles de rigidez en los aspectos sociales y económicos. (Boullón, 2006, 31 – 50).

1.2 Política turística.

Para establecer la política turística se debe comprender en primer lugar los aspectos relacionados a las políticas públicas. En la diversidad de análisis de sus implicaciones y objetivos, Gavilanes (2009) las conceptualiza como un proceso que integra decisiones, acciones, acuerdos e instrumentos dirigidos por las autoridades de diferentes niveles y eventualmente con la participación de particulares, con el objetivo de modificar o mantener una situación determinada. (p. 149-187).

Las políticas públicas pueden tener diversos objetivos entre los que destacan los culturales, políticos, administrativos, sociales y económicos; sin embargo, comparten el norte de mejorar la competitividad y la gobernanza. Su formulación representa una gran responsabilidad, ya que su aplicación tendrá impacto en un número determinado de personas, y naturalmente se espera que este impacto sea positivo. Para llegar a este fin a criterio de Bardach (1998) las mismas deben partir de una identificación clara del problema; debido a que, pese a desarrollar políticas que en primera instancia podrían parecer excelentes si se ha identificado de forma errada el problema será un trabajo infructuoso. (p. 38).

Partiendo de la premisa de identificación exacta del problema contar con amplia información al respecto como data dura, proyectos, planes, diagnósticos y más, hará que el trabajo no se base en supuestos, de modo que, después de cumplir con los dos aspectos mencionados se puede pasar a la fase de construcción de alternativas, selección de criterios, proyección de resultados y confrontación de costos; en este aspecto es conveniente detenerse y tener en consideración que el asunto de presupuesto es un factor determinante en el logro de las metas planteadas.

En la fase de aplicación, las políticas públicas requieren de la capacidad de liderazgo del ente rector como un aspecto trascendental; ya que para la puesta en marcha de políticas turísticas se requiere del involucramiento multisectorial.

La gestión adecuada guiará a la consecución de resultados efectivos, debido a que no se trata de solo hacer planes y proyectos, sino de aplicarlos y ejecutarlos concertando voluntades y generando los recursos que necesitan los mismos para obtener el impacto deseado.

Dentro del proceso de planificación y gestión es importante tomar en consideración que la industria del turismo está en constante crecimiento y los niveles de competencia suben sin cesar, lo que hace fundamental el estudio de los mercados, las motivaciones de los viajeros, sus necesidades y sus comportamientos de compra; segmentando el mercado y especializándose tanto en el producto como en el servicio.

Es importante aceptar que la intervención del estado en el turismo es necesaria. Las políticas públicas son aspectos sumamente importantes en el manejo de un país y para la adecuada consecución de los objetivos nacionales.

La Organización Mundial del Turismo (1999) define: Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública.

Las funciones de la intervención del Estado en la actividad turística pueden resumirse en las siguientes actividades:

- Ordenar y orientar, con el fin de mantener las reglas del mercado para el ejercicio de la actividad turística (por ejemplo, estableciendo una reglamentación de los servicios turísticos).
- Facilitar y estimular el desarrollo de la actividad turística (por ejemplo. elaborando una p
- Política de promoción en el exterior o de fomento de inversiones en la planta y oferta turística).
- Financiar y gestionar directamente la actividad turística (por ejemplo creando una planta de alojamiento de carácter público).

1.2.1 Principios para la Formulación de una Política Turística.

Los principios básicos para la elaboración de una política turística propuestos por Eugeni Aguiló (1996) son:

Primer principio: Soberanía de la demanda. El análisis del comportamiento de los mercados y de las motivaciones de los visitantes, constituyen la base para diseñar políticas realistas y eficaces.

Segundo principio: Autenticidad de la oferta. Una estrategia de oferta no es coherente si se intenta desarrollar productos que no se corresponden con las potencialidades de la zona. La estructura de la misma oferta es una condición que permite el inicio de una actuación de promoción y marketing que mejoren los niveles de satisfacción de las necesidades de ocio.

Tercer principio: Capacidad de liderazgo en la Administración. La Administración pública debe estar en capacidad de ser sensible a las iniciativas del sector privado, a los retos del futuro, y a liderar proyectos teniendo en cuenta las variables del entorno en que se desarrollan estas ideas.

Cuarto principio: Ámbito territorial eficiente. La Administración central y debe promover la coordinación y los canales de información y comunicación entre todos los entes territoriales. La gran protagonista de la política turística debe ser la comunidad o los entes supramunicipales, que sean capaces de proponer planes y estrategias de actuación y coordinación con ámbitos regionales.

Quinto principio: De las políticas específicas. La acción política debe encaminarse a diseñar el modelo turístico de desarrollo que se pretenda implementar en una determinada región. En todo caso dicho diseño debe responder a la globalización y a la súper segmentación de la demanda. Las políticas que pretendan acceder a importantes cuotas de demanda sin ofrecer aspectos diferenciados y valores agregados, están condenadas al fracaso. (p. 33).

1.2.2 Importancia de una Política específica para el Turismo.

El turismo tiene características propias que lo distinguen de otras actividades comerciales e industriales. Razón por la cual a criterio de Vignati (2009) el turismo requiere de una política propia que estimulen de forma concreta al sector con bases competitivas y sostenibles; para tal efecto se establecen dos razones que justifican su importancia:

Naturaleza Multisectorial: la producción turística es difícil de limitar, en comparación con los sectores agrícola o industrial. El sector turístico se presenta como una agrupación de unidades de producción y sectores de complementariedad técnica y comercial.

Competitividad y calidad: el gobierno es el único organismo que tiene la capacidad de administrar aspectos determinantes para la satisfacción del turista, conduciendo aspectos no comerciales como la ecoeficiencia, el impacto social, la

seguridad, el ordenamiento territorial, la calidad ambiental, la limpieza y el acceso a la información. (p. 57).

Esta multisectorialidad unida a todos los demás elementos que deben conjugarse para poder dar como resultado una experiencia turística exitosa es lo que revela lo complejo de su sistema económico, además de poner en evidencia la diversidad de agentes y aspectos que inciden en el desarrollo y calidad de los servicios turísticos de una localidad.

Es importante destacar que la gestión de los destinos turísticos debe establecerse desde los diferentes niveles de gobierno, sin embargo debe lograr consolidarse de forma especial en los gobiernos municipales, debido a que es en esta instancia donde puede ser mejor administrado debido al mejor conocimiento de territorio y conforme a la vocación turística de la zona.

1.2.3 Pasos previos a la elaboración de Políticas Turísticas.

Respecto a las investigaciones primarias que deben hacerse antes de generar políticas turísticas Capece (2014) establece que no existe el turismo sin turistas, por lo que, no puede existir política turística si no hay clientes o consumidores (p. 12). Esto quiere decir, que por más acuerdos que se generen en los diferentes sistemas de gobierno sobre temas como: qué producir, en pro del respeto de la identidad y sentido de pertenencia que se propongan, si las opciones que luego se mostrarán a los turistas no los convencen, todo quedará en la nada.

La política tiene, por tanto, que tomar decisiones sobre los límites de la flexibilidad del modelo de desarrollo, y debe hacerlo a partir de dimensionar mercados, clientes, ingresos e inversiones en base a información confiable, cualitativa, de fuentes primarias y basada en investigaciones serias y totalmente confiables.

En la Constitución de la República del Ecuador (2008), el papel de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) es de vital importancia, ya que deben establecer el desarrollo equitativo y solidario del territorio mediante una autonomía administrativa, política y financiera como lo establece el artículo 6 de esta normativa. Bajo esta premisa se convierten en gestores e impulsores de la política turística de sus territorios.

La política turística a nivel nacional debe trabajar en varios fuetes. Uno de sus principales puntos débiles para lograr la calidad es el capital humano, el mismo que constituye un

componente clave para la competitividad; debido que brinda diferenciación de la competencia en base a las capacidades del personal que entrega el servicio. Lillo et al. (2007,) lo define como la cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo (p. 47-50); esto da una idea clara de lo complejo de la consecución de la calidad en el servicio, como lo resalta Mochón (2004) los activos tangibles son fácilmente sustituibles en el mercado y no generan ventajas competitivas, por lo que la atención debe ponerse en los activos intangibles como el servicio generado por el capital humano. (p.51).

Las políticas públicas turísticas se fundamentan en cuatro ejes:

- Innovación de productos,
- Promoción especializada en base a estudios objetivos de mercado,
- Sistemas de distribución eficientes, y,
- Especialización del talento humano en busca de la calidad.

La creación de un entorno eficiente que involucre a todos los actores; gubernamentales, públicos, privados y de la sociedad civil es lo que creará las condiciones para el desarrollo del turismo en base a una competitividad sistémica, inclusiva y sostenible en el tiempo.

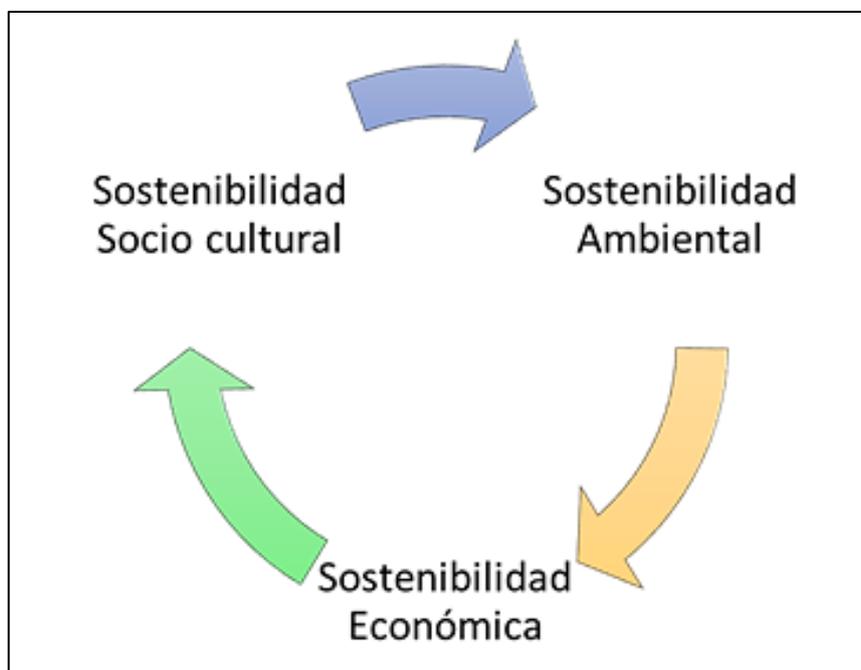
1.3 Turismo Sostenible.

El concepto de sostenibilidad es objeto de múltiples interpretaciones a nivel general. Para efectos del presente trabajo se utilizará la definición oficial de la Organización Mundial de Turismo (1987) que define al turismo sostenible como:

“Aquél que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro”.

La sostenibilidad trata del no agotamiento de los recursos y productos, sino de su conservación y mejoramiento. Esta se basa en tres ejes fundamentales:

Gráfico 5: Ejes de la Sostenibilidad



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1987

Elaboración: Equipo Consultor

Las directrices de desarrollo sostenible no solo son aplicables en el turismo, sino a cualquier tipo de actividad económica para que pueda permanecer en el tiempo. En el contexto turístico este es aplicable a todas las formas de turismo y en todos los tipos de destinos, incluido el turismo de masa.

Según la Organización Mundial del Turismo (2017), los principios que definen el turismo sostenible son:

- Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

De acuerdo al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2005), el objetivo principal del turismo sostenible es **permanecer en el tiempo** y aprovechar el producto por mucho tiempo; para lograr este objetivo es fundamental que se genere rentabilidad económica, además de proteger los recursos naturales sobre los cuales se sustenta la actividad, sin descuidar el respeto a la cultura local e involucramiento de la población (p.2-5); es decir aplicando al desarrollo turístico las tres dimensiones mencionadas, debiendo establecerse un equilibrio entre ellas para garantizar su viabilidad a largo plazo.

Sostenibilidad Ambiental

La conservación de los recursos a través de una adecuada gestión de los mismos es fundamental en la gestión turística; especialmente cuando se trata de aquellos recursos que no son renovables o que son fundamentales para un determinado sistema. Este aspecto requiere actuaciones efectivas tendientes a reducir la contaminación del aire, de la tierra y del agua, además de las direccionadas a la conservación de la diversidad biológica y el patrimonio natural.

Sostenibilidad Social-Cultural

El turismo no puede ser sostenible si dentro de su práctica no se respetan e integran las comunidades locales; es importante además que éste aporte al mantenimiento y refuerzo de sus sistemas de subsistencia, constituyéndose en un complemento; es fundamental el reconocimiento y respeto de las diferentes culturas, para de esta forma evitar cualquier forma de explotación.

En este aspecto interviene el respeto a los derechos humanos y el desarrollo de igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad. Es necesario que se realice una

distribución lo más justa posible de los beneficios, además de enfocarse en la reducción de la pobreza.

Sostenibilidad Económica

Corresponde a que se deben generar las condiciones adecuadas para producir rentabilidad dentro de los emprendimientos, para que de esta manera puedan ser capaces de mantenerse a largo plazo. Implica la creación de prosperidad económica en los diferentes niveles de la sociedad mediante la rentabilidad de todas las actividades económicas.

1.3.1 Impactos del Turismo.

El turismo es una actividad interdisciplinaria que goza de mucho protagonismo a nivel mundial. La razón de esta importancia se debe a su gran transversalidad, debido a que se interrelaciona de forma constante con una gran variedad de aspectos como: sociales, culturales, políticos, económicos, tecnológicos y ambientales; los mismos que también están estrechamente relacionados entre sí. (Guerrero & Ramos, 2014, p. 50).

Impacto Social-Cultural del Turismo

El turismo permite el intercambio de costumbres, es un elemento muy importante para la integración y difusión de la cultura, es una actividad que es inseparable de la interacción con las comunidades directa o indirectamente; por lo que requiere la relación con diferentes culturas.

La interacción de las comunidades anfitrionas y sus habitantes, repercuten en sus sistemas, comportamientos, paz, valores, tradiciones y costumbres, formas de vida. Por lo que se deben desarrollar estrategias de concienciación dirigidas a los turistas para que contribuyan a conservar la identidad; el trabajo con la comunidad es de vital importancia debido a que se pueden producir procesos en los cuales la propia comunidad no la preserve.

Es importante resaltar que también existen impactos positivos, producto del contacto con personas diferentes, como un ejemplo de esto se puede nombrar: la conciencia de la experiencia del visitante sobre el lugar y su importancia; la cohesión comunitaria debido al despertar cultural y revalorización de las tradiciones y costumbres. El aumento del turismo normalmente desencadena en la creación de instituciones y organizaciones en beneficio del lugar y la preservación de su patrimonio histórico y cultural.

La OMT establece los siguientes impactos socioculturales del turismo.

Cuadro 1: Impactos socioculturales del turismo

Factores asociados con el turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
Uso de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas. Incremento de las culturas tradicionales.	Cambio de las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes.	Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales	Aumento de comercialización. Introducción de enfermedades. Efectos demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales.	Mayores oportunidades económico-sociales. Disminución de desigualdades sociales.	Conflictos y tensión en la comunidad. Pérdida de lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras.	Aumento de oportunidades de ocio.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio.
Aumento de la población de turistas.	Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1994

Elaborado: Equipo Consultor

Impacto económico. A diferencia de otros sectores productivos, en el turismo la producción y consumo del servicio se da en el mismo lugar donde se produce, es decir, la demanda es la que se traslada hacia donde se encuentra el producto turístico.

Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con la dinamización de la economía local, incremento de comercio exterior, desarrollo de otros sectores anexos, la alta redistribución de la renta y la generación de oportunidades de empleo y de negocios.

El turismo es un sector que se adapta fácilmente a los cambios económicos. Por ejemplo, muchas personas prefieren cambiar sus destinos de viaje o patrones de gasto que renunciar a sus vacaciones. Con base en esta característica se han empezado a crear paquetes turísticos personalizados para todos los gustos y nivel de ingresos, lo que genera a su vez más desarrollo en el sector. (Guerrero & Ramos, 2014, p. 50) Dentro de los principales efectos económicos del turismo están:

- Genera divisas.
- Sus ingresos contribuyen a la balanza de pagos.
- Contribuye a la cobertura de importaciones.
- Ejerce importante influencia en el sector exportador.
- Facilita la cobertura de la deuda externa.
- Crea oportunidades de negocio y crecimiento de mipymes.
- Genera empleos directos e indirectos.
- Favorece al Producto Interno Bruto.
- Ayuda al ingreso nacional.
- Redistribución del ingreso.

La generación de empleos es sin duda uno de los efectos más tangibles del turismo, debido a que la actividad no puede separarse del factor humano dinamiza mucho la creación del mismo. Los beneficiarios de la actividad se clasifican en:

Beneficiarios directos. Son las personas que trabajan de forma directa en contacto con el turista como: dueños y trabajadores de restaurantes, hoteleros, agencias de viajes, guías turísticos y prestadores de servicios turísticos en general.

Beneficiarios indirectos. Son las personas que no trabajan en contacto directo con los turistas pero se benefician de él como los proveedores de restaurantes y hoteles, servicios de transporte público, taxistas, comerciantes, etcétera.

Impacto medioambiental. Uno de los impactos que se pueden generar alrededor de la actividad turística es el medioambiental. Esto se debe normalmente a las construcciones o desarrollos turísticos como las carreteras, aeropuertos, instalaciones turísticas, incluyendo complejos hoteleros, restaurantes, tiendas, canchas y más. Estas actividades pueden destruir gradualmente los recursos ambientales debido a la congestión de áreas delicadas, contaminación, condiciones poco higiénicas y pérdida de zonas verdes.

Muchas veces el desarrollo desmedido de infraestructuras para el desarrollo turístico, puede terminar por destruir el atractivo; por tal razón se debe tener sumo cuidado en las estrategias que se emplean y nunca perder de vista el enfoque ecológico-ambientalista y conservar la esencia del atractivo.

Es importante trabajar en medidas de contingencia para el tratamiento de la basura, depuración de aguas residuales, contaminación acústica, polución del aire, erosión, desequilibrio hidrológico, exceso de capacidad de carga y otros.

Dentro de los impactos positivos en materia medioambiental se puede destacar que el turismo puede contribuir a la adopción de medidas para la preservación de áreas naturales y mayor involucramiento de la comunidad y organismos del estado en el cuidado de los mismos.

1.3.2 Actores que intervienen en el Desarrollo del Turismo Sustentable.

El turismo sustentable se fundamenta en el involucramiento de varios actores que deben actuar articuladamente para lograr un desarrollo adecuado, (PNUD Argentina, 2005, pág. 23) menciona los siguientes actores del turismo:

- **Las empresas turísticas**, que al pretender beneficios a largo plazo, se deberán preocupar por su responsabilidad social y por su imagen, por sus relaciones con el personal, y por su incidencia sobre su entorno inmediato y el medio ambiente mundial.
- **Las comunidades locales**, que buscan más prosperidad pero sin explotación ni daños a su calidad de vida.
- **Los ecologistas**, preocupados por las consecuencias perjudiciales para el ambiente pero que también advierten que es una fuente válida de ingresos para la conservación.
- **Los gobiernos**, la sustentabilidad está relacionada con asuntos de responsabilidad pública como el agua, patrimonio natural y cultural; además muchos de los principales recursos están gestionados por los gobiernos de diversos niveles.
- **Los turistas**, que buscan una experiencia de alta calidad, en entornos seguros y atractivos; cada vez más conscientes de las consecuencias de sus viajes.

La sustentabilidad es una responsabilidad de todos los involucrados; sin embargo, para poder lograrla se necesitan no solamente de enunciados, sino de acciones concretas. La OMT (2005) proporciona los siguientes ejemplos de actividades educativas dirigidas a las comunidades anfitrionas:

Elementos de educación e interpretación

- Formación de guías de naturaleza especializados, profesores de deportes de aventura, guías de montaña, etc.
- Capacitación en técnicas empresariales y en calidad de los servicios turísticos para los proveedores de servicios locales.
- Programas de sensibilización general sobre conservación de la naturaleza y protección del medio ambiente.
- Enseñanza y promoción de prácticas y técnicas de agricultura, silvicultura y pesca sostenibles.
- Actividades de educación ambiental en escuelas locales (organizaciones de excursiones al campo, conferencias de ponentes invitados, plantación de árboles, etc.).
- Desarrollo de programas específicos para la conservación del patrimonio cultural (costumbres, rituales, idioma, gastronomía, oficios tradicionales, etc.).

Las actividades de educación e interpretación dirigidas a los turistas

Estas pueden ser elementos clave de los productos ecoturísticos que garantizan un valor añadido y una mayor satisfacción de los turistas.

- Visitas guiadas por expertos naturalistas o ambientalistas.
- Información interpretativa y centros de recepción de visitantes.
- Guías de campo y equipo (ej. prismáticos) para la observación de la vida silvestre y en particular de las aves.
- Bibliotecas en hoteles y otros alojamientos con información geográfica y ecológica.
- Programas de interpretación cultural con la participación directa de las comunidades locales que muestran su estilo de vida.
- Itinerarios de interpretación de la naturaleza.
- Talleres relacionados con la conservación de la naturaleza y el patrimonio.
- Participación directa de los turistas en actividades de conservación y en investigaciones científicas.
- Huertas y granjas para participar en prácticas de agricultura biológica, etc.
- Prácticas ecológicas en la creación y funcionamiento de instalaciones, establecimientos y servicios relacionados con el ecoturismo.

Las ideas para mejorar la relación entre los costos y la eficacia e incluso formar parte de la vivencia de los turistas, pueden ser:

- El uso de fuentes de energía renovables (ej. Calentamiento solar, paneles fotovoltaicos, instalaciones eólicas e hidroeléctricas, etc.).
- Métodos de ahorro de energía (ej. aislamiento de las tuberías de agua caliente, diseño arquitectónico con ventilación natural para reducir la necesidad de aire acondicionado, etc.).
- El uso de medios de transporte ecológicos (ej. caballos, embarcaciones de remo, vehículos y barcos equipados con motores eléctricos, automóviles con motores de gas natural, bicicletas, transporte colectivo, piraguas hechas con fibra de vidrio en lugar de vaciando un tronco para evitar la tala de árboles viejos, etc.).
- La limitación del número de visitantes que integran los grupos de turistas en las áreas vulnerables y en los establecimientos para evitar daños al medio ambiente y garantizar la calidad de la experiencia.
- El uso de técnicas y tecnologías de ruido reducido.
- La construcción de establecimientos turísticos utilizando materiales locales, criterios de arquitectura y diseño tradicionales que permitan un suministro más fácil y barato, materiales respetuosos con el medio ambiente y un estilo auténtico.
- El empleo, en la construcción, de madera procedente de zonas reforestadas.
- Un paisajismo armonioso con el paisaje y la flora originales.
- El reciclaje y el empleo de productos reciclados.
- La deposición adecuada de residuos (en zonas designadas).
- El uso de productos biodegradables.
- Un tratamiento de aguas residuales respetuoso con el medio ambiente.
- Técnicas de ahorro de agua (uso de aseos de compostaje, captación de agua de lluvia).
- Agricultura biológica que no emplee ni pesticidas ni otros productos químicos, etc.

Las características del turismo consciente desde los prestadores de servicios, instituciones, organizaciones y turistas es la siguiente:

Cuadro 2: Manual para la mejora de la Calidad Ambiental en los Municipios Turísticos

Turismo consciente responsable	Agencia de viaje	Ayuntamiento (Municipio)	Hostería Restauración	Organizadores de actividades de tiempo libre	Turistas
Información al turista	Promueve conductas respetuosas con la naturaleza y cultura de los destinos.	Informa de los valores naturales y culturales del municipio.	Orienta sobre los medios de transporte público, actividades complementarias.	Organiza actividades que permiten al turista descubrir los valores del lugar.	Se informa de los valores y problemas locales.
Paisaje Valores Naturaleza	No ofertan destino con valores naturales amenazados o sensibles.	Protege y señala áreas valiosas y vulnerables.	Adecua el edificio y el jardín para favorecer a la fauna silvestre.	Evita riesgos de molestia y daños.	Elige ofertas que no causen impacto ambiental, no requieren infraestructuras impactantes.
Flora y fauna	No ofertan destinos con valores naturales amenazados o sensibles.	Protege y señala áreas valiosas y vulnerables.	Adecua el edificio y el jardín para favorecer a la fauna silvestre.	Evita riesgos de molestia y daños.	Respeto animales y plantas, no los compra como recuerdo.
Identidad cultural	Los guías conocen profundamente la cultura del pueblo anfitrión.	Mantiene la identidad cultural, planifica para que el turismo beneficie a todos los habitantes del lugar.	Ofrece un confort adecuado al nivel de vida local, oferta gastronomía tradicional.	Facilita la integración del turista en el modo de vida local.	Rechaza guetos turísticos, contacta con la población, compra artesanía tradicional.
Energía	Ofrece destinos cercanos y/o con acceso en transporte público.	Facilita el transporte público y el no motorizado, reserva áreas naturales.	Adopta medidas de ahorro de energía y conciencia a los clientes.	Prescinde de actividades que consumen energías fósiles.	Utiliza transportes públicos, pasea, monta en bicicleta o a caballo.
Agua	No ofrece destinos con problemas y escasez de agua o depuración.	Instala depuradora y promueve medidas de ahorro.	Instala mecanismos de ahorro y sensibiliza a los clientes para que colaboren.	Evita actividades que derrochan agua o que impactan sobre los medios acuáticos.	Ahorra agua y no practica actividades que la despilfarran.
Basuras	Utiliza papel reciclado en sus folletos publicitarios.	Organiza recogida selectiva y reciclaje, realiza campañas de sensibilización.	Reduce el uso de envases no reciclables.	Utiliza enseres y materiales que generan residuos.	Evita envases no reciclables, solo deja basuras en la papeleras.

Fuente: ECOTRANS, 1995

1.4 El Turismo de Naturaleza y sus segmentos.

Las tendencias mundiales después del turismo de sol y playa apuntan al turismo de naturaleza. Estos son viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. La Secretaría General de Turismo de España (2004) lo define como:

“Turismo de naturaleza es aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos.” (p. 9).

El perfil del turista ha ido variado progresivamente con el tiempo, el turismo ya no se concibe solo como un espacio libre de trabajo para olvidarse de las obligaciones; el turismo ha cambiado de enfoque y el turista ha cambiado también, ha pasado de ser un turista enfocado simplemente en descansar y disfrutar, a uno que se preocupa por el entorno y desea disfrutar de él, quiere ser parte activa de la experiencia y desea aprender.

Cuadro 3: Diferencias entre turistas clásicos y nuevos turistas

Turistas Clásicos	Nuevos Turistas
<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda de sol• Siguen a las masas• Les importa el “Hoy”• Viajan para decir que estuvieron allí• Tener• Superioridad• Gustan de las atracciones pasivas• Precavidos• Comen su comida en el Hotel• Homogéneos	<ul style="list-style-type: none">• Experiencias diferentes• Quieren ser protagonistas• Ven, disfrutan, sin destruir• Viajan para vivirlo y disfrutarlo• Ser• Interrelación , aprendizaje• Gustan de los deportes• Aventureros• Prueban la comida local• Heterogéneos

Fuente: OMT, 2000

El turismo de naturaleza se subdivide en varios segmentos como: el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

1.4.1 Ecoturismo.

Concepto enfocado o etiquetado únicamente al turismo que se realiza en áreas naturales y cuya responsabilidad de realizar esta actividad ambientalmente integral, en muchas definiciones, recae en el turista y la comunidad anfitriona con el objetivo de minimizar el impacto en la visitación.

El ecoturismo se fundamenta en viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación de la naturaleza a través del contacto con la misma. Las principales actividades que se pueden realizar aquí son:

- Observación de la naturaleza.
- Observación de Fósiles.
- Observación Sideral.
- Proyectos de Investigación Biológica.
- Talleres de educación ambiental.
- Rescate de flora y fauna.
- Senderismo interpretativo.
- Observación geológica.
- Observación de Ecosistemas.
- Observación de Fauna.

El ecoturismo necesita de acciones concretas para lograr sus objetivos de conservación y disfrute de la naturaleza, en este contexto Tapia (2017) menciona que para lograr un desarrollo óptimo del ecoturismo se debe trabajar desde las siguientes estrategias:

El ofrecimiento a los ecoturistas de una **experiencia auténtica**, como el conocimiento de mamíferos o especies vegetales en escenarios que conservados y que estén sujetos a una estrategia de desarrollo permanente.

Establecer **perfiles de demanda** de forma concreta.

La combinación, dentro de **programas o excursiones**, de diversos temas como observación de aves, identificación de especies en peligro y actividades como caminatas, cruces de ríos, etcétera; las mismas que deben ser de bajo impacto ambiental.

El diseño y operación de programas de **calidad total** en términos de producto, servicios y experiencias.

De ser posible **aprovechar la existencia de ecosistemas complejos**, con abundante y visible vida salvaje para ser apreciada por los visitantes. Siempre tomando las acciones necesarias para generar el mínimo impacto.

La **generación constante de información** que facilite la administración estratégica y la evolución de los ecosistemas, la seguridad de los turistas y los asentamientos humanos locales en las cercanías.

La formación de **fondos financieros y normativas** para proteger las áreas naturales contra la caza, los incendios y otras actividades y fenómenos que puedan depredarlos.

La definición de **sistemas que reglamenten los usos turísticos** de los recursos existentes.

La **integración de las comunidades locales** con el propósito de consolidar el sostenimiento a largo plazo del ecoturismo en una determinada región, ofreciéndoles opciones laborales en programas de: reforestación, desarrollo de artesanías, agricultura, pesca, ganadería y comercios varios.

La **presencia de empresas** (operadores, hoteles) que equilibren el uso turístico con la integridad de los atractivos y que se desempeñen con base en un alto contenido de información dirigida hacia los turistas y sus empleados.

La existencia de un sistema de **servicios de apoyo y de infraestructura** que, deseablemente, debe ser de pequeña escala: transportes, carreteras o caminos de acceso, unidades de alojamiento y de alimentación, así como de servicios complementarios.

Estrategias de comercialización adecuadas al carácter del ecoturismo, evitando la masificación de su práctica. Aquí la cantidad es contraria a la calidad y son incompatibles. (p. 9).

Ecoturismo de Lujo

Dentro del ecoturismo se está generando un segmento tendiente al lujo y con turistas de alto poder adquisitivo. Estos turistas quieren disfrutar de la naturaleza pero sin abandonar las comodidades en cuanto a comodidad, alimentación y descanso que puede ofrecer la

ciudad, se habla de un “lujo rústico”. Las características generales que busca este segmento en un producto son:

- Exclusividad.
- Espacios naturales pocos accesibles y de interés faunístico y florístico alto.
- Acceso a la tranquilidad.
- Descubrimiento de especies y ecosistemas en peligro.
- Más beneficios para el destino con menos clientes.

1.4.2 Turismo de Aventura.

En este segmento el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de “logro”.

Las principales actividades que se pueden realizar en este segmento son las siguientes:

Cuadro 4: Actividades del turismo de Aventura

Actividades del Turismo de Aventura

Aire	Tierra	Agua
<ul style="list-style-type: none"> • Vuelo en Globo • Vuelo en Ala Delta • Vuelo en Parapente • Paracaidismo • Canopy • Tarabita • Puenting 	<ul style="list-style-type: none"> • Montañismo • Caminata • Escalada • Espeleísmo • Rappel • Ciclismo de Montaña • Cabalgata 	<ul style="list-style-type: none"> • Buceo • Espeleobuceo • Descenso en Ríos • Kayak • Pesca deportiva • Canoismo

Fuente: Zamorano F. (2008)

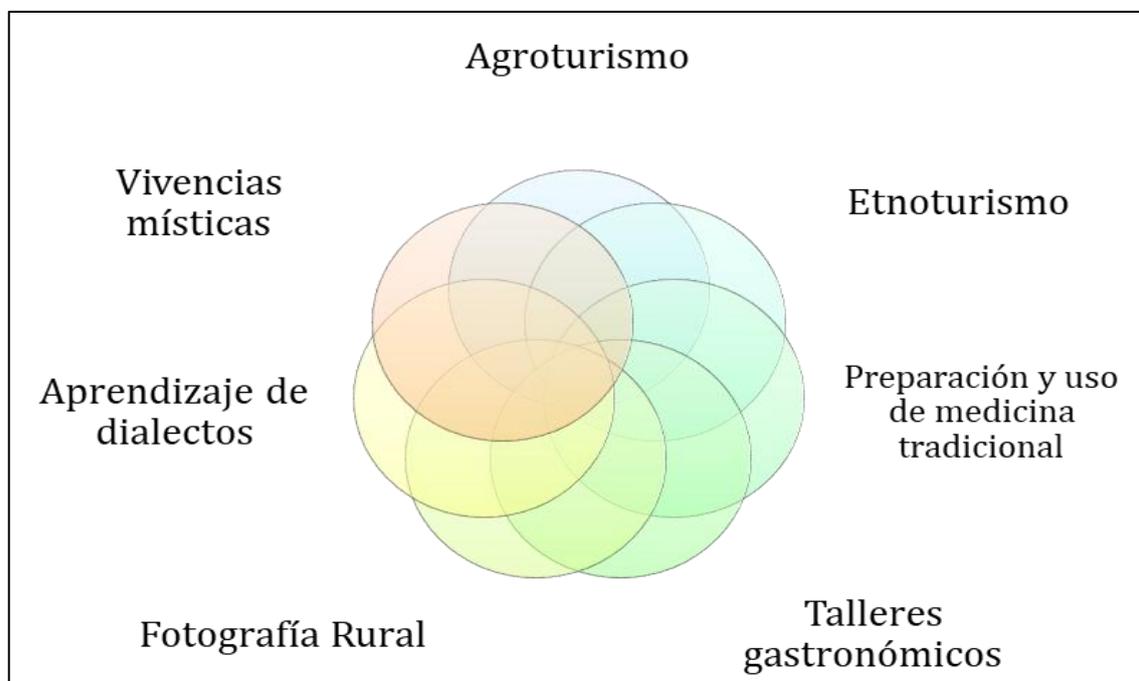
Elaboración: Equipo Consultor

1.4.3 Turismo Rural.

En el Turismo Rural, el turista no es un visitante observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas.

Dentro del turismo rural se pueden realizar varias actividades como:

Gráfico 7: Actividades del Turismo Rural



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 1987
Elaboración: Equipo Consultor

El agroturismo

El agroturismo es un segmento del turismo rural que está creciendo exponencialmente. El turista busca el involucramiento en las actividades cotidianas del campo a través del descubrimiento de los saberes agrícolas de un territorio y por extensión del medio ambiente que le corresponde, sus prácticas sociales y las especialidades gastronómicas con base en las producciones locales.

1.4.3.1 Impactos positivos y negativos del Turismo Rural.

Toda actividad Económica y productiva genera impactos positivos y negativos. El nivel de éxito radica en conocerlos para de esta manera potenciar los impactos positivos y neutralizar los impactos negativos, clasifican los siguientes impactos positivos y negativos del turismo rural, (Cánoves et al.,2006, p. 212):

Cuadro 5: Impactos positivos y negativos del turismo rural

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<p>Socio – económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversifica las economías rurales, potenciando el sector de los servicios • Genera nuevas demandas de servicios para la comunidad y ayuda a la creación y mantenimiento de las infraestructuras • Promueve actividades innovadoras • Ayuda al desarrollo de productos locales y artesanías • Genera nuevos puestos de trabajo • Proporciona ingresos complementarios a las economías familiares • Crea oportunidades para jóvenes y mujeres • Ayuda a reducir el éxodo rural • Contribuye a potenciar las migraciones de retorno 	<p>Socio – económicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los puestos de trabajos que se crean son muchas veces medio tiempo o de temporada • Genera inflación e incrementos de precios en la comunidad • Es una actividad estacional y necesita del complemento de otras rentas • Introduce inversiones ajenas a la comunidad • Puede alterar de la dinámica económica de la comunidad • Los beneficios generados pueden no repartirse de forma equitativa
<p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recupera y revitaliza la cultura local • Potencia el sentido de identidad de la comunidad • Potencia el autoestima de la comunidad y las actividades colectivas • Ayuda a la identificación y conocimiento del lugar • Proporciona oportunidades de intercambio cultural entre los residentes locales y los nuevos llegados. 	<p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede degradar y volver artificial la cultura local • Puede alterar el equilibrio social de la comunidad • Puede despertar sentimientos de rechazo a los nuevos llegados • Puede generar sensación de usurpación de identidad y marginación de la comunidad local

Medio Ambiental

- Contribuye a ser un factor de revitalización de los recursos naturales de la región.
- Contribuye a la concienciación patrimonial y medioambiental.
- Favorece la protección de espacios rurales.
- Potencia la sensibilidad medioambiental de la comunidad local.
- Potencia el mantenimiento de la actividad agrícola y los mosaicos del paisaje.
- Reutiliza las construcciones antiguas y reduce las manifestaciones constructivas.

Medioambiental

- La actividad turística y los turistas generan impacto ambiental.
- El turismo genera polución, desechos, contaminación acústica y contaminación lumínica.
- El turismo consume recursos ambientales y altera los hábitats locales de flora y fauna.

Fuente: Cánoves, Villarino, & Herrera, 2006

Elaboración: Equipo consultor

Un factor importante a destacar del turismo rural es que no es solamente una actividad realizada en espacios naturales, sino que combina recursos naturales, culturales y humanos de forma integral para lograr la experiencia.

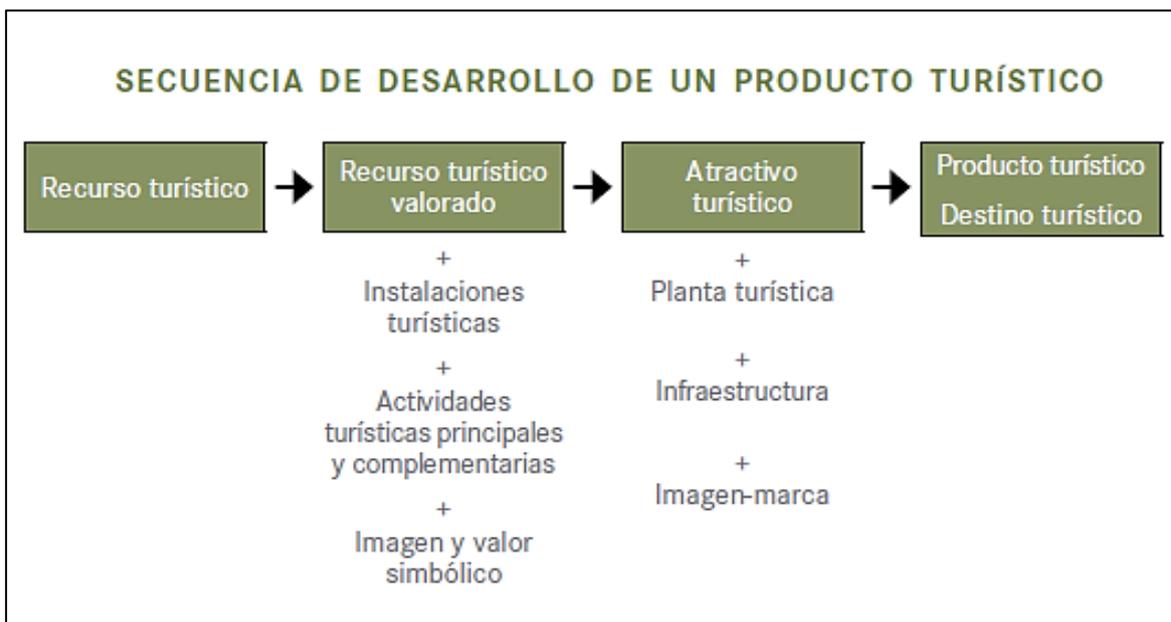
1.5 El Producto Turístico.

Un producto turístico no es únicamente un lugar bonito o con algo que ofrecer. Para que pueda ser considerado producto se necesita de la conjugación de componentes tangibles e intangibles donde se incluyen:

- Recursos y atractivos.
- Equipamientos.
- Infraestructuras.
- Servicios.
- Actividades recreativas.
- Imágenes y valores simbólicos.

A través de esta conjugación los turistas deben percibir beneficios y necesitan sentir satisfechas sus expectativas. El proceso de desarrollo de un producto según SECO (2015) pasa por las siguientes fases:

Gráfico 7: Secuencia de desarrollo de un producto turístico



Fuente: SECO, 2015

El Recurso Turístico constituye la materia prima para el desarrollo del producto, es el elemento por la cual los turistas deciden visitar un determinado lugar.

Los recursos turísticos se clasifican básicamente en naturales, que son propios de la naturaleza y culturales que tienen intervención humana.

La planta turística integra los servicios que se les venden a los turistas. Está integrada por dos elementos:

- a) Equipamiento
 - a. Alimentación
 - b. Alojamiento
 - c. Recreación
 - d. Otros servicios

El equipamiento incluye mayoritariamente establecimientos administrados por la empresa privada y otros por la empresa pública, por lo que es necesario una sinergia entre los dos sectores.

- b) Instalaciones
 - a. De agua y playa
 - b. De montaña
 - c. Generales

Instalaciones se denominan a todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades que son parte de la actividad turística. Se restan de este rubro las ya descritas como equipamiento.

La infraestructura es fundamental para el desarrollo de la actividad turística, corresponde a los bienes y servicios que sostienen la estructura social, su objetivo básico no es potenciarla pero la facilita mediante:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.
- Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

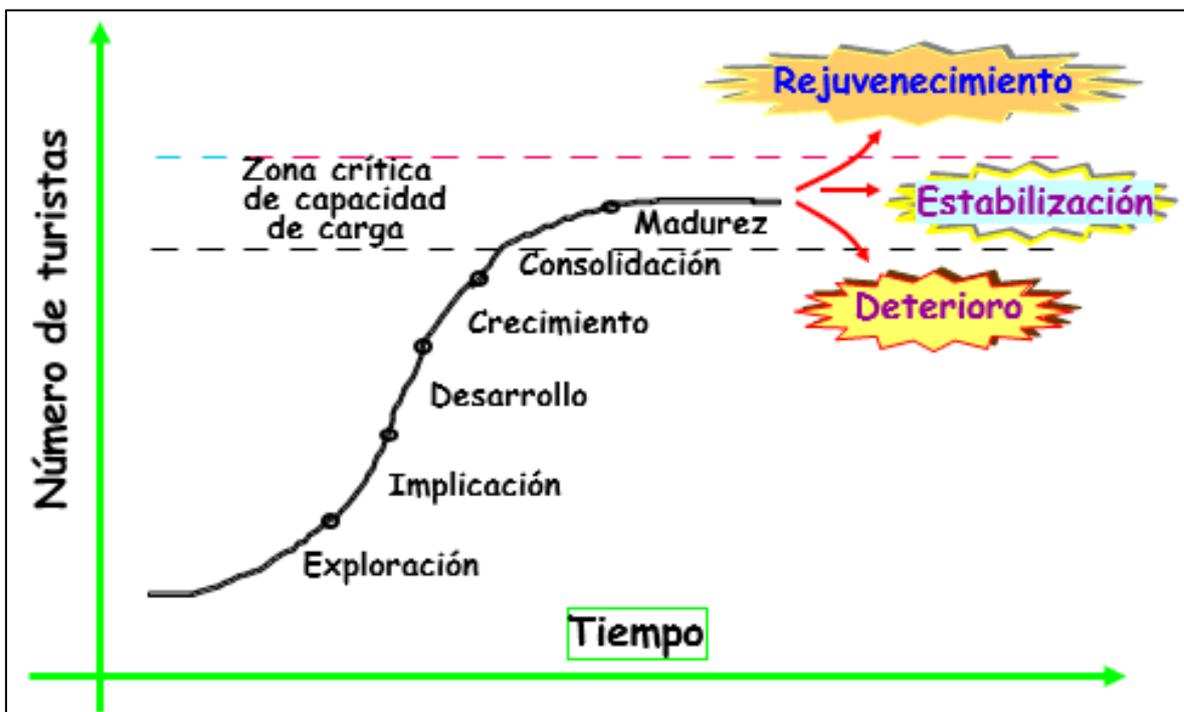
La superestructura comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de la planificación, organización, dirección y control del turismo, optimizando y cambiando el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema y buscando la armonización de sus interrelaciones, con el propósito de

facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

La Imagen y el valor simbólico son el conjunto de ideas o conceptos que se tiene de un determinado lugar a nivel individual o colectivo. Es importante tomar atención al desarrollo de este aspecto, debido a que puede influir enormemente en la decisión final de compra y consumo de un producto turístico.

Es importante destacar que el turismo no es una necesidad básica del ser humano; por lo que las personas pueden prescindir de él si no perciben beneficios reales en su práctica o no es suficientemente atractivo. Un producto pasa por diversas fases como se muestra a continuación en el modelo que propone Butler.

Gráfico 8: Ciclo del producto turístico



Fuente: Modelo de Butler

La etapa de exploración es donde aparecen en el destino un pequeño grupo de visitantes interesados en el lugar; generalmente atraídos por sus características, particularidades naturales y culturales, en ocasiones por la falta de infraestructuras que lo convierten en un lugar privado. En esta etapa el contacto con la población local suele ser fluido y cordial. El entorno físico y social se ven alterados de manera limitada, normalmente no se generan réditos económicos considerables.

En **la etapa de implicación** comienzan las iniciativas locales y los primeros esfuerzos para desarrollar la planta turística del destino, además se comienza la promoción del sitio; esto provoca que el número de visitantes crezca y haya un flujo turístico más continuo. Aparece la estacionalidad (temporada alta y baja). Aparecen emprendedores locales, lo que aumenta su promoción, esto hace que las administraciones públicas vean la necesidad de proveer nuevas infraestructuras, básicamente relacionadas con el transporte para mejorar la accesibilidad.

En **la etapa de desarrollo y crecimiento** el número de visitantes empieza a crecer progresivamente motivados entre otras cosas por la promoción que se le ha hecho al destino. El negocio turístico empieza a pasar en muchas ocasiones de la gente local a las compañías foráneas, produciéndose cambios significativos en el control de determinados segmentos del sector, sobre todo en los vinculados al alojamiento.

Este proceso se puede ver relacionado con la mejora en las condiciones de vida de los habitantes locales, pero también puede influir negativamente en los atractivos culturales y naturales provocando su deterioro. En esta etapa la popularidad que comienza a tener el destino puede traer problemas de sobre ocupación y deterioro en la calidad del producto ofrecido. La población local puede empezar a desencantarse del destino en este momento; de ahí la importancia de un buen control político regional y nacional.

En **la etapa de consolidación** la tasa de crecimiento de los visitantes sigue subiendo pero comienza a ser lenta y el destino comienza a sufrir desgaste en su infraestructura. El número de visitantes comienza a ser mayor que el de los residentes lo cual puede generar problemas sociales. En esta etapa el destino es perfectamente identificable como una economía que vive del turismo, lo que produce un distanciamiento con respecto las actividades tradicionales e identidad cultural inicial. Los esfuerzos se encaminan en aumentar el periodo de estancia del turista en el destino, procurar un mayor gasto per cápita, así como desestacionalizar la temporada turística.

En **la etapa de madurez** o también llamada de estancamiento las llegadas de visitantes alcanzan su tope, el destino deja de estar de moda y empieza a deteriorarse. Se trata de dar un nuevo enfoque y empieza a utilizarse parte de la infraestructura turística en otro tipo de negocios. El destino empieza a tener más problemas sociales, medioambientales y

económicos. Los problemas para mantener los antiguos niveles de ocupación son cada vez mayores y el desarrollo económico se produce en las periferias del destino.

En la etapa de declive el producto ya no es interesante para la demanda, si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino entrará una etapa en la que no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes; también se puede producir un exceso en la capacidad de carga del destino. Comenzarán a aparecer los visitantes de fin de semana o excursionistas, la infraestructura se utilizará en asuntos ajenos a la actividad turística, lo que será menos atractivo para los turistas, y algunos hoteles pueden convertirse en casas o residencias de particulares.

Un escenario alternativo **en esta etapa es el rejuvenecimiento**, donde mediante un trabajo de planificación conjunto entre organizaciones públicas y privadas, se puede cambiar por completo las características de atracción del destino; intentando refrescar la oferta y dirigir los esfuerzos hacia mercados específicos que tengan interés en el destino. El rejuvenecimiento se trata de renovación, de poner algo extra que vuelva a captar el interés, no se trata de un relanzamiento. Es sumamente importante identificar con claridad en qué fase de su desarrollo se encuentra cada uno de los productos turísticos, para en función de este tomar las decisiones adecuadas que retrasen su deterioro; si un producto que ha llegado a su madurez no se lo rejuvenece está destinado a desaparecer.

Dependiendo de su orientación el producto puede tener diferentes componentes, Jafari (1973) hace la siguiente clasificación:

Orientado hacia el turista: Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo. Bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores. Estos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas, información y otros.

Orientado a los residentes: Bienes y servicios que son producidos principalmente para el uso y consumo de la población local, como puede ser la infraestructura, la seguridad, farmacias y hospitales, tiendas y muchas otras.

Producto integrado: Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere mientras se encuentra lejos de casa, y que en términos generales es la suma de los bienes y servicios de las dos categorías anteriormente mencionadas. (p.74).

1.5.1 El capital humano como parte inherente del producto turístico.

La subjetividad es una característica intrínseca del turismo; el ser indisociable, perecedero, variable e intangible lo convierte en un sector sensible. Un servicio no puede efectivizarse sin la intervención de un prestador del mismo, lo que lleva a centrarse en la importancia del capital humano, este es definido por Lillo, Rodríguez & Jiménez (2007) como “La cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo” (p.47-69), evidenciando la complejidad de la consecución de calidad en el servicio, debido a que no depende únicamente de estudios, sino también de habilidad y experiencia.

Las deficiencias en formación profesional son motivo de preocupación para los principales organismos de la industria el World Travel & Tourism Council (2015) realizó un análisis exhaustivo de los problemas del capital humano en el contexto turístico concluyendo que existen vacíos en la formación del personal, este es poco cualificado y experimentado lo que conduce a estándares bajos de servicio al cliente y calidad. Destaca cómo la falta de personal cualificado causa que un número importante de establecimientos tenga problemas para cumplir con los estándares de calidad; además que más del 50% de los empresarios que experimentan escasez de talento dicen tener un impacto de medio a alto en su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente. (p.37).

Ecuador posee innumerables ventajas comparativas, sin embargo estas no son suficientes si no se agregan ventajas competitivas mediante el fortalecimiento capital humano para lograr la calidad turística; ya que es lo que brinda diferenciación de la competencia en base a las capacidades del personal que entrega el servicio. Como lo resalta Mochón (2004) los activos tangibles son fácilmente sustituibles en el mercado y no generan ventajas competitivas, por lo que la atención debe ponerse en los activos intangibles y en especial al capital humano. (p. 41).

En el informe avalado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL, en lo referente a Políticas de Empleo en la Planificación Turística Local de Ecuador destacó la necesidad de focalizar esfuerzos en formación para el trabajo. Los resultados sobre la microempresa turística señalaron como principales problemas las carencias en capacitación, asistencia técnica, promoción y seguridad. (Navarro, 2005, p.125).

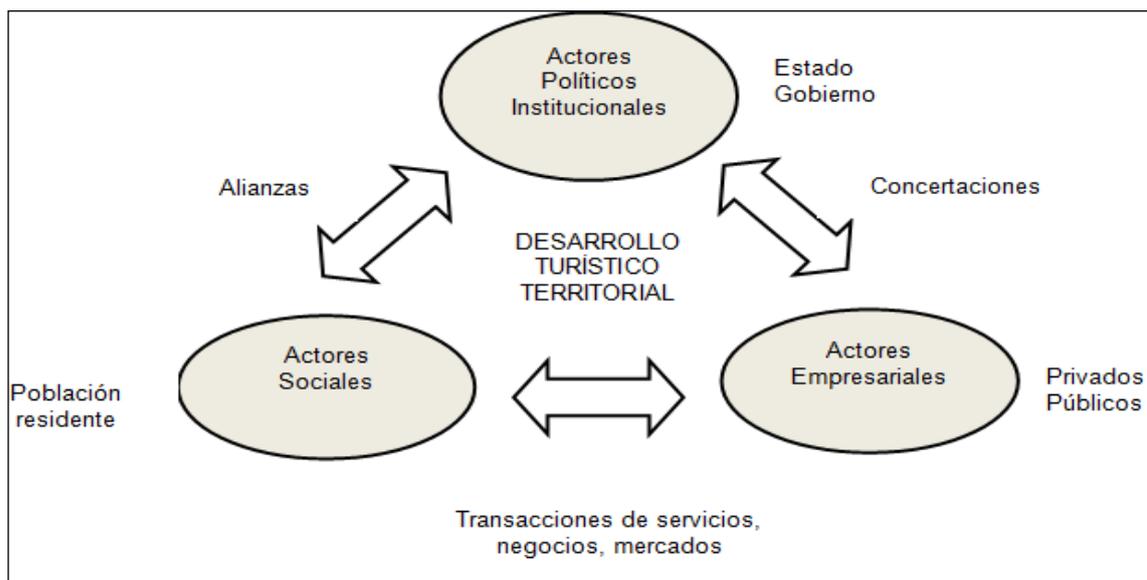
1.6 Los Territorios Turísticos Municipales

El desarrollo del turismo depende del alcance de los objetivos que se hayan establecido dentro de la administración pública nacional y sus distintos niveles descentralizados; siendo el factor institucional administrativo de las municipales el ente planificador del territorio ya que garantiza la aplicabilidad de políticas públicas y la gobernabilidad requerida para la gestión y solidez de la actividad. (Secretaría de Turismo México - SECTUR, 2003, p. 19-22).

Y es que tanto el Estado y mucho más las Municipalidades enfrentan un desafío en el ámbito turístico concerniente al aspecto económico ya que no solamente se lo mira como una línea de desarrollo por la generación de empleo o por dinamizar las económicas locales sino porque permite mejorar aspectos de infraestructura cubriendo las necesidades básicas y a su vez las necesidades de recreación de la población.

El turismo en el municipio se establece como la predisposición y voluntad de todos los actores sociales implicados en la actividad, lo que significa asumir un compromiso de colaboración y corresponsabilidad, buscado alcanzar los intereses colectivos a partir de una meta común, por lo que en la estructurar de actores se debe considerar lo siguiente:

Gráfico 9: *Sistemas de articulación de actores integrados en el desarrollo de la actividad turística.*



Fuente: Perera y Betancourt, 2016

En este proceso es importante determinar que el municipio encabeza el desarrollo turístico local ya que es el ente regulador, interviniente para suplir las demandas sociales y a su vez empresariales y articulando la gestión pública para aunar voluntades entre los actores sociales.

La participación de los actores fortalezca la inversión privada y el accionar de los empresarios en la región. Consolida el desarrollo de la actividad turística en el marco de un turismo sostenible, siendo uno de los principales objetivos el conciliar las exigencias legítimas de cada grupo a través de las consultas pertinentes que promuevan la colaboración y corresponsabilidad en el desarrollo turístico local. (SECTUR, 2003, p.39-41).

Por lo que es importante conocer los intereses de cada grupo:

Interés del municipio:

- Elevar la calidad de vida de la población.
- Generación de empleo bien remunerado.
- Redistribuir el ingreso.
- Regular la ordenación territorial y la generación de la infraestructura y equipamiento necesario al municipio.
- Impulsar la capacitación técnica
- Lograr una gestión eficiente de los medios económicos y humanos disponibles.
- Velar por la conservación del patrimonio natural y edificado.
- Crear condiciones favorables para los inversionistas

Interés empresarial:

- Condiciones favorables.
- Acceso a facilidades financieras.
- Contar con mano de obra capacitada y eficiente.
- Servicios e infraestructuras de apoyo.
- Gestión de permisos y autorizaciones.
- Contar con información básica para la realización de inversiones rentables y seguras.

Interés comunitario:

- Mejorar sus condiciones de vida.
- Tener acceso a oportunidades de trabajo.
- Disponer de los servicios básicos necesarios.
- Servicios de salud, educación y recreación.
- Mayor participación en las decisiones políticas que afectan su modo de vida.
- Conservar el patrimonio natural, histórico y cultural.

A partir del reconocimiento de los interés que motivan a cada grupo, estos a su vez deben consolidar voluntades para generar intereses que sean considerados como deseables, y que se puede construir un pacto social en beneficio del turismo.

Interés compartido:

- Mejorar la infraestructura, servicios y equipamiento de apoyo.
- Crear y apoyar alternativas de desarrollo económico.
- Revalorar el talento local.
- Conservar el patrimonio.
- Impulso a la creación de PYME's Turísticas.

Cuando un municipio se define a sí mismo como turístico, dicha actividad se convierte en su eje económico y esta decisión debe ser compartida por todos los actores sociales, conscientes de que tal interés será prioritario. El diálogo entre todas las fuerzas es fundamental, basado en unas relaciones fluidas y complementarias. Por el contrario, el aislamiento de cada grupo en sí mismo, y su acción desordenada, sólo conduce al caos, que en ningún caso es la fórmula del progreso económico equilibrado y participativo que plantea el turismo sustentable.

1.6.1 Participación de los actores locales en el desarrollo de los destinos turísticos.

El desarrollo del turismo no es una actividad que pueda ser planificada a puertas cerradas, por el contrario es necesario establecer cuál es el nivel de impacto que la actividad puede generar en la localidad, ya que al establecer sus limitantes se puede diseñar estrategias acorde que generen beneficios sociales a todos sus involucrados.

Para ello es esencial adquirir un conocimiento práctico sobre el estado y nivel de integración de los actores locales en la actividad turística; a lo que se puede establecer como la participación e involucramiento que tiene cada actor en el desarrollo del turismo siendo un factor importante que contribuye al fortalecimiento de capacidades y a la estimulación de la inversión del destino. Por lo que Vignati (2009) motiva a una mayor competitividad del destino a partir de la formulación de estrategias internas que permitan definir sus productos y establecer estrategias comparativas o complementarias con otros similares en la región. (p.136).

Se debe destacar que la participación de los actores locales contribuye al equilibrio de las fuerzas económicas siendo compatibles con los idearios de sostenibilidad ambiental, social y cultural del territorio. Para ello, se debe considerar que el aspecto económico puede generar la explotación del turismo. Por lo que es imperativo que tanto los administradores como los actores sociales deban trabajar en conjunto y ejecutar juntos en encontrar puntos de equilibrios entre el crecimiento económico y el desgaste de los recursos que permiten ese crecimiento, situación que solo se puede minimizar si la participación unánime de los actores locales se consolide.

1.6.2 Desarrollo Local.

El desarrollo local demanda de esfuerzos articulados de actores estatales y privados (empresas, sindicatos y otras entidades de la sociedad civil) dispuestos a canalizar proyectos colectivos que hayan sido estructurados a través del consenso generado entre estos actores, buscando no solo alcanzar los objetivos particulares o corporativos, sino que alcancen beneficios ciudadanos de interés público y del desarrollo del municipio como un todo.

Autores como Solaris & Pérez (2005) son determinantes en señalar que el desarrollo local:

“Se cimienta y asegura en una participación social que es capaz de construir, decantar y acumular capital social y simbólico, identidad territorial, ciudadanía; y transformar/fortalecer la institucionalidad local, generar nuevos arreglos institucionales adecuados al crecimiento equitativo y a provocar/operar con formas sanas de hacer política, coadyuvando en la constitución de mejoras tendenciales en la competitividad local que adopta, así, un basamento firme y articulado”. (p.50)

Es claro que la articulación de desarrollo local es un desafío ya que al cumplirse converge en el fortalecimiento de aspectos endógenos básicos que permite aunar voluntades dentro de las comunidades sean estas rurales o parroquiales, situación que la posibilidad de articulación de proyectos de desarrollo local más integrados con bases en la realidad local y que, en función de ella, permitan establecer las áreas de trabajo prioritarias y potenciar la acción de los agentes locales de desarrollo. Siendo de este modo una estrategia que permite el desarrollo turístico local y fortalece la estructura de la política de la región, revitalizando la economía y permitiendo la reducción de desequilibrios sociales.

1.6.2.1 El turismo como estrategia de desarrollo local.

El turismo como estrategia de desarrollo local se refiere a la gestión articulada de los municipios y juntas parroquiales para el desarrollo turístico, asumiendo acciones en función de sus niveles jerárquicos y de gestión turística dentro de sus territorios para consolidar aspectos público privados en acción al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Varios autores como Monteserín (2008) y Porras (2015) mencionan al turismo como una actividad multisectorial que se ha convertido en uno de los principales factores de dinamización del desarrollo económico, ya que actúa como punto intermedio entre los procesos de globalización actual y las propuestas de reactivación de los ámbitos rurales o en crisis, ejemplos de ello es la oportunidad que se dieron los agricultores de Quindío en implementar estrategias de desarrollo turístico que dieron origen al Eje Cafetero Colombiano siendo una de las experiencias exitosas de un territorio planificado para y por las personas.

El desarrollo local requiere del conocimiento de las demandas particulares de cada espacio, como son la geografía, la composición de su población y de los recursos territoriales; permitiendo la comprensión entre las realidades locales y la cultura universal, esta última enmarcada en la globalización lo que genera un fenómeno caracterizado por la hibridación. Los territorios deben poner en valor de sus recursos culturales y naturales para armonizarse con las realidades actuales y demandas de los visitantes y lograr a un servicio de calidad.

El lograr el equilibrio entre estos dos aspectos, el de conservar las costumbres y cultura, y a su vez ser promotor de servicios turísticos demanda estrategias básicas de concienciación

turística de preservación de lo local y a su vez que desde el territorio se consolide la oferta de servicios que permita la reactivación económica siendo un lineamiento que debe ser considerado como uno de los objetivos principales de los planes de ordenamiento y gestión de los territorios; el turismo debe aparecer entonces como un factor estratégico, un recurso importante, un recurso que debe ser administrado en concordancia con la realidad territorial y las especificidades de cada lugar.

1.6.3 Turismo y la Descentralización Municipal.

Al hablar de descentralización se lo establece como parte de un proceso de administración pública que tiene como finalidad la Modernización del Estado, generando acciones conjuntas que permitan una mayor responsabilidad en suplir las necesidades del territorio.

La descentralización persigue la distribución territorial equitativa del poder político y económico. Por lo que permite una mayor cobertura de los espacios de representación y a su vez, una mayor garantía de gobernabilidad, una reducción de la burocracia, mayores asignaciones de recursos más eficientes; una participación ciudadana más comprometida y ordenada y la construcción de nuevos modelos de desarrollo.(Maldonado, 2008, p.56-78).

Para que la descentralización sea un proceso legal esta forma de administración debe estar sustentada en la Constitución, ya que es este cuerpo legal el que reconoce al municipio como instancia para el ejercicio del poder, lo que conlleva al acercamiento sustancial a las autoridades ciudadanos-municipio. Y es que debido a que la prestación de los servicios locales que recae en el municipio, se define como invaluable la reasignación de funciones como es la de generar el bienestar particular de cada comuna la cual debe ser gestionado por el presidente municipal. (Wallingre, 2014, p.20-22).

La Constitución Política Ecuatoriana, en el Artículo 226, establece un marco jurídico favorable para generar el proceso de descentralización, concretándose en la Ley de Descentralización y Participación Social y se reglamenta en el Decreto Ejecutivo 1581. En cuyo Artículo 3 de la Ley Especial de Descentralización del Estado y de Participación Social, se define que:

“La descentralización del Estado consiste en la transferencia definitiva de funciones, atribuciones, responsabilidades y recursos, especialmente financieros,

materiales y tecnológicos de origen nacional y extranjero, de que son titulares las entidades de la función ejecutiva hacia los Gobiernos Seccionales Autónomos a efectos de distribuir los recursos y los servicios de acuerdo con las necesidades de las respectivas circunscripciones territoriales”

Todo gobierno municipal gestiona y administra un determinado espacio políticamente organizado, cuya base es una comunidad sociopolítica natural, que posee vida urbana propia e intereses específicos, le corresponde el gobierno y la administración garantizar las condiciones de vida de sus ciudadanos. Por lo que requiere de organismos internos que posibiliten dicho proceso de administración local y del apoyo y direccionamiento de los distintos ministerio de la administración nacional para consolidar dichos procesos.

A partir de estos conceptos el Ministerio de Turismo Ecuador determina que la descentralización es una herramienta eficaz que consolida la transferencia de funciones y mayor efectividad en la distribución de los recursos económicos entre el gobierno nacional y las autoridades municipales (MINTUR, 2002); de esta manera se establece que los procesos de descentralización promueven un mayor desarrollo de la actividad turística, ya que, serán las comunidades locales las que asuman los compromisos y roles que den viabilidad al sector a partir de la coordinación y gestión participativa de los actores del territorio.

En este sentido la política pública señala que entre las funciones está formular políticas turísticas de acuerdo al ámbito de su jurisdicción, coordinar la planificación y desarrollo de nuevos productos turísticos a partir de la aplicación de métodos de participación local para el diseño de planes, programas y proyectos de carácter cantonal.

El Código Orgánico de Organización Territorial Autonomías y Descentralización(2010), establece que siendo el municipio el ente regulador de las actividades turísticas, éste estará encargado de conceder y renovar licencias de funcionamiento, así como controlar las actividades y horarios de los distintos establecimientos registrados en el catastro turístico del cantón, siendo importante recalcar que esta instancia debe crear y operar las oficinas de información turística y procesos de asistencia y seguridad turística a fin de fortalecer el destino turístico.

1.7 Marca turística.

El proceso para el desarrollo de la marca de un destino turístico es tan importante como la marca en sí misma, ya que si este proceso se desarrolla a puertas cerradas, se corre el riesgo de que la marca no sea aceptada por la sociedad y pierda su valor. Por lo que al diseñarse debe ser un evento que llame la atención del público y que genere un acuerdo de voluntades para su implementación.

Un destino turístico sin marca no tiene identidad, por lo tanto una de las primeras acciones del proceso de publicidad y promoción es el desarrollo de la marca, la cual tiene un papel fundamental en el aspecto político, social y mercadológico para el desarrollo de la actividad turística.

Cuando se establece que la marca tiene un papel político es porque el proceso de desarrollo de la marca debe ser visto por los dirigentes como una acción de interés público, por lo que se recomienda que la marca no solo sea resultado de un concurso público sino que se invite a organizaciones de la sociedad para que formen parte del grupo que elegirá la marca y como esta representará en los años siguientes.

El papel social de la marca está dada cuando esta expresa los sentimientos y valores que comparte la comunidad local, movilizándola, fortaleciendo su espíritu cívico, valorizando su autoestima y memoria social.

El papel mercadológico de la marca se debe al hecho de que constituye el principal elemento de comunicación del destino turístico. Siendo el único elemento capaz de transmitir la identidad y posicionamiento del destino turístico en el mercado.

Es importante destacar que de acuerdo a lo establecido por Vignati (2009) la marca representa uno de los principales recursos de comunicación y con frecuencia, es el activo más importante de toda empresa, y no es diferente para los destinos turísticos; en la actualidad la competencia internacional presiona para que los destinos turísticos se posicionen y diferencien, ello a través de la implementación de estrategias formales, consensuadas por los colectivos permitiendo el desarrollo de la marca del destino. (p.178).

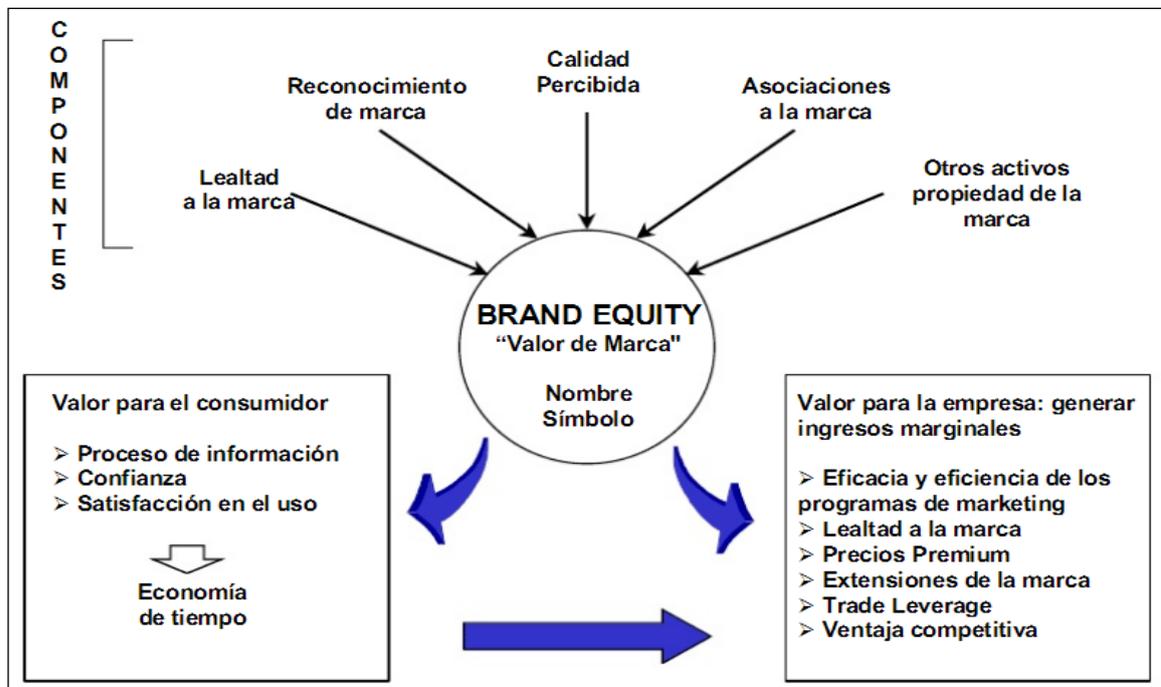
En consecuencia de lo anterior, se debe señalar las cualidades de la marca que según deben estar caracterizada por los siguientes aspectos:

- Impacto, debe captar la atención del consumidor y dejar una impresión positiva en la población local, en el turista real y el turista potencial.
- Atractividad, es el resultado de un diseño creativo, debiendo tener características propias de color, letra y simbología.
- Claridad, debe ser capaz de transmitir significado, relacionado con las características únicas del destino.

1.7.1 Capital de Marca (Brand Equity).

Las marcas son más que sólo nombres y símbolos. Son un elemento fundamental en las relaciones de la empresa con los consumidores ya que estas representan las percepciones de los consumidores y sus sentimientos acerca de un producto y su rendimiento, en general le dan un significado al producto o el servicio para los consumidores. En un análisis final, las marcas existen en las cabezas de los consumidores.

Gráfico 10: Fundamentos del Marketing



Fuente: Armstrong & Kotler, 2013

Para autores como (Armstrong & Kotler, 2013), una marca poderosa tiene un alto capital de marca, caracterizándose en que:

- Es una medida de capacidad de la marca para captar la lealtad y preferencia de los consumidores.
- El capital de marcas el efecto diferenciado que tiene el conocimiento del nombre de la marca en la respuesta del consumidor al producto o a su marketing.
- Una marca tiene un capital de marca positivo cuando los consumidores reaccionan más favorablemente ante ella en comparación con una versión genérica o sin marca del mismo producto; su capital de marca es negativo si los consumidores reaccionan menos favorablemente que ante una versión sin marca.

El capital de marca positivo se deriva de los sentimientos del consumidor hacia la marca y las conexiones que tenga con ella. A veces, los consumidores se vinculan muy estrechamente con marcas específicas. Una marca con alto capital de marca es un activo muy valioso. La valoración de marcas el proceso de estimar el valor financiero total de una marca.

Un alto capital de marca le da a una empresa muchas ventajas competitivas, por lo que se puede considerar:

1. Una marca poderosa goza de un alto nivel de conocimiento de la marca y lealtad por parte de los consumidores, debido a que:

Los consumidores esperan que las tiendas tengan en existencias una marca en particular, la empresa tiene más influencia en la negociación con los revendedores.

El nombre de la marca tiene alta credibilidad, la empresa puede lanzar con más facilidad las extensiones de marca y de línea.

2. Una marca poderosa también ofrece a la empresa alguna defensa contra la feroz competencia de precios.
3. Una marca poderosa constituye la base para construir rentables y fuertes relaciones con los clientes.

El activo fundamental que se oculta en el capital de marca es el capital del cliente, es decir, el valor de las relaciones con los clientes que crea la marca.

4. Una marca poderosa es importante, pero lo que en realidad representa es un conjunto rentable de clientes leales.

El enfoque adecuado de marketing es crear capital de clientes, donde la gestión de la marca sirve como una importante herramienta de marketing. Las empresas necesitan pensar en sí mismas no como portafolios de marcas, sino como portafolios de clientes.

1.7.1.1 Construcción de marcas fuertes.

Las marcas son activos poderosos que deben ser cuidadosamente gestionados y desarrollados, para ello las principales decisiones de estrategia de marcas involucran:

Gráfico 11: Sistema de construcción de marcas fuertes



Fuente: Armstrong & Kotler, 2013

a) Posicionamiento de la marca

Consiste en posicionar la marca con los atributos del producto, en un nivel alto las marcas se posicionan en fuertes creencias y valores, involucrando a los clientes en un nivel profundo y emocional. Al posicionar una marca, se debe establecer una misión para la marca y una visión de lo que la marca debe ser y hacer. (Armstrong & Kotler, 2013, p. 194-206).

La marca es la promesa de la empresa para proporcionar un conjunto específico de características, beneficios, servicios y experiencias de forma consistente a los compradores, por lo que dicha promesa de la marca debe ser sencilla y honesta.

b) Selección del nombre de la marca

Un buen nombre puede contribuir enormemente al éxito del producto, sin embargo, encontrar el mejor nombre para la marca es una tarea difícil, ya que comienza con una revisión cuidadosa del producto, sus beneficios y el mercado meta. Después de eso,

denominar una marca se vuelve parte ciencia, parte arte y parte instinto. (Armstrong & Kotler, 2013).

Las cualidades deseables para un nombre de marca incluyen las siguientes:

- Debe sugerir algo sobre beneficios y cualidades del producto.
- Debe ser fácil de pronunciar, reconocer y recordar.
- El nombre de la marca debe ser distintivo.
- Debe ser extensible
- El nombre debe ser fácil de traducirse a otros idiomas.
- Debe poder ser registrada y protegida legalmente, no se puede registrar un nombre de marca si infringe sobre nombres de marcas existentes.

Siendo importante resaltar el término **Denominación de Origen** siendo aquel signo que identifica un producto proveniente de determinada región y que reúne requisitos específicos como factores humanos y naturales.

c) **Patrocinio de la marca**

Correspondiente a la habilidad de establecer alianzas y propiciar la combinación de marcas, estrategia que permite expandir la marca existente hacia una categoría a la que de lo contrario podría tener dificultades para entrar por sí sola; la combinación de marcas también puede tener limitaciones, ya que este tipo de relaciones usualmente involucran licencias y contratos legales complejos, por lo que los socios en una combinación de marcas deben coordinar de manera cuidadosa su publicidad, promoción de ventas y otros esfuerzos de marketing. (Armstrong & Kotler, 2013, p. 194-206).

d) **Desarrollo de la marca**

Toda organización que apueste por desarrollar una marca tiene cuatro opciones cuando se trata de desarrollar marcas.

Puede introducir **extensiones de línea** cuando se producen cuando una empresa extiende marcas existentes a nuevas formas, colores, tamaños, ingredientes y sabores de una categoría de producto existente; **extensiones de marca** la cual extiende el nombre actual de la marca a productos nuevos o modificados en una nueva categoría; **marcas múltiples**

cuando las instituciones a menudo comercializan muchas marcas en una determinada categoría de productos; o **nuevas marcas** ya que cuando la marca decae es necesario crear un nuevo nombre de marca cuando entra en una nueva categoría de producto. (Armstrong & Kotler, 2013, p. 194-206).

1.7.2 Importancia de la Gestión de marcas.

Basados en el trabajo de Armstrong & Kotler (2013) señalan la importancia de que las instituciones deben gestionar de manera cuidadosa sus marcas. En primer lugar, el posicionamiento de la marca debe ser comunicado continuamente a los consumidores, por lo que es importante invertir en campañas de publicidad ya que ayudan a crear reconocimiento del nombre, conocimiento de marca y quizás incluso cierta preferencia de marca. Sin embargo, el hecho es que las marcas no son mantenidas por la publicidad sino por las experiencias de marca que tienen los clientes. (p.210)

Hoy, los consumidores llegan a conocer una marca a través de una amplia gama de acercamientos y puntos de contacto. Éstos incluyen la publicidad, pero también las experiencias personales con la marca, la publicidad de boca en boca, las páginas Web de la institución y muchos otros.

El posicionamiento de la marca para un territorio es esencial ya que si la población local o regional no identifica las particulares a través de una simbología difícilmente puede generarse una promoción eficiente de los productos o servicios que esta puede generar. Por ello es necesario que la localidad viva y promueva la marca, y para ello se requiere generar estrategias de empoderamiento y concienciación.

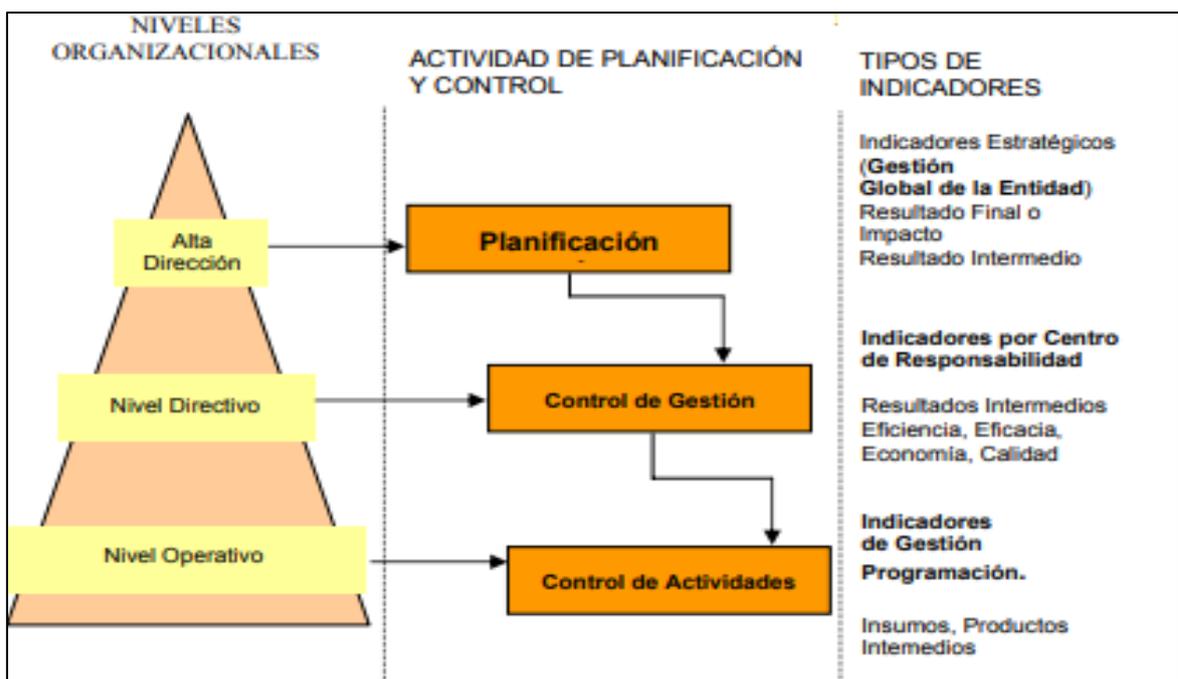
1.8 Planificación Estratégica.

Para autores como Armijos (2009) la Planificación Estratégica es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen (p. 10-15).

La planificación estratégica como instrumento de gestión de resultados nace a partir de un diagnóstico situacional, el cual permite vislumbrar las necesidades prioritarias en las cuales se debe actuar, por lo que se establecen cuáles serán las acciones que se tomarán para llegar a un futuro deseado, el cual puede ser de mediano o largo plazo.

El uso de la planificación Estratégica en el ámbito público comprende uno de las macro actividades de mayor demanda, mucho más cuando están direccionados a la identificación de prioridades y asignación de recursos en un contexto de cambios y altas exigencias por avanzar hacia una gestión comprometida con los resultados. Además que como proceso propicia acciones de control de dicha gestión, con el fin de aplicar acciones de seguimiento para evidenciar el cumplimiento de los objetivos, misión y visión institucional.

Gráfico 12: Tipos de indicadores en los distintos niveles de decisión



Fuente: Armijos, 2009

En el gráfico 12, se analiza de forma horizontal los niveles organizacionales, actividades y tipo de indicadores, comprendidos desde la alta dirección que establece todo un sistema de planificación y conlleva a la ejecución de indicadores estratégicos que permiten el desarrollo institucional; en el nivel directivo se establecen acciones de control de gestión con indicadores de responsabilidad en acción a la eficiencia de los recursos y el nivel operativo que genera el control de actividades a fin de cumplir con una determinada programación de insumos y productos.

La planificación estratégica comprende todo un proceso continuo que requiere retroalimentación sobre cuál es el nivel de impacto de las actividades en los diferentes niveles de organización, las cuales al ser implementadas contar con indicadores claros que permitan evaluar el cumplimiento de dichas acciones a fin de consolidar el control de la gestión.

1.8.1 Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

El término Plan de Desarrollo Turístico se usa extensivamente haciendo referencia a la planificación turística. En general se traduce en un plan estratégico que integra todos los aspectos del desarrollo turístico incluyendo los recursos humanos, medioambientales y socioculturales. Dicho plan parte de la determinación previa de un objetivo que va desde lo más general a lo específico con diferentes niveles de disgregación. Se trata de un objetivo a largo plazo que debe ser consensuado por todos los agentes implicados en su funcionamiento. Posteriormente, se formalizan los instrumentos necesarios para llevar adelante el plan, implementándose los mecanismos de control que aseguren su éxito. (Vignati, 2009, p.73).

En este marco, para el diseño de Planes Estratégico se consolida un gran objetivo que es lograr la reconversión, desarrollo e integración de las iniciativas, proyectos y de la organización de una red de intercambio y cooperación en el territorio y la incorporación de asistencia técnica y financiera a los recursos existentes.

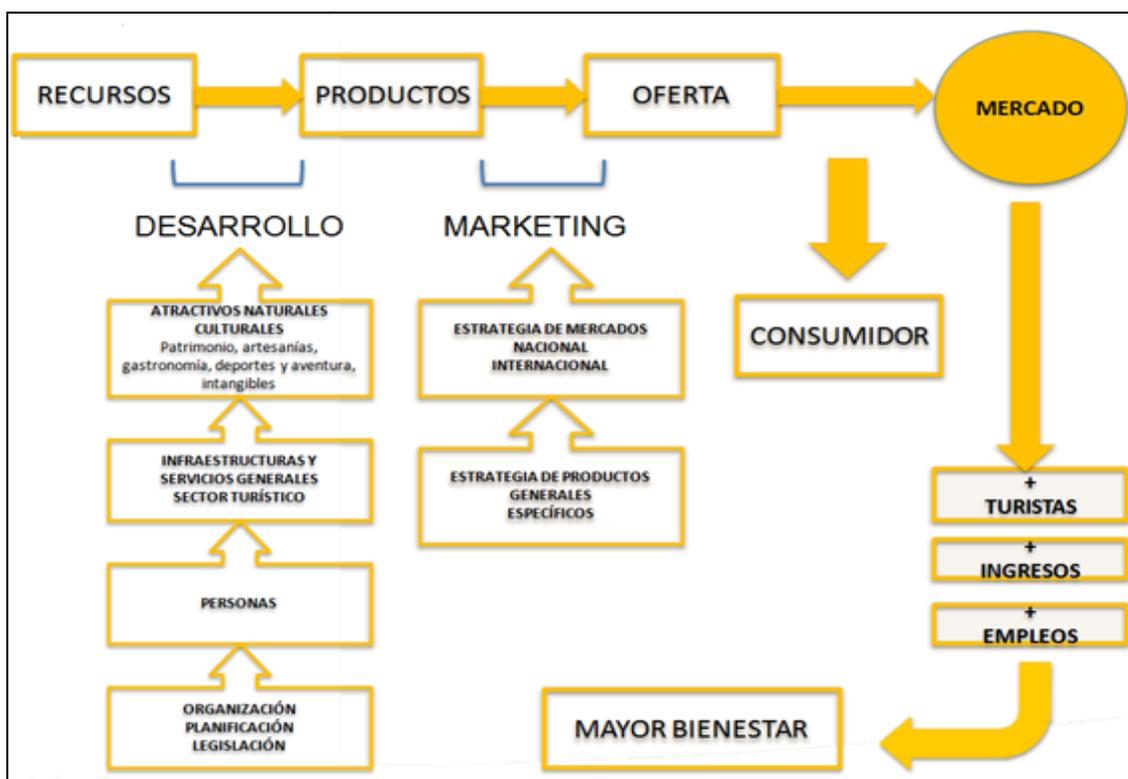
Por lo que partiendo de los lineamientos generales y direccionándolos a la actividad gestión turística de un territorio, la planificación estratégica se orienta sobre las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. Por lo que,

dicha herramienta aplicada al sector de la servucción requiere de la actitud participativa de los actores involucrados en el territorio.

Este aspecto considera la multisectorialidad, término que ayuda a definir objetivos y metas comunes de todos los actores, con base en las características específicas del lugar, de esta forma no solamente se asegura que participen la mayoría de los actores del territorio, sino también se establece una planificación de corto, mediano y largo plazo, que puede facilitar la búsqueda de recursos para su implementación. Además, el plan de desarrollo turístico podría contribuir, a través de su ejecución, al bienestar de la población y al desarrollo sostenible de la zona. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, 2014, p.7-15).

Para los gobiernos desde los años 90 han aceptado que el diseño e implementación de planes es un primer paso para el desarrollo de la industria turística, lo que ha sensibilizado a los actores principales y ha generado un mejor conocimiento del papel que el turismo puede desempeñar en incrementar la entrada de divisas, conservar los recursos naturales y estimular el empleo y la generación de ingresos. (OMT, 2001).

Gráfico 13: Plan Estratégico para apoyo al turismo



Fuente: Chías, 2005

El reconocimiento del turismo como generador de recursos, es un aspecto que motiva a los gobiernos locales a la implementación de planes estratégicos como una metodología que permite ser más que espectador de los acontecimientos sino involucrarse en estos adoptando la capacidad de influir en ellos por lo que conlleva a identificar donde están sus oportunidades de desarrollo y realizar acciones dirigidas a aprovecharlas.

El Plan Estratégico conlleva a la estructuración del sistema turístico, ya que en el eje del desarrollo requiere que tanto los atractivos culturales y naturales identificados como recurso turístico adquieran infraestructura, servicios necesarios y el talento humano idóneo para proporcionar una atención de calidad; y, a fin de conformar el producto turístico también se debe generar el sustento político – administrativo de los gobiernos locales, para promover acciones de planificación y organización de dichos productos.

Una vez conformado el producto turístico es importante seguir evolucionando a partir de la consolidación de aspectos de competitividad, para ello, se requiere la aplicación de estrategias de productos a través de los cuales se canaliza los lineamientos de gestión de servicio y gestión de valor, los cuales una vez establecidos conlleva al nivel de promoción y marketing de mercados nacional e internacional de esta forma se constituye una oferta para el mercado mundial que traduce a atraer turistas y entre mayor afluencia de visitantes se generan mayores ingresos y empleos generando en la población mayor bienestar.

1.8.1.1 Enfoque Territorial.

El enfoque territorial se sustenta en el paradigma de la sostenibilidad, en el que se resalta pilares importantes como son el ámbito social y ambiental, por lo que permite explicar el papel de los entornos en el cual están insertas las comunidades y cómo establecer acciones sobre el espacio e identifica factores de cambio de las relaciones existentes en él.

Autores como Alvarado y Flores (2012) consideran que al territorio:

“Como un producto social e histórico, se le confiere una identidad propia como un sistema dotado de recursos (naturales y culturales), de determinadas formas de producción, consumo e intercambio de una red de instituciones y formas de organizaciones que se encargan de darle cohesión a todos los elementos. Otro factor que involucra el enfoque territorial en el diseño de proyectos sustentados de forma participativa, porque como lo indican estos mismos autores, son las instituciones y

organizaciones del territorio (comunidad) las propietarias del sistema, son quienes lo delimitan y ejercen los mecanismos de comunicación y control del mismo, ya que conocen sus necesidades y posibilidades, son quienes deben decidir el uso de sus recursos y posibilidades, de manera que las relaciones e interrelaciones que existen entre los/las sectores (sociales, políticos, económicos, culturales y naturales) y los/as pobladores/as, se hacen más evidentes y necesarias para promover el desarrollo. Dicho diseño también debe contemplar la ordenación del territorio, lo cual justifica la necesidad de analizar y valorar una serie de factores que contribuyen a explicar los procesos y modelos para la planificación del espacio geográfico”. (p. 218).

Bajo un enfoque territorial son vitales las estrategias de ordenamiento del producto turístico y en las cuales deben ser intervinientes en relación a los acuerdos de desarrollo todos los involucrados, asumiéndose compromisos de organización y de transformación del turismo en el territorio.

Para llegar a estos consensos los planificadores o técnicos del sector turismo deben consolidar y contrastar información de todos los sectores del territorio como son los Planes de Ordenamiento y desarrollo territorial, estudios de medioambiente, considerar las áreas naturales, sistema de información geográfica y estudios de mercados. Ello para la generación de un producto turístico que genere la particularidad de único en la región donde está inmerso dicho territorio.

A través de investigaciones referidas a los planes de desarrollo turísticos en territorios locales, para la articulación público y privado del presente trabajo se evidencia la necesidad de generar sistemas que conlleven al establecimiento de acciones de empoderamiento y de concienciación desde todos los niveles y sectores, ante ello esta fase se sustentada en el enfoque territorial consensuado por (IICA, 2014), en el cual consideran al territorio como:

“Un producto social e histórico –lo que le confiere un tejido social único–, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y una red de instituciones y formas de organización que se encargan de darle cohesión al resto de los elementos”. (p. 16).

Para la generación de planes estratégicos se debe realizar un estudio meticuloso del territorio y de los problemas que este enfrenta, ya que a partir de ello se diseñan las

soluciones y para los cuales es necesario aplicar los ejes del desarrollo sostenible y a partir de ello considerar aspectos de competitividad territorial y que es un aspecto necesario si se busca promover el turismo en espacios naturales y rurales.

1.8.2 Estructura de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico

El diseño metodológico del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el cual se sustenta el presente documento técnico, consiste en dos fases esenciales:

Gráfico 14: Proceso Planificación Estratégica



Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2011

En la Fase 1, donde se realiza el acercamiento general al territorio para identificar los aspectos importantes relacionados al potencial turístico y establecer los lineamientos generales del diagnóstico.

En la Fase 2, consiste en la elaboración del documento sobre el Plan de Desarrollo Turístico del Territorio que comprende las líneas de acción o iniciativas necesarias para el desarrollo turístico del territorio y los mecanismos de seguimientos y evaluación.

En la Fase 3, promueve un eje transversal que consiste en generar sinergias a través de la participación y concienciación social, ya que no solo se trata de ejecutar una metodología sino de integrar a los actores y generar consensos considerando los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales del entorno.

1.8.2.1 Fase Diagnóstica.

Para la elaboración del proceso diagnóstico es importante evidenciar la realidad turística y territorial del área de estudio, y para ello se requiere la recopilación de información descriptivo-analítica y evaluativa las cuales comprende el desarrollo de las siguientes acciones.

Cuadro 6: Proceso Planificación Estratégica. Actividades de la Fase diagnóstica

Fase Diagnóstica	Etapas del proceso diagnóstico	Actividades a realizar:
Descriptivo – Analítica	Expectativas de clientes internos y externos	Estudio de Mercado
		Análisis de Actores involucrados
		Análisis de Tendencias
	Base de datos	Identificar oferta turística
		Características del Territorio
		Revisión de fuentes bibliográficas
Evaluativo FODA	Análisis del Entorno: Oportunidades y Amenazas	Entrevistas expertos, actores claves
		Observación de campo visitas a la población
		Obtención de información públicas privadas
	Análisis Organizacional: Fortalezas y Debilidades	Aplicación de encuestas
		Vocación turística del territorio

Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2011

Es necesario recalcar que cada territorio es diferente, por lo que, los contenidos y enfoques que los técnicos establezcan pueden variar; al momento de realizar el diagnóstico, cabe decidir cuáles son los aspectos relevantes para el territorio específico y en relación con el desarrollo turístico, y cuáles no. Además es importante establecer que en el diagnóstico se pretende elaborar un documento que analiza la situación en el territorio desde diferentes perspectivas.

1.8.2.2 Fase Planificación Estratégica.

En esta fase se define un conjunto de lineamientos, acciones y proyectos eficaces, viables y consensuados, identificando objetivos, actores involucrados, actividades, requerimientos y tiempos, a continuación se presenta cada uno de los puntos:

Misión y visión de futuro: esta primera fase comprende una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares, es la razón de ser de la

organización. Una declaración de propósitos que distinga a una provincia de otra; la segunda es una declaración amplia y suficiente de donde quiere estar la organización en un período determinado de tiempo.

Objetivos: se establecen a partir de identificación de los problemas, causas y efectos que limitan el desarrollo turístico del territorio, pueden definirse los objetivos del plan de acción turística. Estos se componen de un objetivo general y una serie de objetivos específicos; el primero tomará en cuenta todos los elementos contenidos en los apartados anteriores, mientras que los segundos se desarrollarán a partir del objetivo general y los problemas centrales identificados. (IICA, 2014).

Es recomendable que estos objetivos cumplan con las siguientes características: a) deben ser pocos y claros, b) realistas y alcanzables; c) cuantificables y evaluables; d) que sean de consenso.

Estrategias de los objetivos: Son las pautas de acción que permitirán el cumplimiento de los objetivos. Deben plantearse en estricta coherencia con esos objetivos, buscando la rentabilización de las principales oportunidades externas y los puntos fuertes internos, al tiempo que permitan evitar las amenazas externas y los puntos débiles internos.

Son los criterios que guían la acción para alcanzar el estado futuro deseado, y que permiten actuar ante los cambios en el entorno. Es decir, responde a la pregunta: ¿Cómo se va a lograr materializar lo que se pretende hacer?.

Generalmente hay más de un camino para llegar a un determinado resultado, mediante diversas combinaciones de recursos y secuencias de actividades. Esta variedad de opciones es la que determina la existencia de estrategias diferentes para la obtención del mismo resultado.

Sin embargo, entre las distintas alternativas estratégicas, habrá una que es la más efectiva y eficiente. Y, aunque parezca obvio, la estrategia óptima será aquella que:

- a. Nos lleve al estado futuro deseado, y
- b. Maximice el rendimiento de nuestros recursos.

Esta estrategia se puede diseñar, y en la literatura técnica a este diseño se le denomina "Planificación Estratégica".

La Planificación Estratégica conjuga la noción de futuro con la de efectividad. Es la planificación de una situación a alcanzar, con la mayor seguridad de poder hacerlo.

Para ello, los criterios fundamentales son:

a. Basarse en un análisis riguroso del estado presente:

- Situación interna: fortalezas y debilidades.
- Situación externa o análisis del entorno: oportunidades y amenazas.
- Ventajas comparativas y competitivas territoriales.

b. Estar orientada a la acción:

- Tener metas y objetivos claros.
- Inspirar la acción siendo lo suficientemente flexible, como para adaptarse a los actuales tiempos cambiantes.

c. Ser promotora de consensos:

- Promover una alta participación de la comunidad.
- Involucrar a los líderes formales e informales.
- Articular las diferentes formas de organización existentes respetándoles su particularidad.

Planes, programas, proyectos, productos: comprende el producto del plan concerniente al desarrollo de los perfiles de proyectos y programas que se han generado de forma consensuada definen las acciones necesarias para el desarrollo turístico del territorio, por lo que establecen secuencia progresiva de acciones, plazos, responsables.

Estrategias de Competitividad: esta parte del proceso se da en productos turísticos ya consolidados a nivel regional y nacional. Comprende la dinámica de la comercialización de un producto turístico que ha alcanzado diversos factores que condicionan su salud comercial tales como: la calidad del producto a través de los servicios que este genera; los servicios periféricos que requiere para ser viable el servicio como el transporte o guías; y, otros factores concernientes a datos de estudios de mercados, la ética en la prestación del servicio, aspectos de calidad – precio, la sostenibilidad, entre otros.

1.8.2.3 Fase Transversal

El turismo es una actividad que requiere la articulación de los diferentes sectores de la sociedad por lo que se debe de asegurar el involucramiento y participación de los distintos actores involucrados directa e indirectamente en el desarrollo turístico del territorio.

IICA (2014) destaca que esta fase abarca dos aspectos esenciales la participación y la concienciación social, por lo que se aplica una metodología multisectorial en la cual el equipo técnico propicia el involucramiento de los distintos actores desde los funcionarios del gobierno local, instituciones de servicio público, empresa privada, gremios, asociaciones, emprendedores, organizaciones comunales, y para ello se recomienda tareas y responsabilidades que implican la articulación y dinamización del proceso, como son:

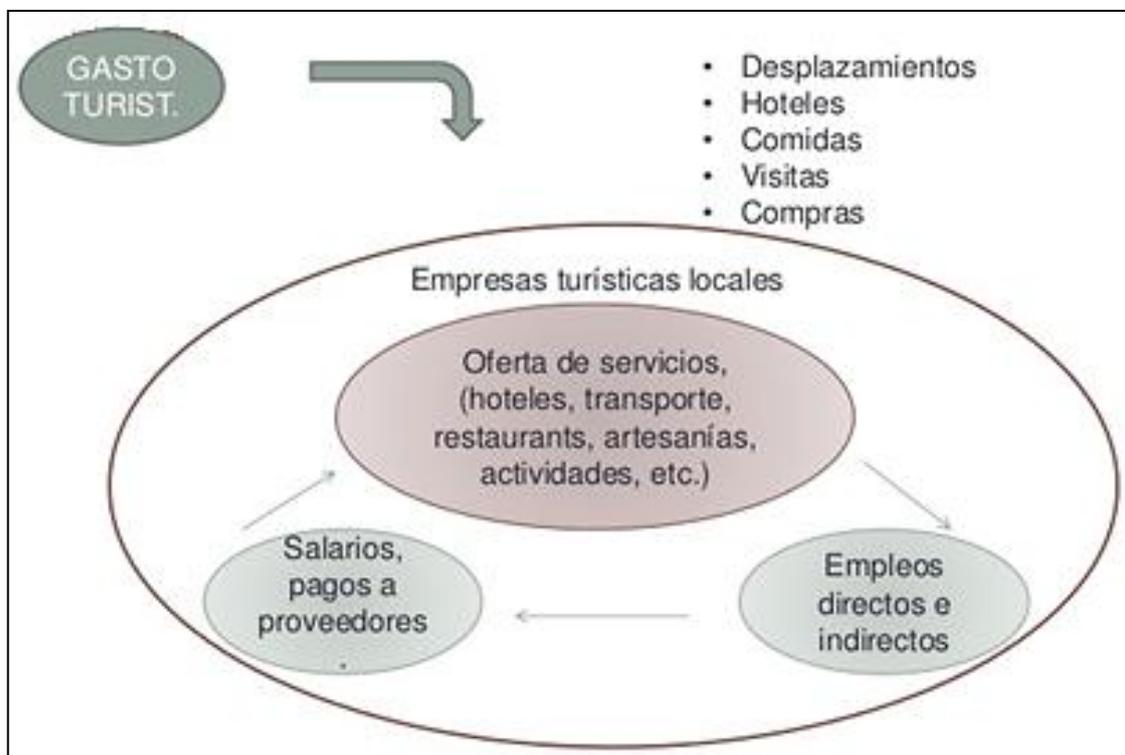
- Involucrar a personal técnico de los gobiernos locales municipales y parroquiales con el fin de que tengan conocimiento de cada fase del proceso de planificación.
- Impulsar, orientar y supervisar el desarrollo metodológico.
- Promover procesos de socialización del plan a cada parroquia o comunidad donde se realicen las visitas a territorio.
- Impulsar procesos de concienciación de la cultura turística a los distintos gremios y articular sus intereses e impacto para el desarrollo turístico del territorio.
- Generar procesos de capacitación dirigidos a servidores turísticos del territorio para articular sus intereses e impacto para el desarrollo turístico del territorio.
- Promover talleres participativos para articular el aporte local, el consenso de los distintos actores y motivar el involucramiento.
- Organizar una reunión pública para la presentación socialización del plan.
- Lograr alianzas público privadas y de la sociedad civil.

Cabe señalar que es sustancial mantener desde el inicio una comunicación clara y abierta sobre la iniciativa de desarrollo turístico y sus avances ya que para la población local, y los actores involucrados, es importante que estos reciban información sobre el proceso y conozcan los avances ya hechos y los pasos por realizar; que comprendan la importancia, el objetivo de la iniciativa y los impactos que esta va a tener en el territorio, y que se sientan invitados a opinar y participar; y es que si, el proceso de elaboración del plan se hace de manera pública permitirá el empoderamiento de los actores, promoviendo actitudes de compromiso y responsabilidad del desarrollo sostenible del territorio.

1.9 Cadena de Valor del Turismo Sostenible.

El turismo se ha convertido en uno de los sectores estratégicos que genera un efecto multiplicador económico en las poblaciones locales, permitiendo la dinamización de la economía y por ende la mejora en la calidad de vida de las poblaciones participantes. Y es que el gasto y consumo que realizan los turistas en el destino, impactan directamente sobre los factores productivos del sector turismo y sus actividades conexas (salarios, ingresos, intereses y utilidades) en la economía anfitriona, e indirectamente en el valor agregado generado por la compra de bienes y servicios.

Gráfico 15: Efecto multiplicador del turismo



Fuente: González & Téllez, 2015

Teóricamente el proceso de efecto multiplicador es armonioso y prometedor, pero escasamente efectivo en el momento de su aplicación, pues en muchos casos es excluyente a las medianas y pequeñas Mipymes, consolidándose monopolios fuertes de empresas nacionales aunadas con empresas extranjeras, generándose un desequilibrio y que promueve la concentración de riquezas y la congestión de destinos turísticos polarizados.

Es aquí donde debe aplicarse la metodología de la cadena de valor del turismo, cuyo enfoque señala la importancia de identificar a los actores del producto turístico y articular sus servicios a través de la estructuración del compromiso y la participación consensuada de todos los actores como son el sector privado, el sector público, organismos empresariales, asociaciones, cooperativas, universidades, instituciones, agencias internacionales y sociedad civil en general; es decir, todos aquellos actores que participan de forma directa e indirecta en la actividad turística (Zúñiga, 2018, pp. 2-3), lo que conlleva a la mejora de la competitividad y la implementación de acciones coordinadas para asegurar la calidad, mercado y sostenibilidad.

Y es que visualizando los productos turísticos del territorio se puede estructurar la cadena de valor identificando a los protagonistas de la generación de servicios y propiciar estrategias claras donde la grande como la pequeña empresa sean beneficiadas; ya que se logra una redistribución más equitativa de los ingresos por turismo, permitiendo que los oferentes mejoren sus condiciones de competitividad y las condiciones de vida de la población local. Es por ello que, como lo expresa Zúñiga (2018, pp.5-6) cualquier iniciativa de cadena debe partir del mercado y analizar las posibilidades de participación del comercio local, para pequeños productores y micro-empresarios turísticos.

A partir de ello, los aspectos de globalización y generación de nuevos destinos sostenibles han forjado continuos cambios en el sector turístico, lo que obliga a los actores participantes en la cadena de valor a modificar sus conductas y actividades dentro de ésta para adaptarse a esos cambios. De esta forma, la división tradicional de las actividades entre hoteles, líneas aéreas, turoperadores y agencias de viajes se pone en entredicho, por lo que en vez de analizar los tipos de empresas localizadas en los destinos turísticos, se deberá analizar las actividades que se desarrollan en los mismos, para centrarse en aquellas que generan un mayor valor añadido.

Considerando que el Cantón Bolívar tiene un potencial direccionado al desarrollo del turismo de naturaleza, promoviendo la generación de productos direccionados al ecoturismo, el agroturismo y el turismo de aventura. En el presente trabajo la metodología de cadena de valor del turismo está basada en la propuesta de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2016, pp.1-3), como respuesta a los Nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenibles, en apoyo a la exportación de productos

verdes y economías sostenibles, conceptos que se aúnan a la vocación de turismo de este territorio; la cual de acuerdo a Boullón (2009) comprende las siguientes acciones:

Mapeo de Actores: este primer paso consiste en la identificación de las principales fases del proceso que experimenta esta cadena de valor. Una vez que se ha “mapeado” el proceso, se procede a asociar a cada uno de sus componentes los actores intervinientes, desde que inicia la cadena hasta su conclusión.

Identificación de debilidades: una vez realizado el mapeo de actores se procede a profundizar las debilidades de cada sector en cada fase de la cadena.

Análisis de brechas (GAP): Con base en un análisis previo de los requisitos que establece el mercado, se identifican aquellos requisitos que resultan ser los más sensibles para el consumo de este “producto”, a partir de lo cual se hace un análisis de las condiciones existentes. Se hace una valoración de cuánto exige el mercado y cuánto se está ofreciendo en la actualidad, lo que permite observar las brechas existentes.

Identificación de causas y soluciones: El análisis anterior permite identificar las principales deficiencias y las causas de los vacíos existentes entre la capacidad actual de acceder al mercado y la deseada. Con ello se facilita la identificación de las causas de esos vacíos, así como las mejores soluciones. (p. 214-216).

2 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR.

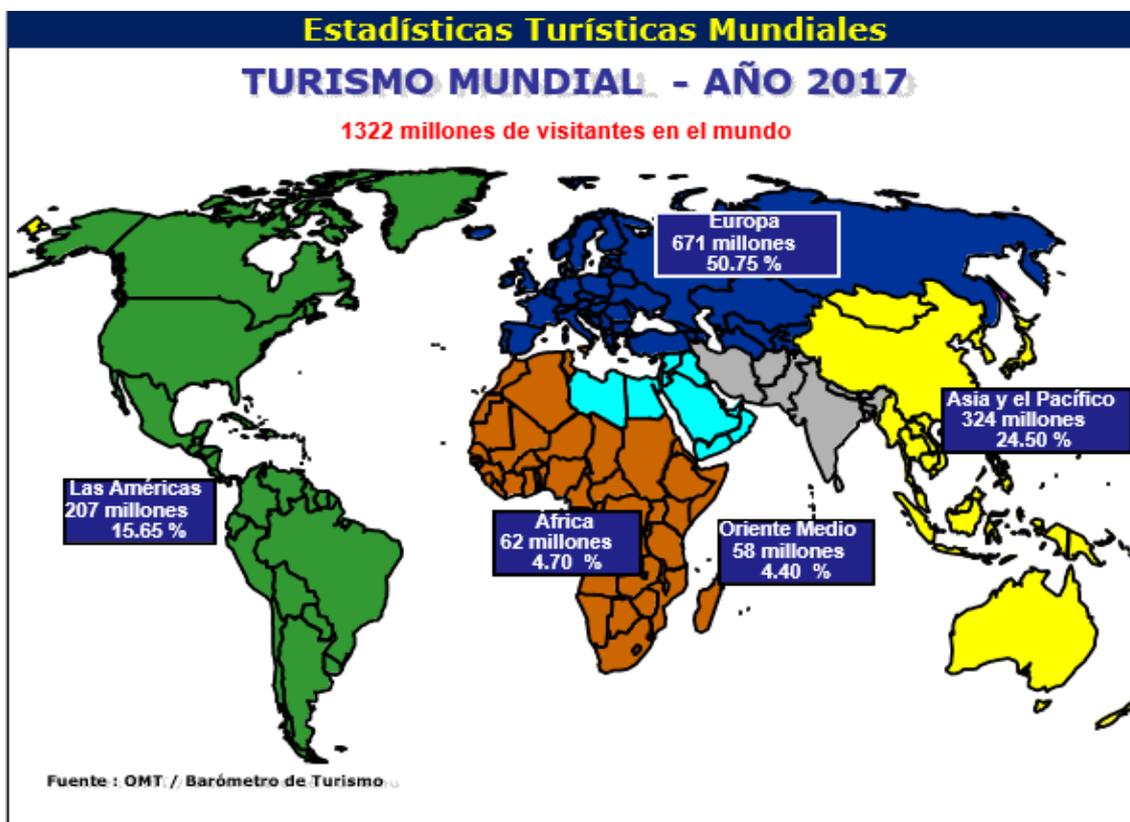
2.1 Análisis de contextos turísticos.

El turismo es una actividad que dinamiza la economía y mejora la calidad de vida de las localidades donde se desarrolla. A nivel mundial su importancia es tal, que a partir de la década de los 50, esta actividad ha experimentado una continua expansión e innovación convirtiéndolo en uno de las actividades económicas más importantes del mundo.

2.1.1 Turismo internacional.

Según datos de la Organización Mundial de Turismo en el 2017 las llegadas de turistas internacionales aumentaron en un 7% con relación al año 2016, hasta alcanzar un total de 1.322 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Las previsiones apuntan a que este fuerte impulso se mantendrá en 2018. Es una tasa muy superior a la tendencia sostenida y constante del 4% o más que se había registrado desde 2010 hasta el año 2016.

Gráfico 16: Llegadas de Turistas Internacionales



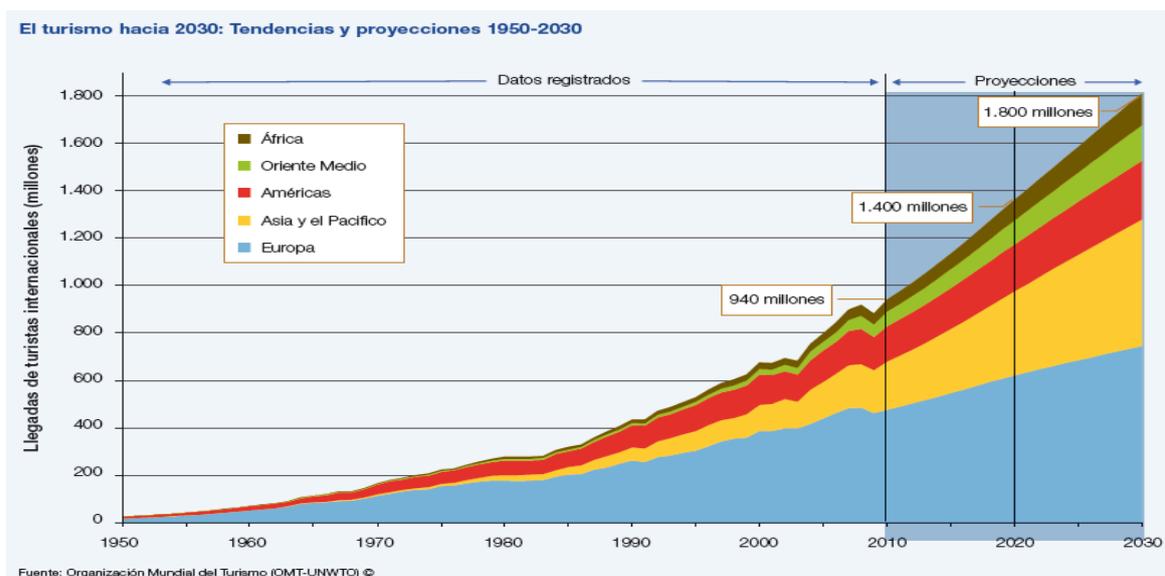
Fuente: Organización Mundial de turismo, 2018

Como se observa Europa obtuvo excelentes resultados, registrando en el 2017 un aumento de 8% de llegadas internacionales con respecto al 2016 al igual que África. La región de Asia y el Pacífico registró un crecimiento del 6%, Oriente Medio presenta una recuperación con un incremento de sus llegadas del 5% y las Américas del 3%.

El 2017 se caracterizó por un crecimiento sostenido en muchos destinos, además de recuperación de otros que habían estado en declive. Según las palabras de Zurab Pololikashvili (s/f) secretario general de la OMT: «Los viajes internacionales siguen creciendo con fuerza, consolidando al sector turístico como un motor clave del desarrollo económico. Como tercer sector exportador del mundo, el turismo es esencial para la creación de empleo y la prosperidad de las comunidades de todo el mundo». Pese a esto Zurab agrega que este crecimiento debe estrechar la colaboración para asegurar de que beneficie a todos los miembros de las comunidades receptoras enmarcándose en el desarrollo sostenible. (OMT, 2017).

Las Américas recibieron 207 millones de llegadas de turistas internacionales en 2017 lo cual representa un aumento del 3%. Sudamérica de forma concreta lideró este crecimiento con un 7%, seguida de Centroamérica y el Caribe que lograron crecer un 4% cada una y en Norteamérica el crecimiento fue del 2%. La OMT indica que este crecimiento se mantendrá durante el 2018 y en los próximos 12 años como lo anticipan en su informe Tourism Towards 2030 (El turismo hacia 2030), la misma que se muestra a continuación:

Gráfico 17: El turismo hacia el 2030

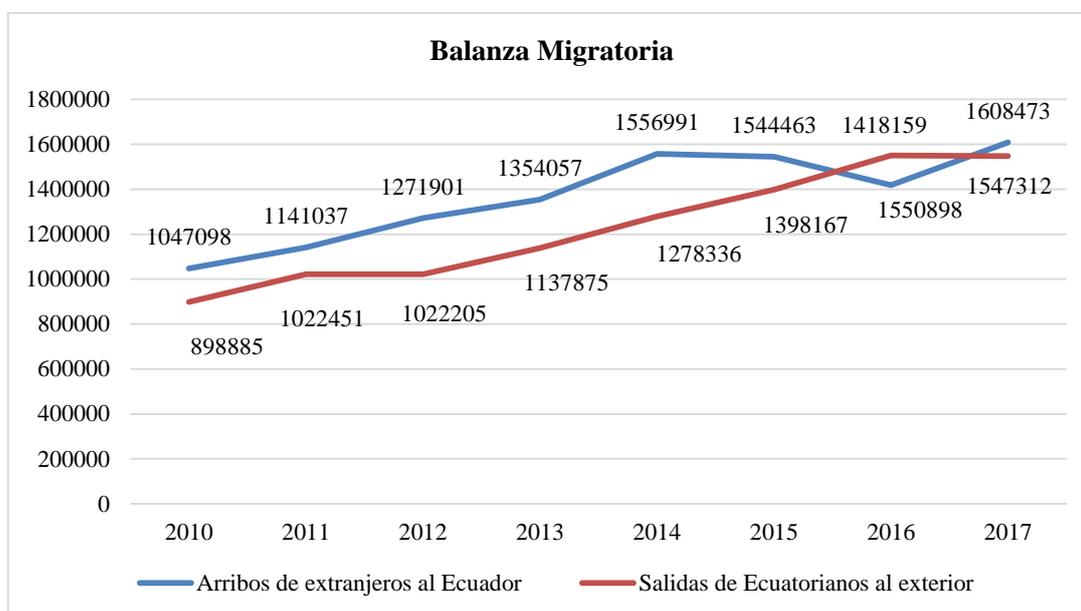


Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2018

2.1.2 Turismo en el Ecuador.

Ecuador es un país que ha fijado sus esfuerzos en el desarrollo de actividad turística como fuente de desarrollo municipal. La llegada de turistas al Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido desde el año 2010, año en el cuales pasó el umbral del millón de visitantes exceptuando el año 2015 y 2016 que experimentaron declives, sin embargo en el año 2017 esta cifra se recuperó.

Gráfico 18: Balanza migratoria del Ecuador 2010-2017



Fuente: MINTUR, 2018

Cuadro 7: Balanza migratoria del Ecuador 2010-2017

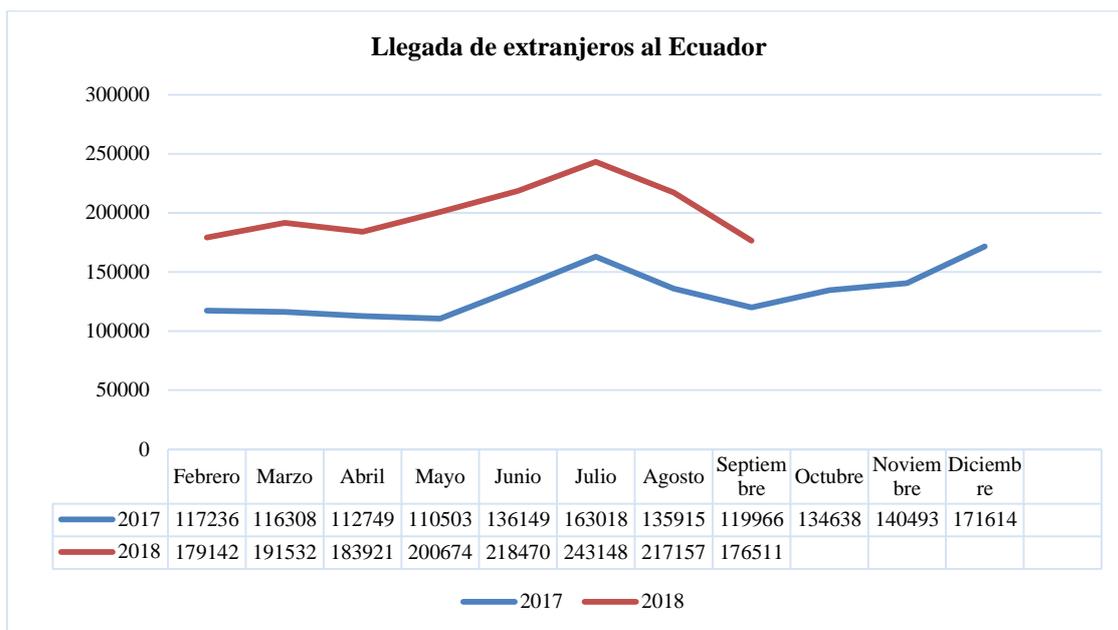
Balanza turística			
Año	Entrada de extranjeros al Ecuador	Salida de Ecuatorianos al exterior	Variación
2010	1.047.098	898.885	148.213
2011	1.141.037	1.022.451	118.586
2012	1.271.901	1.022.205	249.696
2013	1.354.057	1.137.875	216.182
2014	1.556.991	1.278.336	278.655
2015	1.544.463	1.398.167	146.296
2016	1.418.159	1.550.898	-132.739
2017	1.608.473	1.547.312	61.161

Fuente: MINTUR, 2018

Elaboración: Equipo consultor

La balanza migratoria representa la diferencia entre entrada de extranjeros al Ecuador y la salida de Ecuatorianos al exterior, como se puede observar, en los últimos años exceptuando el 2016 han ingresado al país más extranjeros que de lo que ecuatorianos han salido. Estos resultados llevan a inferir que el saldo económico turístico a nivel internacional es positivo.

Gráfico 19: Llegadas de extranjeros al Ecuador 2017-2018



Fuente: MINTUR, 2018

Cuadro 8: Llegadas de extranjeros al Ecuador 2017-2018

Llegada de extranjeros 2017 - 2018			
<i>Mes</i>	2017	2018	Variación
<i>Enero</i>	149.884	197.219	47.335
<i>Febrero</i>	117.236	179.142	61.906
<i>Marzo</i>	116.308	191.532	75.224
<i>Abril</i>	112.749	183.921	71.172
<i>Mayo</i>	110.503	200.674	90.171
<i>Junio</i>	136.149	218.470	82.321
<i>Julio</i>	163.018	243.148	80.130
<i>Agosto</i>	135.915	217.157	81.242
<i>Septiembre</i>	119.966	176.511	56.545
<i>Octubre</i>	134.638		
<i>Noviembre</i>	140.493		
<i>Diciembre</i>	171.614		
TOTAL	1.608.473		

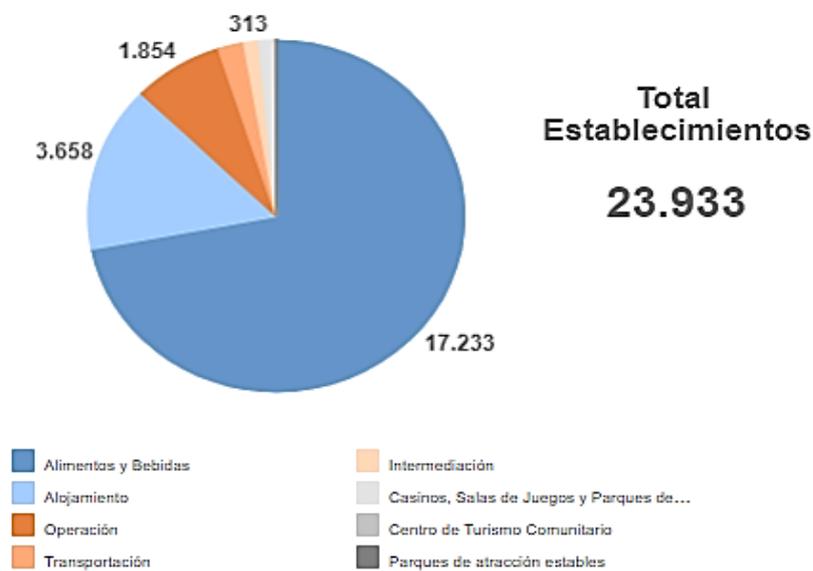
Fuente: MINTUR, 2018

Elaboración: Equipo Consultor

La tendencia para el resto del año es a la alza y se espera un desarrollo sostenido en los próximos años a través de la implementación de políticas enmarcadas en los cinco pilares de trabajo que tiene el ministerio, los cuales son: seguridad, destinos y productos, calidad, productividad y promoción.

El desarrollo local constituye uno de los pilares fundamentales sobre los que se debe basar el turismo, a nivel de generación de empleos, según fuentes del Ministerio de Turismo del Ecuador los índices son los siguientes:

Gráfico 20: Establecimientos turísticos registrados 2017.



Fuente: MINTUR, 2018

Gráfico 21: Empleos por actividad en establecimientos turísticos registrados 2017

ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO DE EMPRESA						RESUMEN EMPLEO POR ACTIVIDAD			
		Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total	Hombres	Mujeres	Total
Alimentos y Bebidas	17.233	15.430	1.768	35		17.233	46.683	41.921	88.604
Alojamiento	3.658	3.163	436	48	11	3.658	14.616	13.245	27.861
Casinos, Salas de Juegos y Parques de Atracciones	313	283	28	2		313	898	757	1.655
Centro de Turismo Comunitario	38	7	27	4		38	536	445	981
Intermediación	306	283	23			306	861	632	1.493
Operación	1.854	1.752	93	9		1.854	3.932	4.418	8.350
Parques de atracción estables	1		1			1	13	11	24
Transportación	530	454	72	4		530	2.225	805	3.030
TOTAL	23.933	21.372	2.448	102	11	23.933	69.764	62.234	131.998

Fuente: MINTUR, 2018

Según los registros disponibles en el portal Turismo en Cifras del Ministerio de Turismo del Ecuador a nivel nacional se registran 131.998 empleos directos por concepto de actividades turísticas; sin embargo es importante destacar que el turismo es una de las actividades que más contribuye a la distribución equitativa de la riqueza y que por cada empleo directo se generan por lo menos cuatro indirectos, dinamizando ampliamente la economía de las comunidades receptoras y creando un impacto económico y social muy superior a las cifras oficiales.

2.1.3 Turismo en Manabí.

La provincia de Manabí presenta variadas alternativas en actividades turísticas que precisan procesos de planificación y desarrollo para aprovechar al máximo su potencial. Sus características naturales y culturales lo convierten en una zona en la que es posible desarrollar múltiples modalidades de la actividad.

Capacidad instalada de Servicios Turísticos en la Provincia de Manabí.

Los servicios turísticos con los que cuenta la provincia son los siguientes según el portal Turismo en Cifras (MINTUR, 2018) son los siguientes:

Cuadro 9: Capacidad Instalada Servicios Turísticos en la Provincia de Manabí.

SERVICIOS		
Alojamiento	Número de establecimientos registrados	305
	Número de habitaciones	5.801
	Número de camas	12.014
	Número de Plazas	16.134
Alimentación y Bebidas	Número de establecimientos registrados	1.024
	Número de mesas	11.285
	Número de Plazas en mesas	45.140
Servicios de Operación	Número de establecimientos registrados	106
Servicios de Intermediación	Número de establecimientos registrados	45
Servicios de Transporte Turístico	Número de establecimientos registrados	9

Fuente: MINTUR, 2018

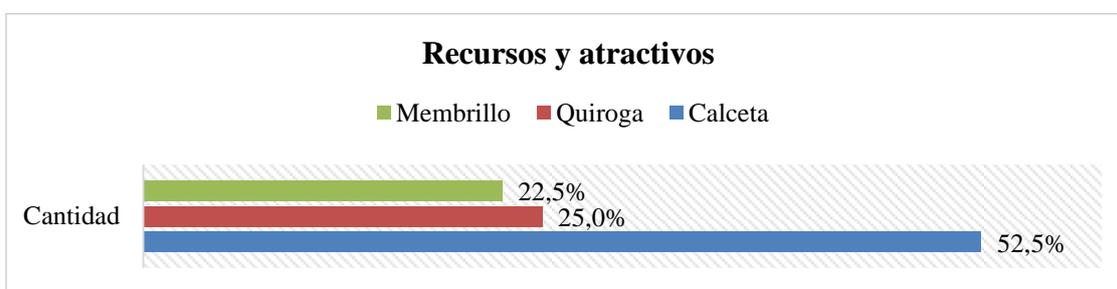
Elaboración: Equipo Consultor

2.1.4 Turismo en el Cantón Bolívar

2.1.4.1 Análisis de la Oferta Local

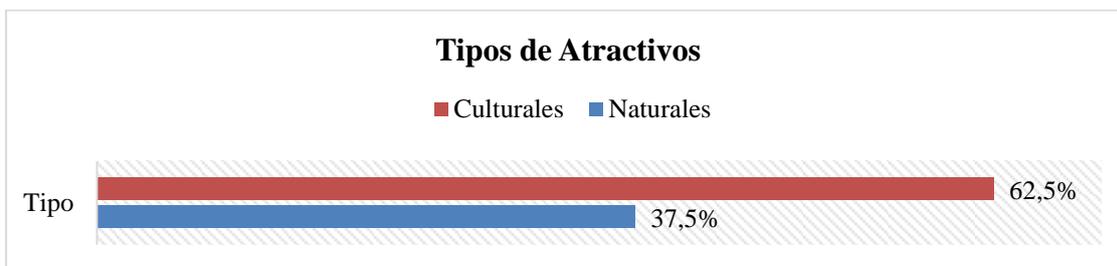
Durante la fase diagnóstica del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar se han identificado 40 atractivos y recursos turísticos, de los cuales 21 se encuentran en la cabecera cantonal Calceta, 10 en la parroquia Quiroga y 9 en la parroquia Membrillo; de estos 12 se clasifican como categoría tres, 11 como categoría 2, 2 como categoría uno y 15 como recursos turísticos. De los atractivos y recursos mencionados 23 se encuentran dentro del orden cultural y 15 naturales.

Gráfico 22: Estadística de Recursos y Atractivos Turísticos del Cantón Bolívar.



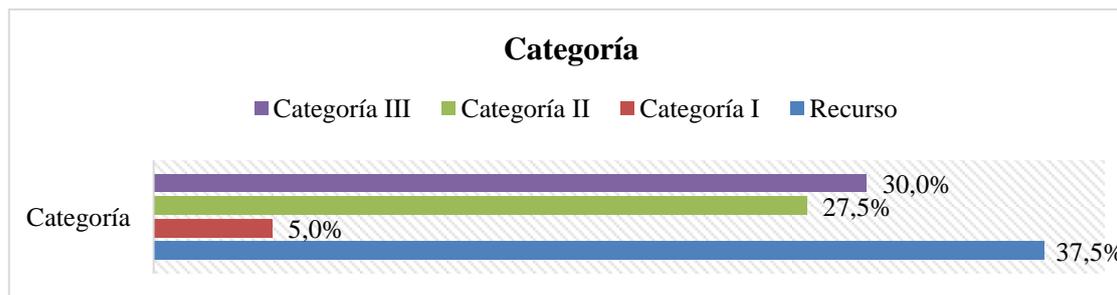
Elaboración: Equipo Consultor

Gráfico 23: Estadística de Tipologías de Atractivos Turísticos.



Elaboración: Equipo Consultor

Gráfico 24: Estadística de Categorización de Recursos y Atractivos.



Elaboración: Equipo Consultor

Detalles como el nombre, tipo, subtipo, actividades turísticas que se pueden realizar y observación de cada uno de los atractivos y recursos se encuentran en el punto 2.1.5 del presente documento.

Capacidad instalada de Servicios Turísticos en el cantón Bolívar de la provincia de Manabí.

Los servicios turísticos con los que cuenta el cantón Bolívar dentro de sus tres parroquias son los siguientes:

Cuadro 10: Capacidad Instalada Servicios Turísticos en el Cantón Bolívar.

SERVICIOS		
Alojamiento	Número de establecimientos registrados	13
	Número de habitaciones	116
	Número de camas	356
	Número de Plazas	16.134
Alimentación y Bebidas	Número de establecimientos registrados	71
	Número de mesas	502
	Número de Plazas en mesas	2052
Servicios de Recreación	Número de establecimientos registrados	2

Elaboración: Equipo Consultor

En referencia al Cuadro n° 10, se debe destacar que el municipio no ha realizado actualizaciones oficiales posteriores al terremoto del 16 de abril de 2016; por lo que los datos que se presentan son producto de la investigación de campo realizada por las autoras del presente plan.

Ante ello, es importante destacar que en lo referente al servicio de Alojamiento en el catastro del municipio del cantón Bolívar constan 7 establecimientos de alojamientos; sin embargo, en los recorridos al territorio se evidenciaron otros establecimientos que brindan servicios de alojamiento como fincas agroturísticas y casas residenciales.

Dentro del cantón no se cuenta con empresas que provean servicios de intermediación ni transporte turístico.

2.1.4.2 Análisis de la demanda.

Con base en el estudio de mercado realizado durante la fase diagnóstica, se ha identificado una demanda mayoritariamente local; por el momento el cantón Bolívar no se cuenta con un mercado externo totalmente definido. En segundo lugar se encuentra el mercado compuesto por visitante de otros cantones de Manabí y finalmente en proporción mucho menor, visitantes de otras provincias del país.

Perfil del turista local.

Este turista es mayoritariamente trabajador por cuenta propia dedicado a actividades agrícolas, pecuarias o ganaderas, su rango de edad es de 31 a 40 que viaja mayoritariamente en familia y cuya principal motivación de viaje es la visita a parientes y amigos.

Perfil del turista de otros cantones de la provincia de Manabí.

Las personas que conforman este grupo son en su gran mayoría provenientes de cantones que limitan con Bolívar como Chone, Tosagua y Junín, además de Manta. Son estudiantes y trabajadores por cuenta propia, de 21 a 35 años que viajan en familia y cuya principal motivación de viaje es la visita a parientes y amigos, además de ocio, recreo y vacaciones.

Perfil del turista de otras provincias del Ecuador.

Son visitantes provenientes mayoritariamente de la provincia de Los Ríos y Guayas; son empleados públicos, privados y dedicados a otras ocupaciones, tienen entre 36 y más de 50 años de edad, viajan solos y en familia y sus principales motivaciones de viaje son las visitas a parientes y amigos, otros motivos y ocio, recreo y vacaciones.

Análisis de la competencia.

El cantón Bolívar tiene como sus competidores naturales a los cantones que lo rodean como Chone, Tosagua, Junín y Pichincha; debido a sus similitudes geográficas y otros aspectos que comparten la mayorías de los cantones de Manabí que no poseen atractivos de playa en la línea de costa. Estas similitudes se trasladan incluso a la oferta; la misma que está relacionada al turismo rural, agroturismo, gastronomía y balnearios de agua dulce.

Estas características obligan al cantón Bolívar a desarrollar dentro de su oferta ventajas competitivas que generen diferenciación; es este caso promoviendo los productos de cacao

fino de aroma, ya que Bolívar se encuentra dentro de la Ruta Nacional “Ecuador Tierra del Chocolate”.

Análisis de las tendencias.

Las tendencias mundiales después del turismo de sol y playa; dirige su mirada hacia el turismo de naturaleza en actividades como el ecoturismo, turismo de aventura y agroturismo, los cuales constituyen la vocación turística del territorio bolivarense.

Las experiencias de aprendizaje y transformadoras cobran cada vez más relevancia. El turista busca sentirse parte del entorno y disfrutar a través de todos sus sentidos los momentos que cada lugar le ofrece, convirtiéndose no solo en un espectador sino en protagonista.

Por las razones antes expuestas el cantón Bolívar a través de la puesta en valor de sus potencialidades, destacando el cacao fino de aroma puede convertirse en un referente de turismo en la provincia.

2.1.5 Identificación de atractivos y recursos turísticos.

Los inventarios deben ser herramientas de planificación viva, por lo que son un elemento básico dentro de la planificación turística.

El proceso de jerarquización de atractivos a continuación se sustenta en lo establecido por el MINTUR (2017), ya que señalan que las jerarquías corresponden a un proceso de revisión de criterios propuestos por la OEA en la Metodología de Inventarios Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y adaptado a los criterios del Índice de Competitividad Turística.

Cuadro II: Recursos y atractivos turísticos del Cantón Bolívar.

Parroquia	Atractivo	Jerarquización ESPAM 2016	Jerarquización MINTUR 2008	PLAN ESTRATÉGICO 2018					
				Jerarquización 2018	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividades Turísticas	Observación
Calceta	1. Balneario de agua dulce Platanales	II	II	II	Atractivos Naturales	Ríos	Playa de Río	Baño en río Degustación platos típicos Presentaciones en vivo	
	2. Balneario de agua dulce Balsa			II	Atractivos Naturales	Ríos	Playa de Río	Baño en río Degustación platos típicos	Se presenta una caída de agua de menos de un metro
	3. Fiesta de San Juan			III	Manifestacion es Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Celebración Religiosa Degustación de bebidas tradicionales Presentación artística Baño nocturno Río Carrizal	Se realiza el 23 de junio de cada año
	4. Festival de los Balseros			III	Manifestacion es Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Competencia en balsas tradicionales Presentaciones artísticas Venta de alimentos y productos	Se realiza en octubre de todos los años.

								tradicionales	
5. Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol	II	II	II	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	Exposiciones artesanales Degustación platos tradicionales.	Se realizan diversas ferias de gastronomía típica en todo el año.	
6. Finca Agroturística Sarita	II		III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Agropecuarios	Actividades agrícolas Fotografía Degustación platos típicos Senderismo, alojamiento Áreas de camping	Se debe reservar para visitas	
7. Artesanías Utilitaria - Ollas Barro	I	II	II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	Visita taller artesanal Exhibición de piezas Compra de artesanías		
8. Artesanías Sombrero de Paja Mocora		II	II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	Visita taller artesanal Exhibición de piezas Compra de artesanías		
9. Dulces de Calceta			II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	Visita taller artesanal Degustación Compra de artesanías		
10. Corporación Fortaleza del Valle			III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro Agropecuario	Recorridos guiados Visita instalaciones y proceso productivo e industrial Compras de artesanía	Se debe reservar visitas	
11. Iglesia San Agustín			III	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica			
12. Parque Abdón Calderón	II	II	II	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacios públicos	Presentaciones en vivo Participación en celebraciones Fotografías Monumento Simón Bolívar	Se ubica el monumento Simón Bolívar	
13. Parque Ferroviario	II	II	III	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área histórica	Exhibición de piezas Fotografía		
14. Parque Simón David Velásquez		II	III	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacios públicos	Presentaciones en vivo Participación en celebraciones Fotografías Puente Rojo	Se ubica el emblemático Puente Rojo	
15. Plaza Cívica de Bolívar	II	II	II	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Obras de Ingeniería	Presentaciones en vivo Exhibiciones Promocional CALCETA Monumento el Balsero	Se ubica el Monumento al Balsero del Carrizal y el Promocional de Calceta	

	16. Cerro Mil Pesos	I	II	Recurso	Atractivo Natural	Bosques	Húmedo Tropical	Senderismo, camping Observación flora y fauna Baño en cascadas	Sin servicios turísticos
	17. Lagunas Quinta El Rocío			Recurso	Atractivo Natural	Ambientes lacustres	Laguna	Caminatas, Picnic Paseos en Bote Pesca Deportiva Degustación platos tradicionales Fotografía	
	18. Antigüedades del Cuerpo de Bomberos			Recurso	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Monumento	Exposición de piezas clásicas	Cuerpo de Bomberos
	19. Cascada de Kimba			Recurso	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada Observación de flora y fauna Caminata	Sin servicios turísticos
	20. Cascada El Aguacate			Recurso	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada Observación de flora y fauna Caminata	Sin servicios turísticos
	21. Lagunas de Bijahual			Recurso	Recurso Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	Fotografía	Sin servicios cercanos ni accesos
Quiroga	22. Cascadas y Grutas de Julián	II		II	Atractivo Natural	Ríos	Cascadas	Senderismo, Camping Baño en Cascada Degustación platos típicos	
	23. Cascada Mormiunda			Recurso	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Senderismo Baño en Cascada	Sin servicios turísticos
	24. Festival de la Regata Aldo Cano Patiño			III	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Competencia deportiva Paseos en Gabarra Presentaciones artísticas Venta de productos artesanales Degustación platos tradicionales	Se realiza en octubre de cada año.
	25. Centro agropecuario Oasis			III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Actividades agrícolas Observación flora y fauna Paseos en lanchas y kayak, Fotografía Senderismo, cabañas y áreas de camping	Se debe reservar visitas y estancias
	26. Centro agropecuario Julián			III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Actividades agrícolas y ganadera, Fotografía Degustación platos típicos	Se debe reservar visitas y estancias

								Senderismo, alojamiento Áreas de camping	
	27. Represa Sixto Durán Ballén	II	II	III	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Paseos en lanchas y canoas Observación de fauna y flora Pesca deportiva Fotografía	Falta implementos de seguridad.
	28. Cascada Severino			Recurso	Atractivo Natural	Ríos	Cascada	Actividades agrícolas y ganaderas Baño en Cascada Degustación de platos típicos	Sin servicios turísticos
	29. Centro agropecuario Roberth Párraga			Recurso	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y Científicas	Centro agropecuario y pesquero	Actividades agrícolas y ganadera Paseos represa Degustación de platos típicos	Sin servicios turísticos
	30. Puente Carrizal			Recurso	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Vista panorámica del Río Carrizal Observación de fauna y flora Fotografía	
	31. Puente Colgante de Severino			Recurso	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Vista panorámica del Río Carrizal Observación de fauna y flora Fotografía	Zona sin mantenimiento
Membrillo	32. Cascada de Chapulí	II		II	Atractivo Natural	Ríos	Cascada	Baño en cascada	Cascada estacional
	33. Cascada La Mina	I		I	Recurso Natural	Ríos	Cascada	Baño en cascada Actividades agrícolas y ganadera Degustación de platos típicos	Sin servicios cercanos, ni accesos
	34. Bosque Protector Primera Piedra			II	Atractivo Natural	Bosques	Húmedo Tropical	Senderismo, camping Observación flora y fauna Baño en cascadas	No tienen preparación para la prestación de servicios turísticos
	35. Asociación Artesanal La Pepa de Oro			III	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y científicas	Centros Industriales	Recorridos guiados Visita instalaciones y proceso productivo e industrial Compras de artesanía	Se debe reservar visitas
	36. Túnel de Membrillo		II	Recurso	Manifestacion es Culturales	Realizacion es Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Sitio utilizado para feriado de carnaval por habitantes de la zona	Sin servicios cercanos, ni accesos.
	37. Centro agropecuario La Fortuna			I	Recurso Cultural	Realizacion es Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Finca orgánica de cacao de plantas ancestrales	No tienen preparación para la prestación de servicios turísticos

	38. Puerto Dos Bocas			Recurso	Recurso Cultural	Arquitectura	Espacios públicos	Transporte en lancha, gabarra Observación de aves Fotografía	No tienen preparación para la prestación de servicios turísticos
	39. Cascada El Tigre			Recurso	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Observación de flora y fauna Baño en cascada Camping	Sin servicios cercanos ni accesos.
	40. Cascada Primera Piedra	I		Recurso	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada	Sin servicios turísticos

Elaboración: Equipo Consultor

2.1.6 Actores involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Bolívar.

El turismo requiere de la participación de todo el colectivo que conforma la dinámica económica, ambiental y social del cantón; ante ello, es importante conocer cuál es el rol de cada uno de los actores del sistema turístico dentro del desarrollo de la actividad.

Cuadro 12: Actores involucrados en el desarrollo turístico del Cantón Bolívar

TIPO DE ORGANIZACIÓN O ACTOR	ACTOR SOCIAL	INTERÉS PRINCIPAL	PRINCIPALES CONFLICTOS	JERARQUIZACIÓN DE SU PODER
Organismos de Administración Pública	Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo del Ecuador	Promover planes y programas para la adecuada gestión y desarrollo turístico regional.	Escasa presentación de proyectos para el desarrollo de proyectos turísticos.	Alta influencia
	Consejo Provincial de Manabí	Formular políticas turísticas en el ámbito de su jurisdicción, en concordancia con las políticas nacionales	Escasa presentación de proyectos para el desarrollo de proyectos turísticos.	Alta influencia
	GAD Municipal del Cantón Bolívar	Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.	Escaso presupuesto para el diseño e implementación de proyectos. No se cuenta con técnicos de turismo.	Alta influencia
	GAD Parroquial de Membrillo	Gestión Integral de la parroquia	Escaso conocimiento técnico de la actividad turística	Mediana influencia
	GAD Parroquial de Quiroga	Gestión Integral de la parroquia	Escaso conocimiento técnico de la actividad turística	Mediana influencia
Instituciones de seguridad cantonal	Distrito de la Policía Nacional Bolívar - Junín	Atender la seguridad ciudadana y el orden público.	Escasa regulación de prestadores para la actividad turística.	Mediana influencia
	Cuerpo de Bomberos del Cantón Bolívar	Salvar vidas a través de la atención efectiva.	Escasa regulación de actividades turísticas en áreas naturales.	Mediana influencia
	Intendencia Cantonal	Regular a los centros nocturnos	Escasa regulación de prestadores asentados en sitios de actividad turística.	Mediana influencia
	Hospitales -	Prestar servicios de salud	Escaso manejo de	No hay

	Centros de Salud	con calidad y calidez.	personal en feriados y fines de semana	influencia
Planta Turística	Empresarios del sector hotelero	Satisfacer las necesidades de alojamiento a visitantes locales y de la región.	Bajo índice de pernoctaciones desde el terremoto 16A	No hay influencia
	Empresarios del sector restaurantes	Satisfacer las necesidades de alimentación de la ciudadanía y visitantes.	Pésimas condiciones del ornato de la ciudad genera insalubridad.	No hay influencia
Organizaciones Locales	Medios de Comunicación	Informar a la colectividad con veracidad		No hay influencia
	Gestores Culturales	Promover el acervo cultural del cantón.	Desconocimiento en potenciar las relaciones con el turismo.	No hay influencia
	Asociaciones de Transportistas	Servicio de movilización terrestre.	Vías secundarias en mal estado	No hay influencia
Academia	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL	Promover la asesoría y asistencia en llevar adelante investigaciones del entorno para la implementación de proyectos.	Escaso presupuesto por parte de Municipio para desarrollo de proyectos	No hay influencia
Áreas Naturales Protegidas	Bosque Primario Primera Piedra	Protección de Bosques Primarios	Escaso apoyo ciudadano para la conservación.	No hay influencia
	Bosque Protector Carrizal Chone	Protección de reservas de Bosque Primario	Escaso apoyo ciudadano para la conservación.	No hay influencia

Elaboración: Equipo Consultor

2.2 Situación Geografía del cantón Bolívar.

Ubicación Geográfica.

De acuerdo a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), El cantón Bolívar pertenece a la zona de planificación 4 – Pacífico correspondientes a las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas, Distrito 13D06 de los Cantones Bolívar y Junín.

Límites y Coordenadas.

El cantón Bolívar se encuentra ubicado en el sector oriental de la provincia de Manabí; limita al Norte con el Cantón Chone, al sur con Portoviejo y Junín al Este con Pichincha y al Oeste con Tosagua, siendo sus coordenadas geográficas 0°50`31``S 80°09`43``O.

Extensión y División Política.

La superficie del cantón Bolívar es de 538 km², está dividida en tres cantones: Calceta la cabecera cantonal y parroquia urbana del cantón; Quiroga y Membrillo parroquias rurales.

Clima.

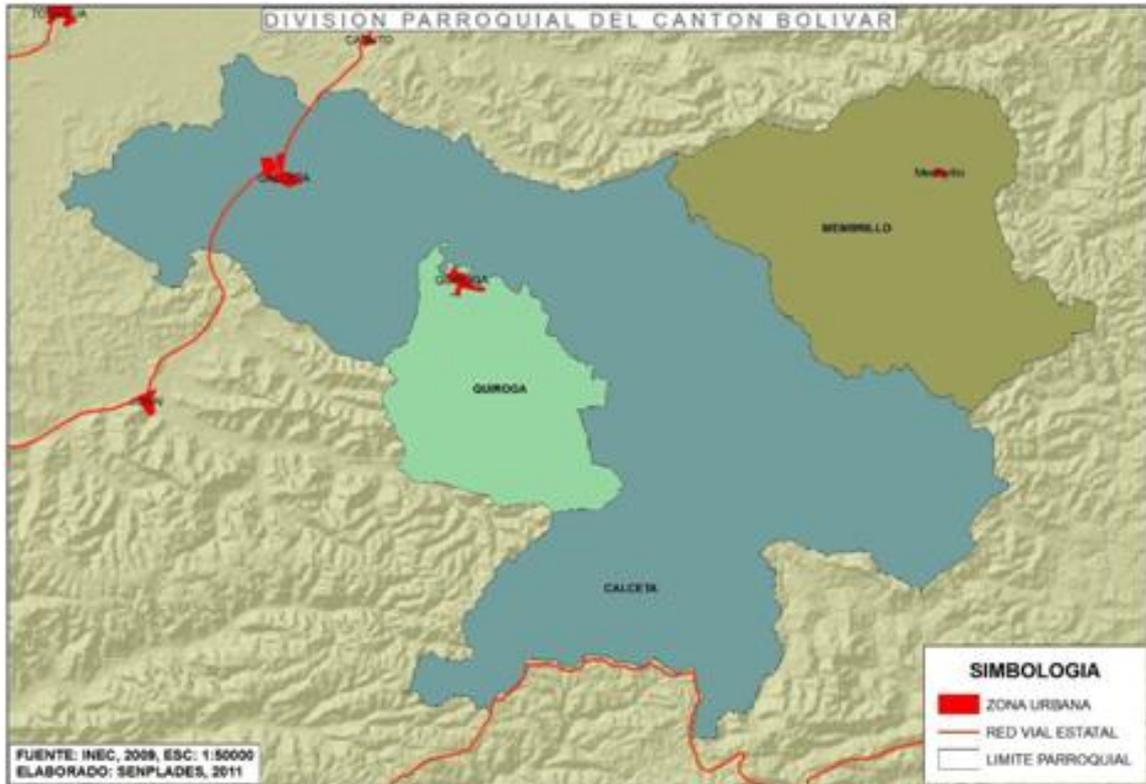
El cantón Bolívar se encuentra dentro de la región bioclimática Seca Tropical y Húmeda Tropical presenta un clima subtropical seco y tropical húmedo. Se presentan dos estaciones bien diferenciadas; la época de lluvia y la época seca. De acuerdo a lo observado en la estación lluviosa corresponde los meses de enero a mayo y la seca de junio a diciembre.

Durante esta última cae en forma de llovizna o garuas algún porcentaje de la precipitación anual. Según datos obtenidos de las estaciones meteorológicas de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí - ESPAM (2015), los valores medios de humedad relativa del cantón Bolívar en una media interanual, se sitúa con un valor del 77%. El valor más alto que es el 81% se presenta en época de invierno, entre los meses de enero a mayo. El valor más bajo es del 73%.

Topografía.

El relieve del cantón puede catalogarse como plana en la parte baja con áreas colinadas, de forma irregular con ondulaciones y quebrada en la parte alta y montañosa. En lo correspondiente a la altitud la parte más baja es de 21 msnm y la parte alta de 400 msnm.

Gráfico 25: División parroquial del cantón Bolívar.



Fuente: INEC 2009, elaborado por SENPLADES 2011

El área montañosa 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, en detrimento de los equilibrios ambientales por los fuertes impactos negativos que se derivan de la pérdida de la masa boscosa.

Hidrografía.

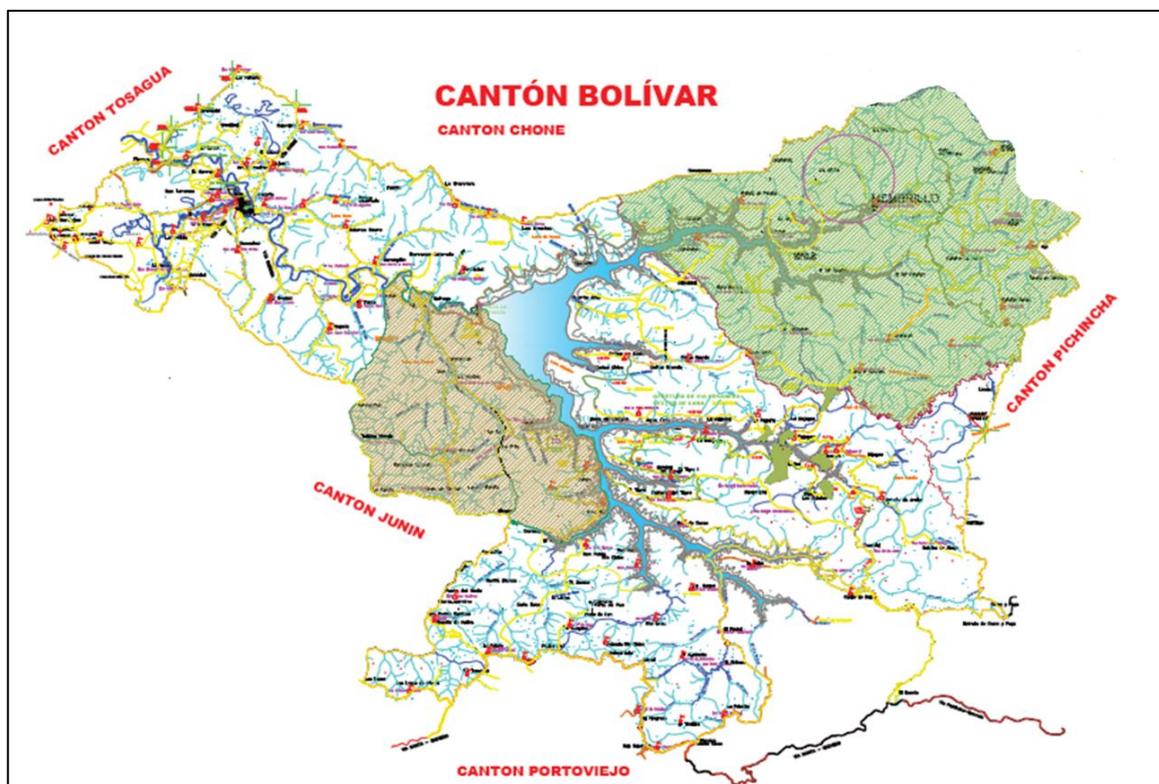
En lo correspondiente a la hidrografía y características morfológicas, el cantón es parte integrante de una de las cuencas más importantes de la provincia: la cuenca del Carrizal. La red hidrográfica más importante de este elemento natural lo constituyen el río Carrizal y el Río Mosca. Cabe señalar que en este territorio se encuentra la más grande infraestructura de riego de la Provincia de Manabí, la represa Sixto Durán Ballén que posee una capacidad de 455 millones de m³ de agua, y la cual tiene propósito múltiple que permite el control de inundaciones, produce aguas de riego, para consumo humano y camarones de la zona central de Manabí.

El río Carrizal es la principal fuente hídrica del cantón tiene una extensión de 171,84 km², encerrado por un perímetro de 69,09 km., sus afluentes son estero Julián, ríos como Plátano, Palmita, Chico y Severino, (Andrade y Ponce, 2016). Otros ríos menores son el Mono, la Palma, Barro, Balsa, Tigre, Bejuco, Camarón, Matapalo y Platanales afluentes del río Chone; y los ríos Come y Paga, Conguillo, Cañales, Santa Lucía, Tachel, Solano, Tigre de Arriba que son afluentes del río Daule. (PDOT Bolívar 2015 – 2016).

La Represa Sixto Durán Ballén.

La represa Sixto Durán Ballén está ubicada en la Parroquia de Quiroga aproximadamente a 12 kilómetros de la Cabecera Cantonal del Cantón Bolívar, Calceta. Los primeros estudios se efectuaron en los años 1970/1975 como consecuencia del plan de factibilidad hídrico/económico de la Provincia de Manabí, y del área hidro-agrícola integral de la Cuenca Carrizal Chone. Luego de varios estudios preliminares con distintas firmas Internacionales y con cambios de diseños en 1992 la Compañía Dragados y Construcciones S. A. se encargó de la Construcción de lo que es hoy la gran obra Hídrica de Manabí. (GAD Bolívar, 2015).

Gráfico 26: Represa Sixto Durán Ballén



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar, 2018

La construcción contempla un terraplén de 47 m. de altura sobre el cauce del río Carrizal, y con una longitud de 700 m. soportan un núcleo arcilloso, con un filtro dren para recoger las pequeñas filtraciones que se pudieran haber producido durante el proceso de construcción y posteriormente durante la fase de explotación de embalse. (GAD Bolívar, 2015).

La Presa de la Esperanza almacén aproximadamente 450.000.000 de metros cúbicos de agua. Esto ha ocasionado la pérdida de más de 15.000 hectáreas de tierras productivas, las que en algún momento deben de ser recuperadas, tanto en la cuencas del río Barro, y el Bejuco. Actualmente el manejo y control de la Presa está a cargo de C.R.M. Centro de Rehabilitación de Manabí (GAD Bolívar, 2015).

Bosque protector Carrizal Chone.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Membrillo (2015 – 2019), esta parroquia del cantón Bolívar se encuentra asentada dentro de los límites del Bosque Protector “Carrizal Chone”, declarado mediante Acuerdo Ministerial No 055 del 12 octubre 1988 y publicado en el Registro Oficial No. 052 el 24 octubre de 1988, por lo tanto todos los proyectos de saneamiento ambiental y mejoramiento de los servicios básicos que se ejecuten en la zona urbana de la parroquia Membrillo del cantón Bolívar van a intersectar con el Bosque Protector, el mismo que posee una superficie de 83556,80 has.

Se localiza en las parroquias de Membrillo y Calceta del cantón Bolívar; Chone y Canuto del cantón Chone; Barraganete, Pichincha y San Sebastián del cantón Pichincha; entre el río Garrapatilla, el estero Guayas y el cerro Mirador al Norte; al Sur limitado por la carretera que va desde San Plácido a Pichincha pasando por el poblado San Sebastián que se encuentra una parte dentro del bosque; al Oeste el río Trueno, los poblados de Quiroga y Canuto a 2 km, Chone a 4 km aproximadamente. Al Este limitando una parte con el bosque Daule Peripa Micro cuenca de los Ríos: San Pedro, Doblones, Pambilar, La Esperanza, Popusa, La Morena, Río de Oro, Santa Lucía, Conguillo, Salazar, Toro, Pescadillo. El poblado Membrillo se encuentra dentro del bosque.

Biodiversidad.

Flora.

La vegetación constituye uno de los elementos importantes en la cobertura y protección de los suelos, porque la interrelación entre el animal-planta permite la perpetuación de las especies y el equilibrio de la cadena alimenticia.(Ver anexo 2).

Fauna.

La fauna de la zona es diversa, la misma que se encuentra presente en fincas y bosques con variadas características de vegetación.(Ver anexo 2).

Producción Agrícola Cacao y Café.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2015) el Cantón Bolívar presenta características eminentemente agrícolas predominando productos como cacao, café y cítricos. En condiciones de productos perenne y de mayor explotación. Aproximadamente en el Cantón se producen alrededor de 13.000 hectáreas entre cacao y café. Alrededor existen 520 fincas, de las cuales 360 corresponde al cultivo de cacao y 160 al cultivo de café, tomando en consideración un promedio general de 25 hectáreas por propietario.

2.2.4 Historia del cantón Bolívar.

Las montañas de Calceta fueron residencia de los Caras, así lo determinan los hallazgos arqueológicos, entre los que se destacan petroglifos, objetos de cerámica, huesos y otros restos. Igualmente se cree que influyeron otras culturas, como los Tosahuas, Machalilla, Chorrera, Valdivia y Guangala, de las cuales se han encontrado vestigios en comunidades como Mamey Colorado, Paraíso, Membrillo, Mocochoal, Quiroga y hasta en Calceta.

Calceta comenzó a formarse por el siglo XVII y a ser notable por la corriente migratoria. Enjambres de hombres llegaron movidos por la bondad de la naturaleza (abundaban el caucho, la tagua y maderas).

Entre los elementos de trabajo y conquistadores de la selva se considera a José Miguel Zambrano, quien se dice fue el primer hombre que fabricó su casa a orillas del Carrizal.

Este hombre se dedicó a la transportación fluvial, desde lo que hoy es el centro de la ciudad hasta el barrio San Bartolo, utilizando en su trabajo una canoa y una balsa. Zambrano, además de la transportación de personas, fue artesano; elaboraba chalinas, alforjas y calcetines de hilo y algodón.

En 1878 Calceta fue considerada como parroquia civil, anexada al cantón Rocafuerte. La inauguración oficial de la nueva parroquia tuvo lugar el 22 de marzo de 1879 y, como es natural, en la ciudad hubo un festejo general.

La cantonización.

El historiador señor Leyo Vélez Torres establece que los primeros fervores de cantonización asoman en 1909, cuando un grupo de ciudadanos de Chone busca crear una nueva provincia con el cantón Bolívar, idea que no fue bien recibida porque se trataba de fraccionar a Manabí.

La idea de cantonizar Calceta fue presentada en el Congreso en 1909, pero es descartada ante los argumentos de un representante de Manabí, oriundo de Rocafuerte.

En 1912, el diputado manabita Sergio Domingo Dueñas presentó nuevamente el proyecto de cantonización, el que provocó interés por las estadísticas, pues el número de habitantes que había en el cantón era considerable.

Fue el 7 de octubre de 1913 que se emitió la resolución respectiva, por parte del Congreso Nacional, y el General Leonidas Plaza puso el ejecútese al día siguiente. La noticia de la cantonización llegó al pueblo de Calceta el 13 de octubre de ese año.

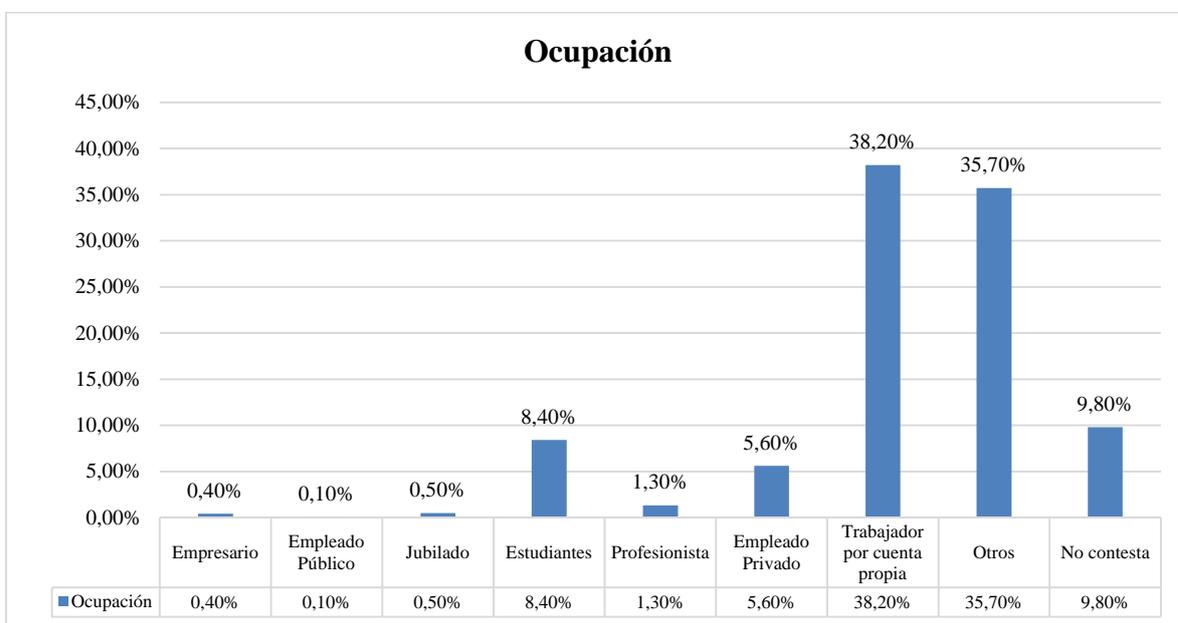
2.3 Estudio de Mercado.

Durante la fase de diagnóstico del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar, se investigó todos los elementos que tienen relación con el turismo local y el receptivo, se tomaron muestras en varios puntos y eventos involucrando todo el territorio del cantón. Los principales puntos y eventos en los que se tomaron muestras fueron: El Festival de los Balseros, Festival gastronómico en Colinas del Sol, Julián, Platanales, Chapulí, Terminal de Calceta y varias comunidades en las parroquias Calceta, Quiroga y Membrillo.

Se recopilaron mediante muestreo probabilístico aleatorio un total 1002 encuestas las mismas que están divididas en 3 grupos: 754 encuestas de Turismo Interno, 186 encuestas de visitantes provenientes de otros cantones de Manabí y 62 encuestas de visitantes provenientes de otras provincias del país.

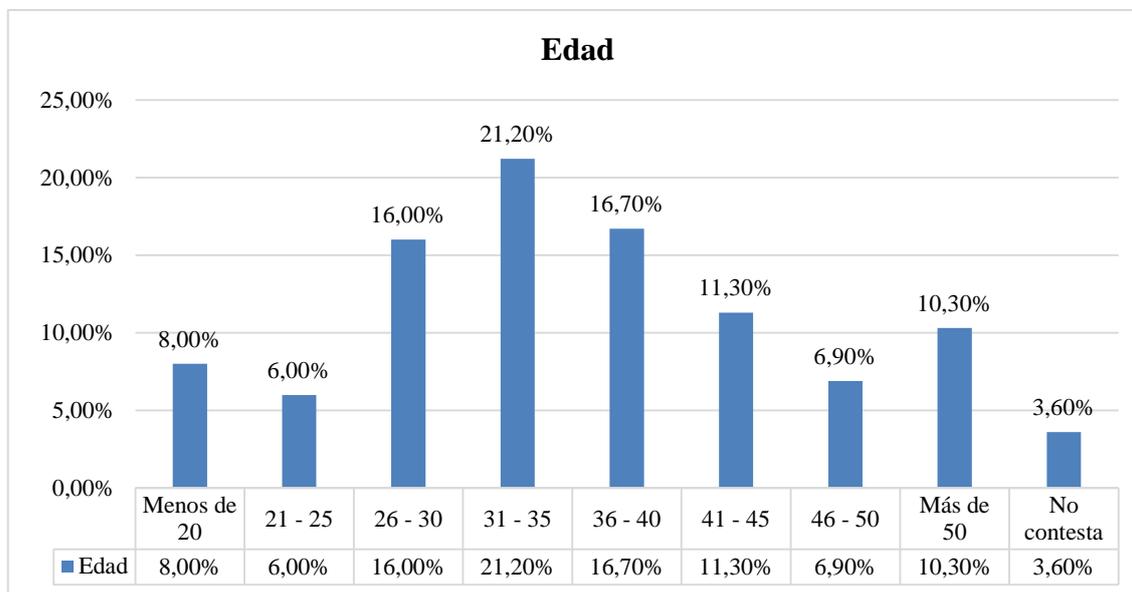
2.3.1 Análisis de demanda de turismo interno.

Dentro del análisis de demanda para turismo interno del cantón Bolívar, el 40.10% de los encuestados son de sexo masculino y el 59.90% femenino.

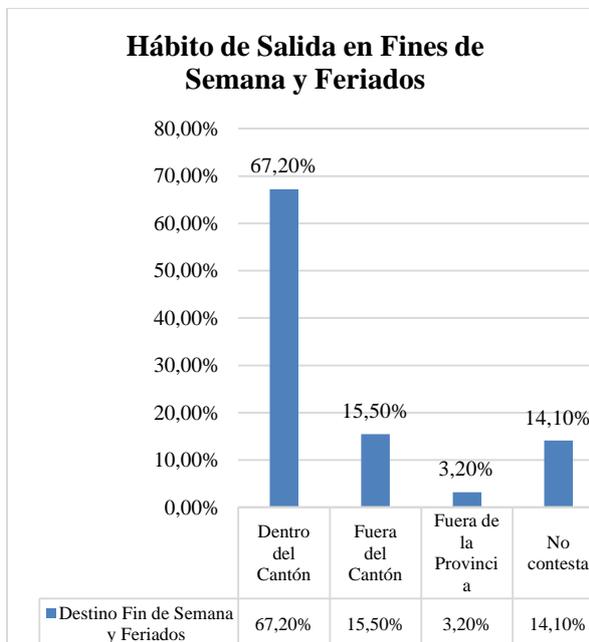
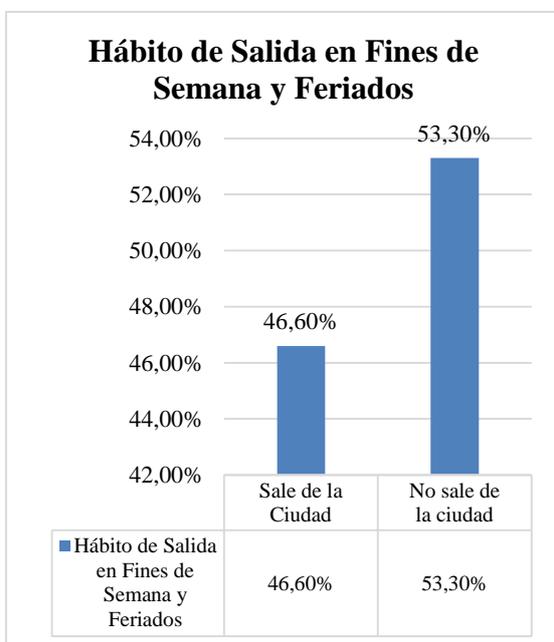


El 38.20% de los encuestados es trabajador por cuenta propia; esto implica especialmente hombres y mujeres dedicados a la agricultura, ganadería y pesca que son la base económica del cantón Bolívar, el 35.70% tiene otras ocupaciones como amas de casa, en

menor medida se encuentran los estudiantes que representan un 8.40% y los empleados privados con un 5.60%.

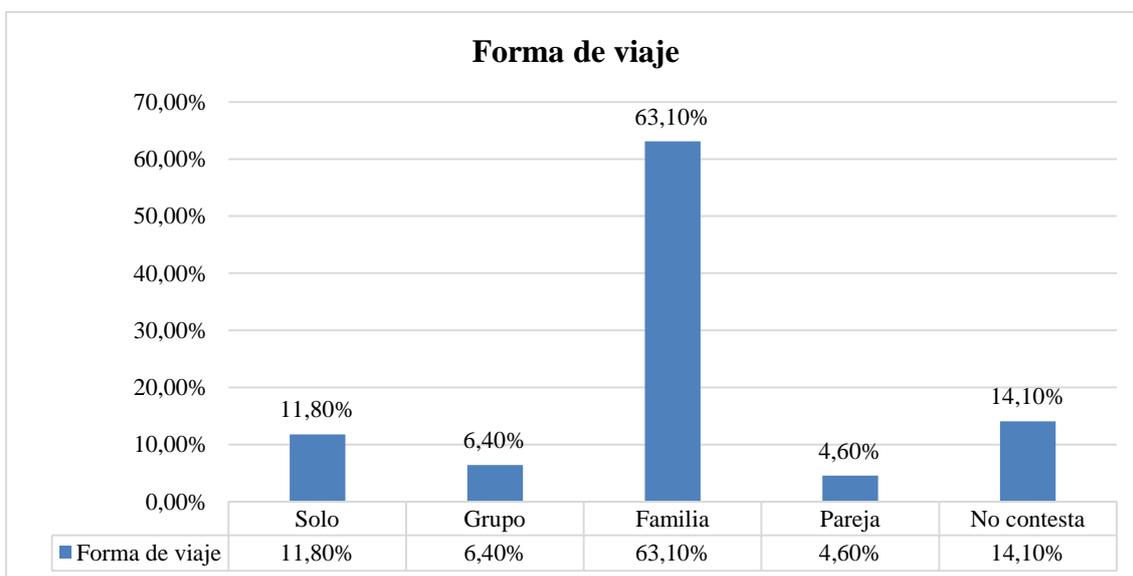


La mayoría de los encuestados correspondientes al 21.20 % se encuentran dentro del rango de los 31 a 35 años, seguidos por los de 36 a 40 y de 26 a 30 años con 16.70% y 16.00 % respectivamente.

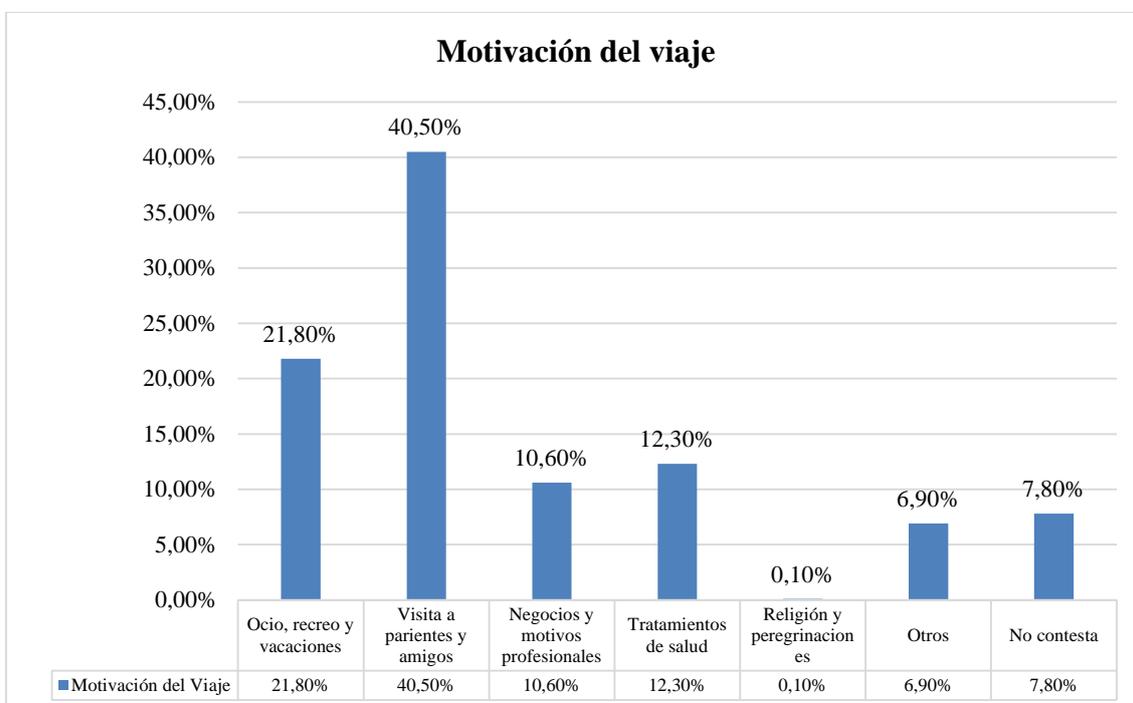


La mayoría de los encuestados correspondientes al 53.30% no sale de la ciudad en los feriados y fines de semana, normalmente salen por situaciones puntuales mas no por hábito. Cuando salen el 67.20% lo hace dentro del cantón Bolívar, un 15.50% viaja a otros

cantones de la provincia, solamente un 3.20% viaja fuera de la provincia y un 14.10 no contestó hacia dónde se desplaza.



Un importante 63.10% viaja en familia, este resultado destaca la importancia de desarrollar productos siguiendo esta línea y que integren servicios para atender las necesidades de este segmento de mercado.

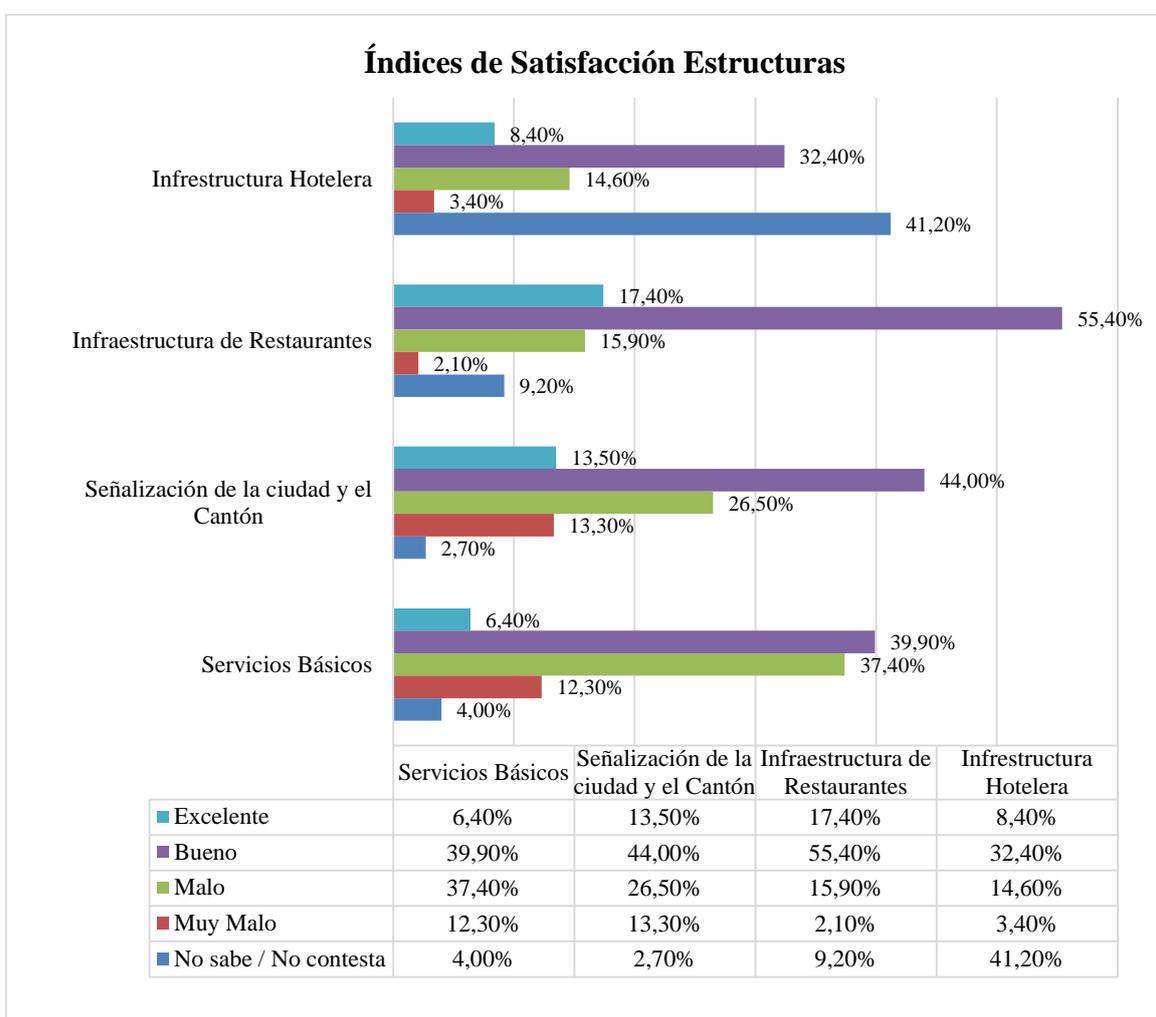


La principal motivación de viaje para la demanda interna es la visita a parientes y amigos que representa el 40.50%, lo cual reafirma la tendencia de los viajes en familia; la segunda

motivación es el ocio, recreo y vacaciones con un 21.80% seguido de tratamientos de salud con un 12.30% y negocios y motivos profesionales con un 10.60%.

Índices de satisfacción.

Dentro del proceso de estudio de mercado, se solicitó a los encuestados calificar diversos aspectos relacionados a los servicios y diferentes aspectos de la experiencia turística. Esta apreciación se ha dividido en tres grupos que constituyen: índices de satisfacción de estructuras, índices de satisfacción de servicios de transporte y limpieza e índices de satisfacción de sitios visitados.

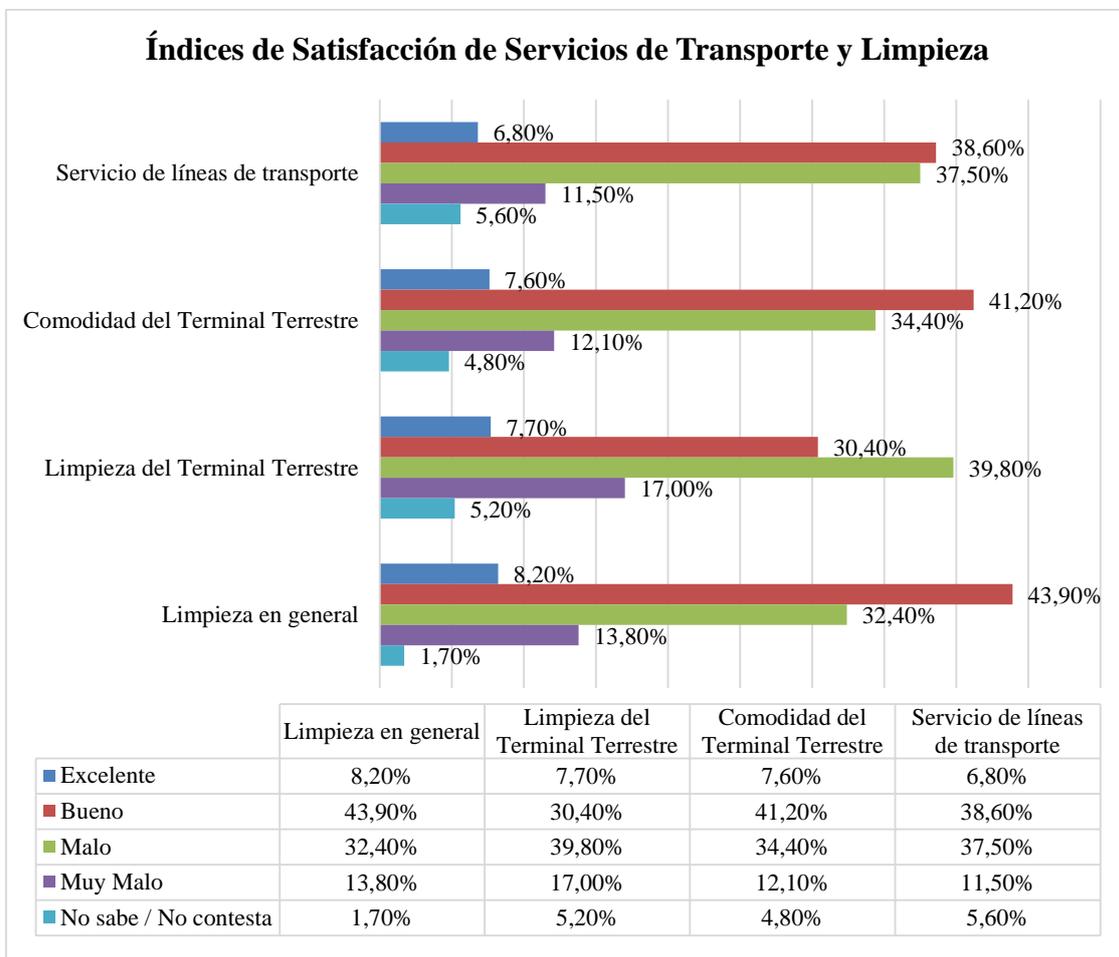


Un 41.20% de los encuestados no emite criterios respecto a la infraestructura hotelera de Bolívar; lo cual se debe principalmente a que nunca se han hospedado, un 32.40% la califica como buena porque consideran que hay suficiente disponibilidad, 14.60% como mala, 8.40% como excelente y un 3.40% como muy mala.

La infraestructura de los restaurantes es percibida como buena y excelente con un 55.40% y 17.40% respectivamente, un 15.90% la califica como mala y un 9.20% no contestó debido manifiestan comer siempre en casa.

La señalización por los residentes es percibida mayoritariamente como positiva, indicando el 44.0% que es buena y el 13.50% excelente; sin embargo un importante 26.50% y 13.30% la califica como mala y muy mala.

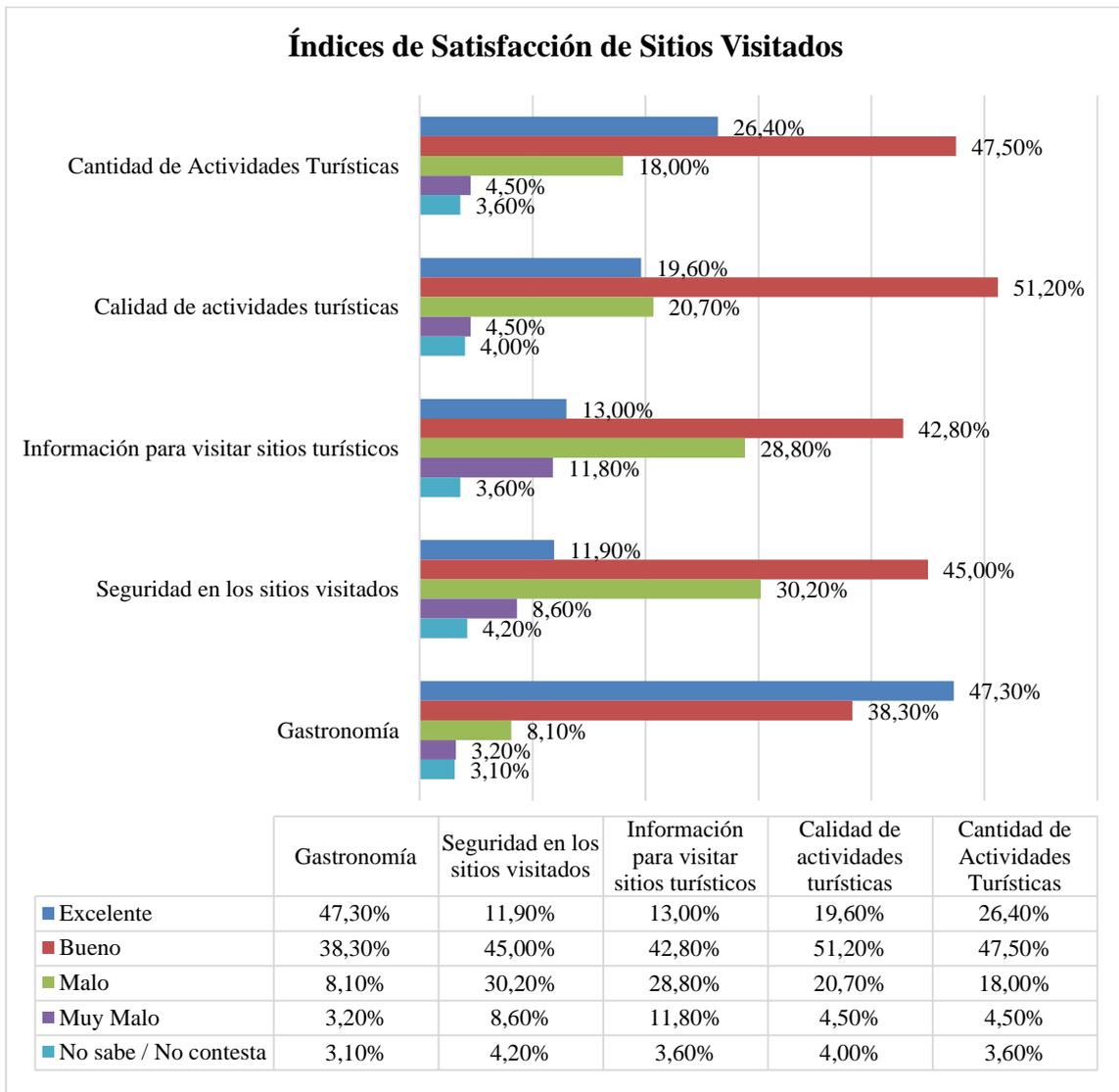
Respecto a los servicios básicos los residentes del cantón Bolívar tienen opiniones divididas; un 39.9% los considera buenos y un 6.40% excelentes, mientras que el 37.40% los califica como malos y el 12.30% como muy malos.



Los servicios de transporte hacia y dentro del cantón cuentan con opiniones divididas, resaltando más la apreciación negativa, el 38.60% considera bueno este servicio mientras que un 37.50% considera que es malo y un 11.50% muy mal. Esta apreciación se acentúa aún más al referirse al servicio de transporte público intercantonal.

El terminal terrestre fue valorado respecto su comodidad y limpieza. Respecto a la comodidad la apreciación del 41.20% es buena y el 7.60% muy buena, para el 34.40% es mala y para el 12.10% muy mala. En cuanto a la limpieza del mismo se tiene una apreciación más negativa solo un 30.40% considera que es buena y un 7.70% excelente, frente a un 39.80% que considera que es mala y un 17% muy mala; los aspectos que más disgustan son el polvo y pocos depósitos de basura.

La percepción de la limpieza en general de la ciudad y el cantón es ligeramente positiva, un 43.90% la considera buena y el 8.20% excelente; por su parte un 32.40% cree que es mala y un 13.80% muy mala. Los encuestados hicieron referencia que se necesitan mayores frecuencias de recolección de basura hacia las zonas rurales para disminuir la presencia de desechos a orillas de las vías.

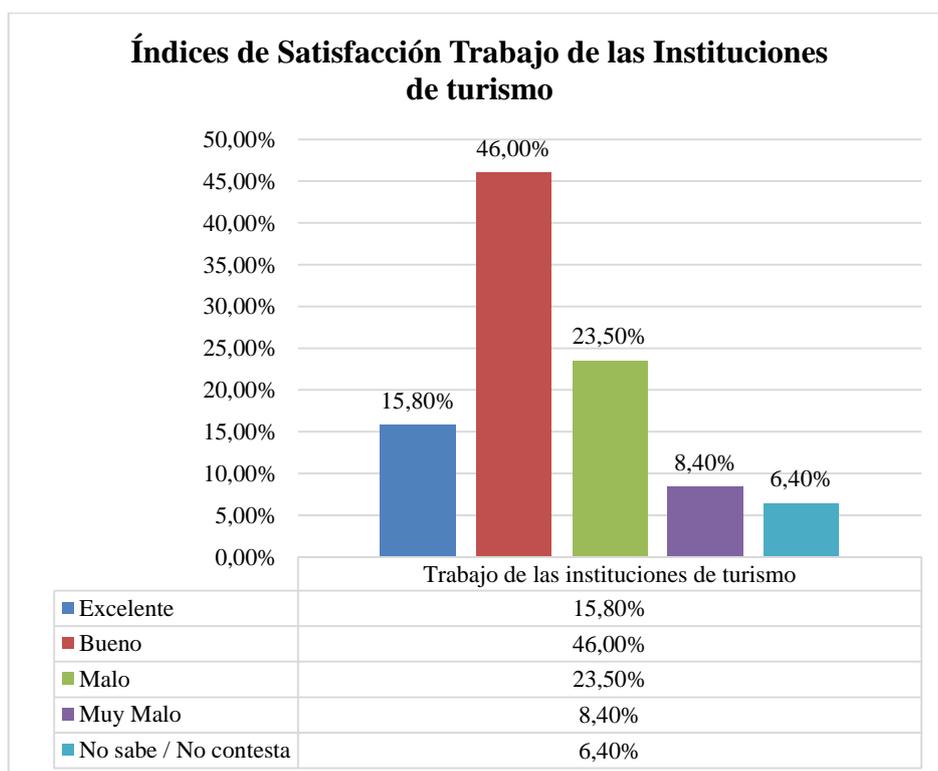


Los índices de satisfacción en sitios visitados ofrecen resultados positivos. En relación a la cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar el 47.50% considera que es buena y el 26.40% excelente. Al momento de indagar sobre calidad de las mismas independientemente de su cantidad el 51.20% cree que esta es buena y un 19.60% excelente.

Con respecto a la información para visitar sitios turísticos un 42.80% considera que es buena y un 13% excelente; el 28.80% de los encuestados considera que esta es mala y el 11.80% muy mala, este grupo alega que la información de las actividades y sitios turísticos llega solo a los locales, y es necesaria difusión externa para atraer el turismo.

La seguridad en los sitios turísticos es percibida como buena por de 45% de los encuestados y excelente por un 11.90%; mientras que un 30% la califica como mala y 8.60% como muy mala; cabe resaltar que quienes le dan una valoración negativa no se refieren especialmente a la delincuencia, sino que manifiestan que varios sitios, especialmente balnearios representan riesgos de caídas y pocas garantías de seguridad física para los turistas.

La gastronomía goza de gran aceptación un 47.30% la califica como excelente y el 38.30% como buena.



El trabajo de las instituciones de turismo tomando en consideración niveles nacionales, regionales y seccionales es percibido como bueno por el 46% de los encuestados y como excelente por un 18.80%, seguido de un 23.50% que lo considera malo, 6.40% muy malo y un 6.40% no sabe o no contesta.

Aspectos que más les gustan del cantón.

La demanda local refleja una gran preferencia por los balnearios de agua dulce en general, destacan su gusto por los ríos y lugares como la cascada Chapulí, Platanales, Julián y otros. La represa de goza también de alta preferencia por sus aspectos comerciales, de transportación y paisajísticos.

En el aspecto cultural la iglesia San Agustín ubicada en Calceta es muy apreciada por su belleza arquitectónica y decoración interna, el Festival del Balsero del Carrizal es muy apreciado por las comunidades locales, las fiestas patronales del cantón y de cada una de las parroquias son muy apreciadas por la comunidad; además de resaltar la personalidad de la gente y la gastronomía como un punto importante de la identidad. Otros puntos de esparcimientos que también fueron mencionados por varios encuestados fueron los centros turísticos Colinas del Sol y Quinta Linda.

Aspectos que menos les gustan del cantón.

La población local destaca como principal punto negativo las calles dentro de la ciudad producto de la lenta recuperación que ha tenido el cantón posterior al terremoto del 16 de abril de 2016. Mencionan además varios problemas en las vías hacia las comunidades; muchas de las cuales se encuentran en mal estado y muchas otras que son únicamente veraneras, siendo muy dificultoso y en otros casos imposible trasladarse en vehículos hacia las mismas.

Otro aspecto mencionado como inconformidad es la presencia de basura en las vías, la ciudad y balnearios, los pobladores resaltan pocos estacionarios de basura en los sitios públicos y en los eventos. En las comunidades rurales de manera especial se indicó que existen pocos recorridos para recolección de basura, lo cual genera inconvenientes para mantener la asepsia y provoca que varios pobladores recurran a la quema de los desechos.

En menor medida algunos pobladores indican problemas en los servicios básicos; además desorden en el mercado y con los vendedores. El terminal es otro punto de observación

resaltando la presencia de polvo y poca limpieza del mismo. En menor medida se mencionan aspectos como el ruido, señalética, mal servicio de transporte hacia las comunidades y pocas paradas de buses.

Recomendaciones para mejorar el turismo en el cantón.

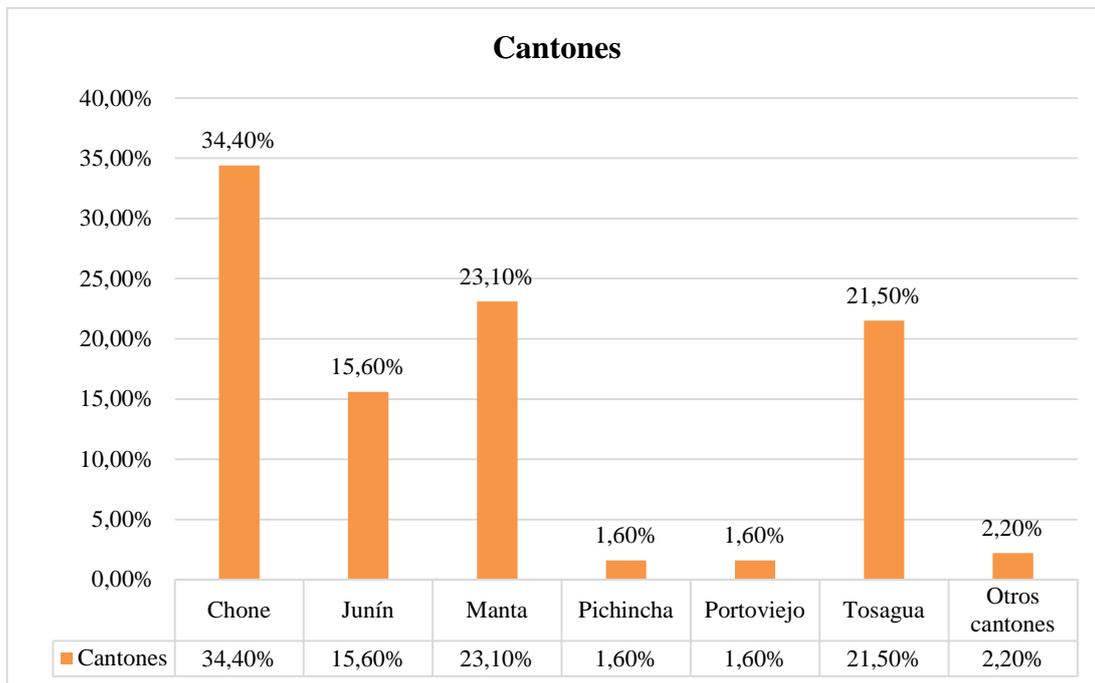
Dentro de las principales recomendaciones que se hacen están el mejoramiento de las vías urbanas y rurales, lo que permita tener mejores accesos a los sitios turísticos especialmente de las zonas rurales.

El mantenimiento de los balnearios es algo que muchos recomiendan, indican que se debe mejorar la accesibilidad a estos, además de que se los debe de proveer con servicios complementarios como baños públicos y parqueaderos.

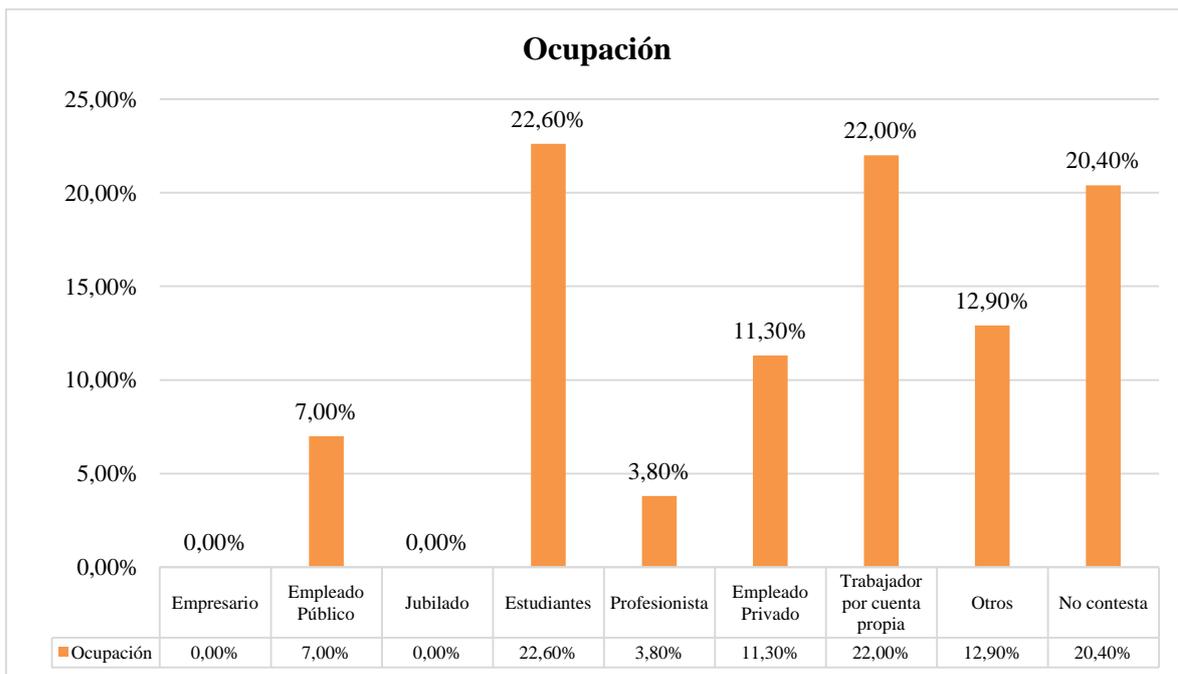
Otra de las recomendaciones que se hacen es la mejora de la limpieza en las calles y especialmente en los balnearios y sitios turísticos mediante la colocación de depósitos de basura, además de la implementación de normativas y educación ambiental. Además de la educación ambiental se proponen otros temas de capacitación como atención al cliente, seguridad turística y manejo de servicios turísticos.

La promoción es otro aspecto ampliamente sugerido, los encuestados indican que es necesaria una mayor difusión de los sitios turísticos especialmente de los que se encuentran en las zonas rurales para que de esta manera sean más visitados.

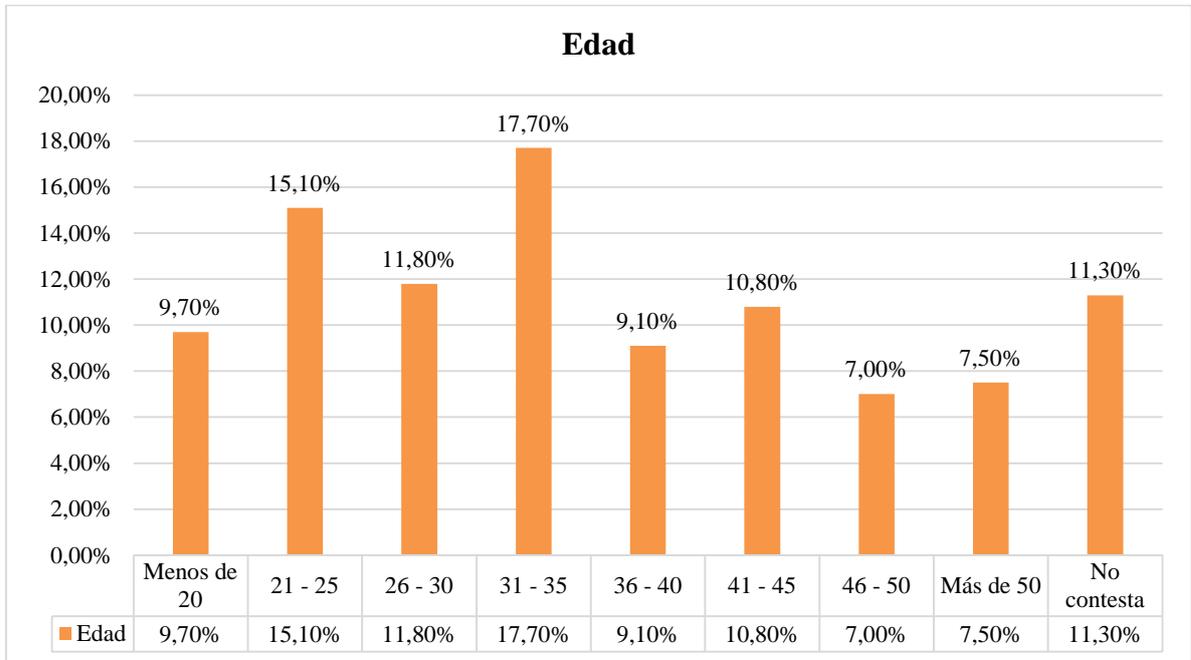
2.3.2 Análisis de demanda proveniente de otros cantones de la Provincia de Manabí.



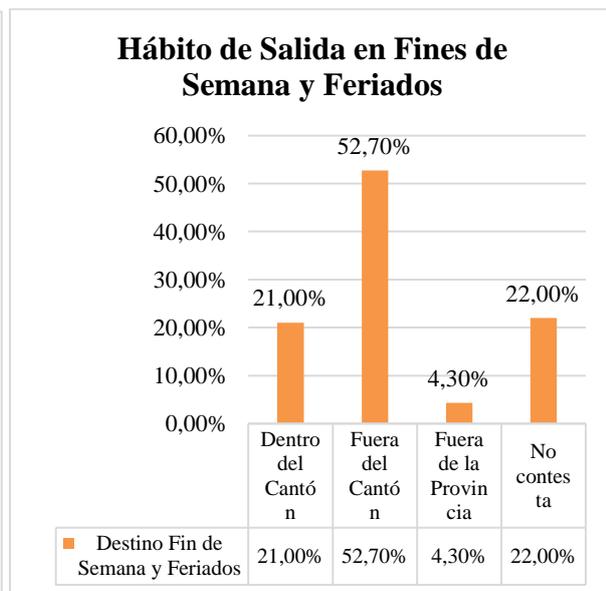
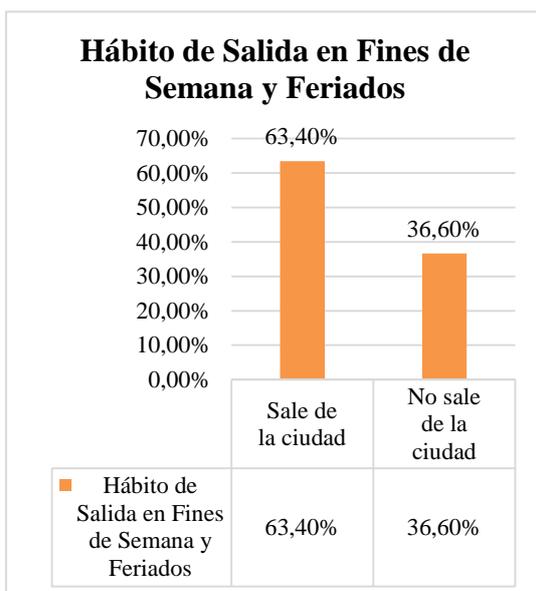
Los visitantes de otros cantones de la provincia de Manabí que arriban al cantón Bolívar son mayoritariamente de sectores colindantes; el primer lugar lo ocupan los visitantes de Chone que representan el 34.40%, seguidos de los de Manta con un 23.10%, Tosagua 21.50%, Junín 15.60% y otros cantones en menor medida como Pichincha, Portoviejo, Bahía, Jama y Pedernales.



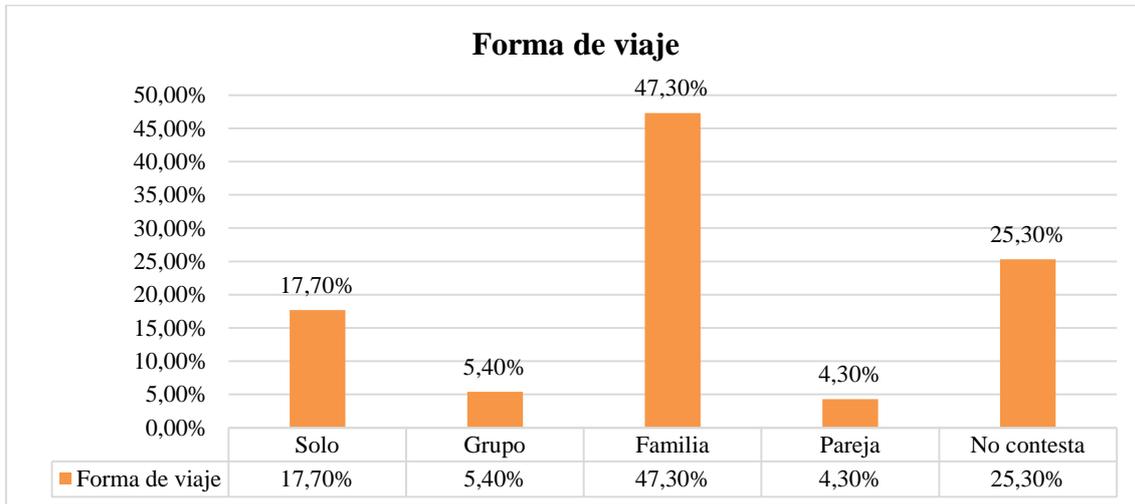
De los visitantes encuestados en este rubro el 50.50% fueron hombres y el 49.50% mujeres. Un 22.60% son estudiantes que viajan diariamente a Calcuta a recibir clases en la Universidad, un 22% son trabajadores por cuenta propia, 12% otros, 7% empleados públicos y un 20.40% no quiso manifestar su ocupación.



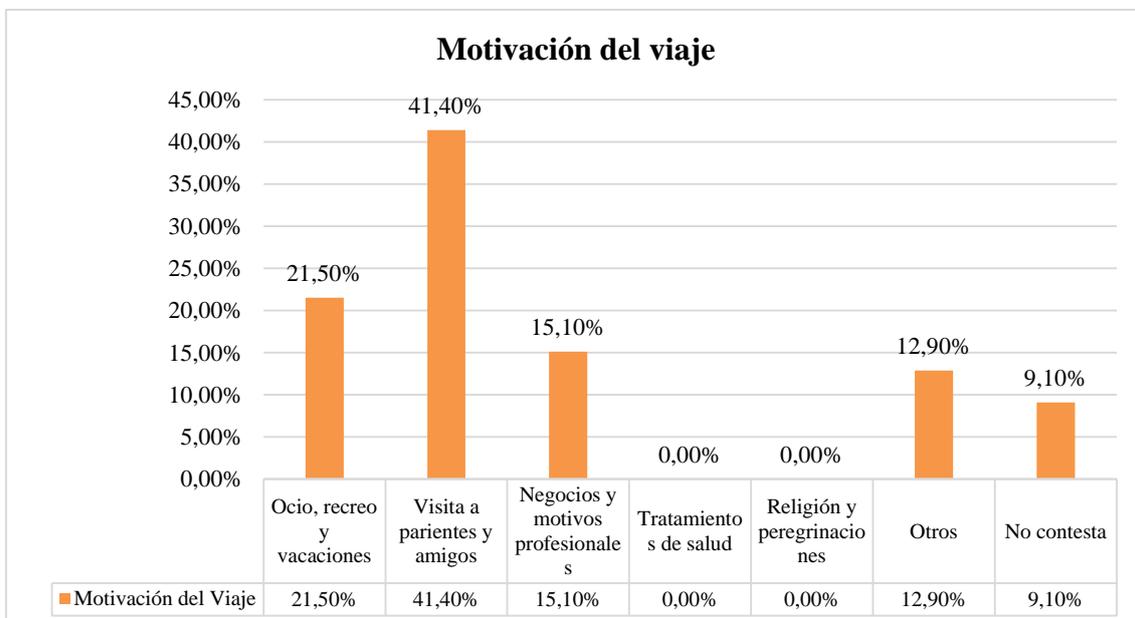
El rango de edad de los visitantes del cantón Bolívar es relativamente equilibrado, resaltando ligeramente los visitantes de 31 a 35 años con un 17.70% y los de 21 a 25 años con un 15.10%.



Una mayoría importante de los encuestados de otros cantones de Manabí correspondientes al 63.40% sale de la ciudad en los feriados y fines de semana. Cuando salen el 52.70% salen de su cantón, el 21% lo hace dentro de su cantón, un 4.30% viaja fuera de la provincia y un 22% no contestó hacia dónde se desplaza.



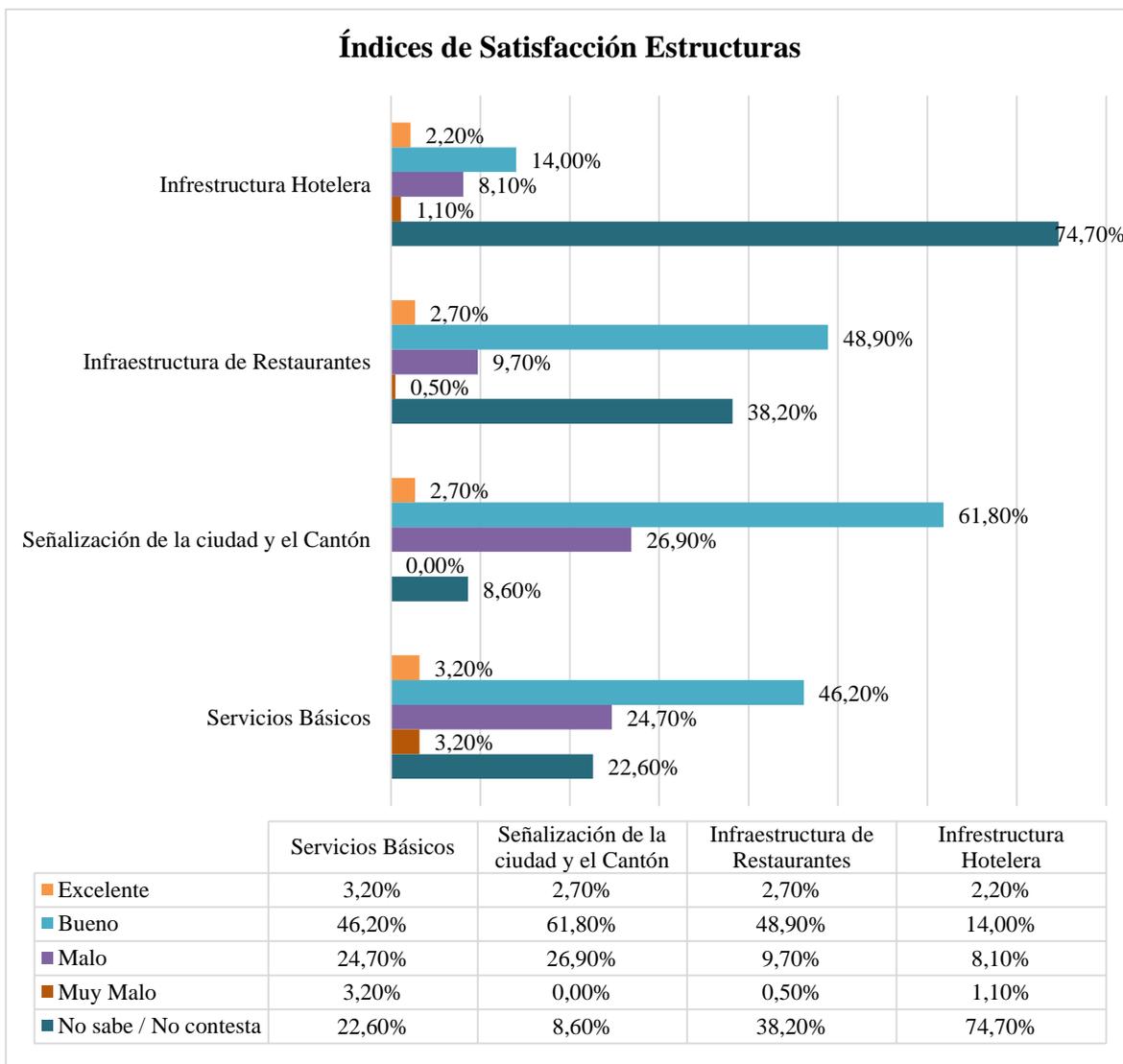
Los visitantes de Bolívar provenientes de otros cantones de la provincia de Manabí, viajan en un 47.30% en familia, un 25.30% no contestó de qué forma se desplaza y un 17.70% indicó que lo hace solo.



La motivación del viaje de este segmento de visitantes es mayoritariamente la visita a parientes y amigos con un 41.40%, seguido de los que lo hacen por ocio, recreo y vacaciones con un 21.50%, un 15.10% lo hace por motivos profesionales y normalmente

son los que viajan solos; el 12.90% de los encuestados viajan por otros motivos y son mayoritariamente estudiantes de cantones aledaños que se desplazan por motivos de estudio.

Índices de satisfacción



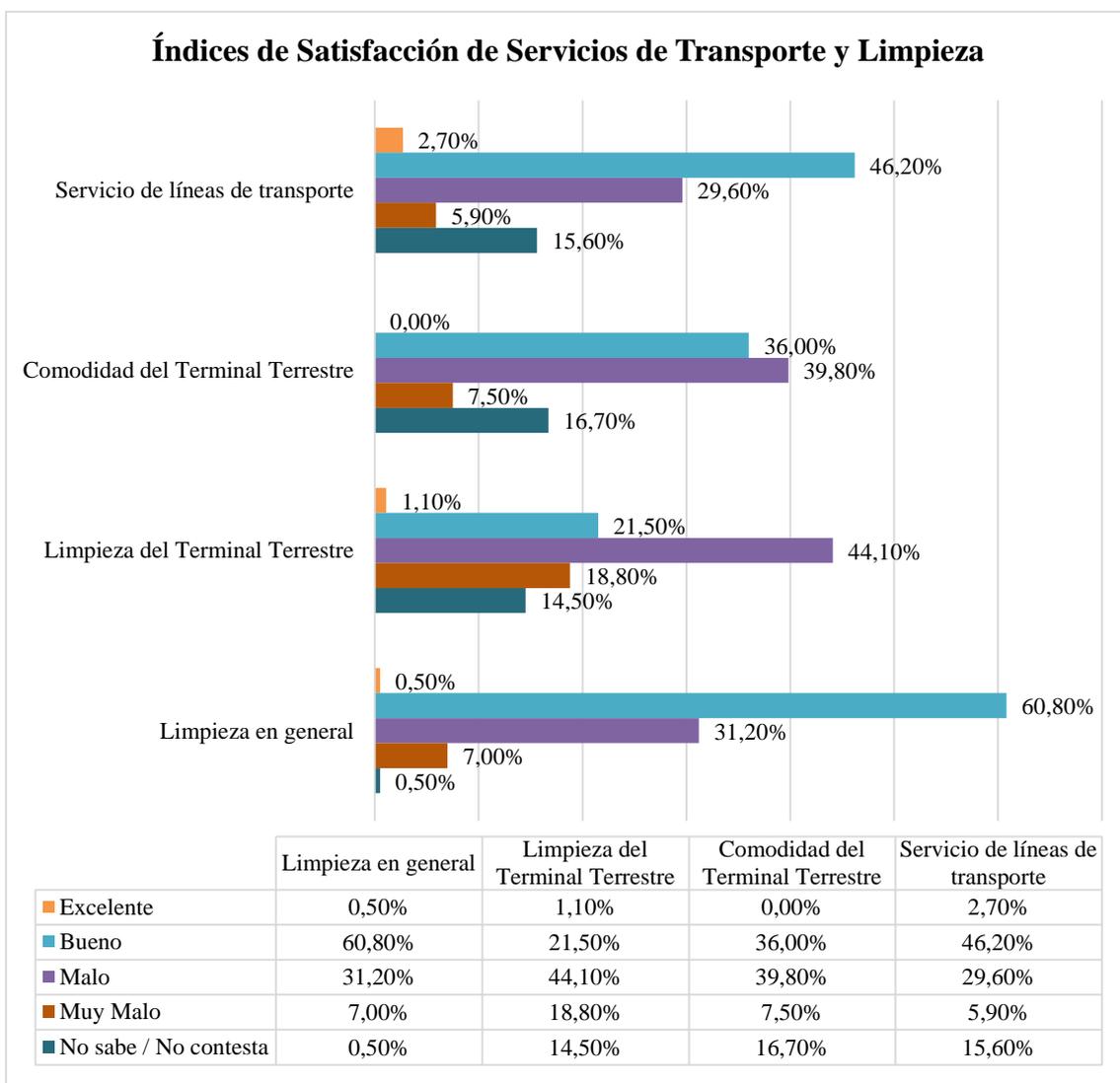
Los índices de satisfacción respecto a la infraestructura reflejan que el 74.70% no sabe o no contesta debido a que nunca se han hospedado en hoteles, indican que normalmente salen y vuelven a sus hogares el mismo día o que cuando pernoctan lo hacen en casa de familiares o amigos. Del 25.30% restantes se divide en un 2.20% que la califica como excelente, 14% como buena, 8.10% como mala y el 1.10% como muy mala.

La infraestructura de restaurantes es calificada como muy buena por el 48.90% de los encuestados, el 38.20% no emitió su criterio al respecto, indican no conocer muchos

restaurantes debido a que normalmente se alimentan en la casa de los familiares y amigos a los que visitan, un 9.70% los califica como malos y un 2.70% como excelentes.

La señalización de la ciudad y el cantón en general es calificada como buena por el 61.80%, alegando que hay buena señalética vial especialmente en los ingresos al cantón el 26.90% considera que es mala, el 8.60% no sabe o no contesta y el 2.70% cree que es excelente.

Los servicios básicos son calificados como buenos por el 46.20% de los encuestados, el 24.70% indican que son malos, el 22.60% no emite criterio debido a que no tienen conocimiento al respecto.

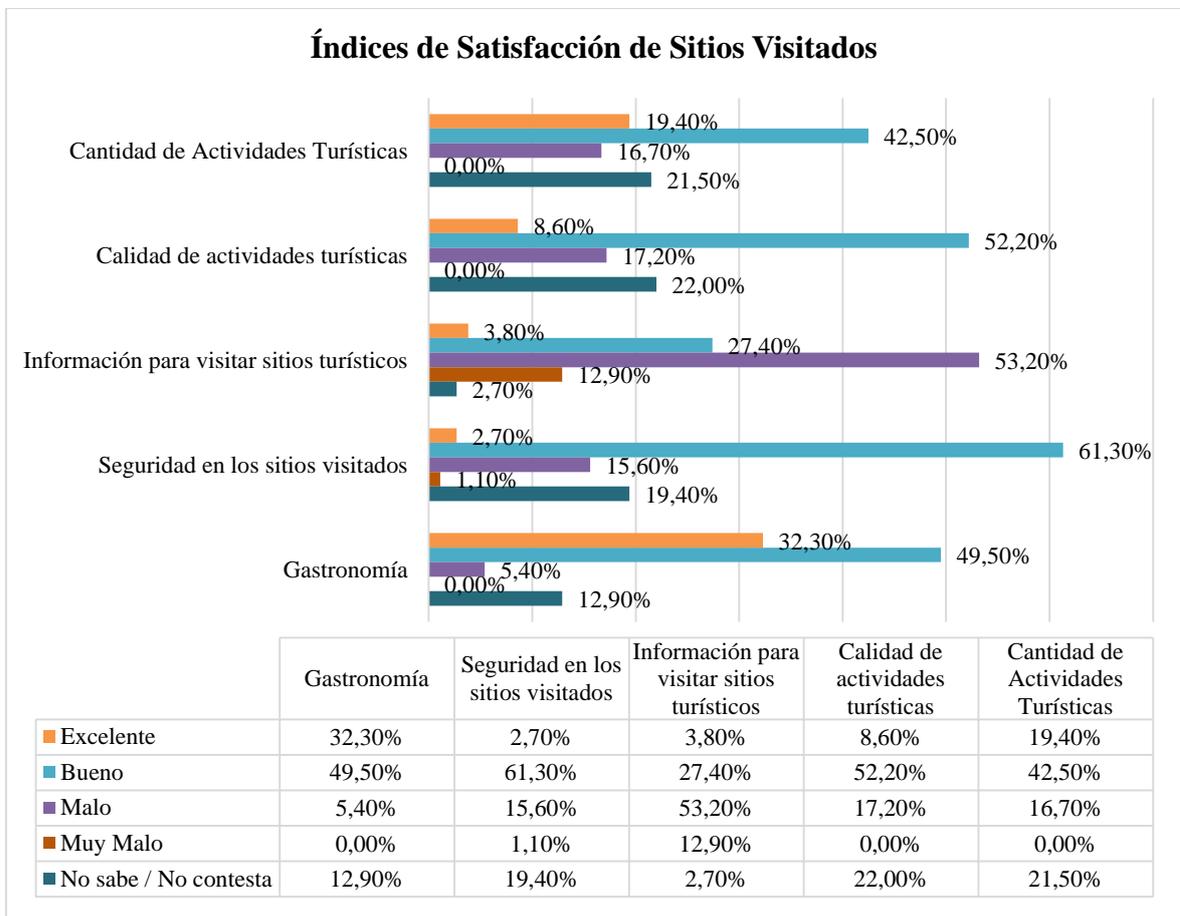


Los servicios de transporte son percibidos como buenos por el 46.20% de los encuestados, como malos por el 29.60% y muy malos por el 5.90%. El 15.60% de los encuestados no

los califica debido viajan en sus propios vehículos y no utilizan servicios de líneas de transporte.

La comodidad en el terminal terrestre es considerada mala por el 39.80% de los encuestados y muy mala por el 7.50%, alegan que existe demasiado polvo que no permite una espera agradable ni alimentarse asépticamente en los pocos establecimientos de alimentación que se encuentran; el 36% considera que la comodidad es buena debido a que hay asientos para espera y en el caso de la cooperativa Flota Bolívar tienen su propia sala de espera la cual consideran muy cómoda, un 16.70% no sabe o no contesta. La limpieza tiene una percepción más negativa que la comodidad, el 44.10% de los usuarios de otros cantones considera que es mala y el 18.80% muy mala debido al polvo y pocos estacionarios de basura, el 14.50% no sabe o no contesta y el 21.50% considera que la limpieza es buena.

La limpieza en general del cantón tiene una percepción positiva, el 60.80% de los encuestados considera que es buena versus un 31.20% que la califica como mala y 7% como muy mala.

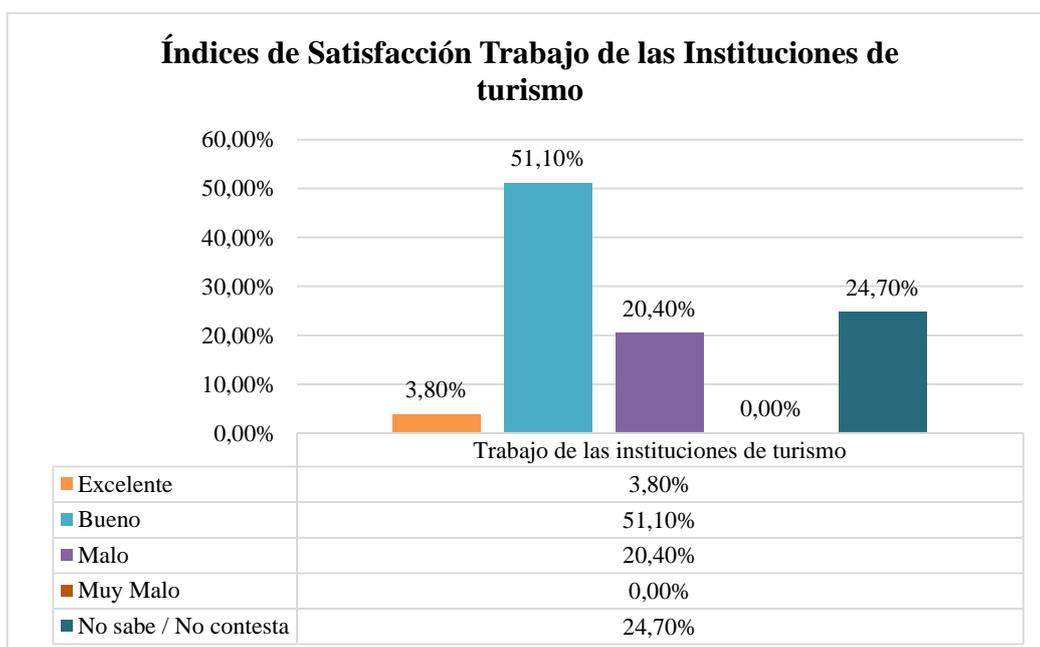


Los índices de satisfacción respecto a sitios visitados arrojan resultados variados. En cuanto a la cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar el 42.50% considera que es buena y el 19.40% excelente, el 16.70% las califica como mala y el 21.50% no contestó debido a que no han recorrido mucho el cantón y para algunos era la primera vez que lo visitaban. La calidad de estas actividades es percibida como buena por un 52.20% de los encuestados y por el 8.60% como excelente, un 17.20% considera que la calidad es mala y el 22% no la califica debido a que no han visitado muchos lugares.

Respecto a la información proporcionada para visitar lugares turísticos el 53.20% de los encuestados la califica como mala y el 12.90% muy mala; alegan que no existe información suficiente en internet y algunos indicaron que han visitado el cantón por invitación de familiares y amigos mas no porque hayan visto o escuchado publicidad.

La seguridad de los sitios visitados es percibida de forma positiva un 61.30% considera que es buena y 3.80% excelente; el 15.60% la califica como mala y 1.10% muy mala debido a que notan riesgos de caídas para los visitantes especialmente en los balnearios, el 19.40% no emitió criterios.

La gastronomía es calificada por el 49.50% como buena y el 32.30% como excelente, evidenciando la gran acogida de este aspecto por parte de los turistas; un 5.40% considera que se mala, aunque algunos de los encuestados indicaron que su calificación es de manera concreta por los restaurantes dentro de la ciudad que ofrecen almuerzos.



El trabajo de las instituciones de turismo en todos los niveles es percibida como buena por un 51.10% de los encuestados y como excelente por el 3.80%, debido a que según su apreciación el Ministerio de Turismo especialmente promociona constantemente los atractivos del Ecuador y de Manabí; no obstante un 20.40% considera que es mala debido a que a su criterio la promoción debe ser más especializada y especialmente el concejo provincial debería generar mayor impacto en este aspecto. Ningún encuestado califica este ítem como muy malo y un 24.70% no sabe o no contesta.

Aspectos que más les gustan del cantón.

Los visitantes del cantón Bolívar provenientes de otros cantones de Manabí resaltan como uno de las cosas que más les gustan la naturaleza que ofrece el cantón, a esta le suman los balnearios de río y cascadas que pueden encontrar, aunque destacan que esto solo se puede disfrutar en meses de invierno y en ocasiones los accesos son dificultosos, especialmente para los atractivos que se encuentran más retirados.

La represa Sixto Durán Ballén resalta como uno de los sitios que más gusta a este grupo de visitantes, no obstante algunos observan aspectos relacionados con los servicios turísticos del lugar, los mismos que a su criterio no son permanentes.

Varios festivales como los realizados en Colinas del Sol, el festival de los Balseros y la regata Aldo Cano Patiño son resaltados por varios encuestados, indican que son referentes de la cultura manabita en general y de cómo eran las costumbres ancestrales de los bolivarenses especialmente.

Dentro del casco urbano varios visitantes destacan la arquitectura interna y externa de la iglesia San Agustín, el parque Bolívar con su monumento también es tomado como un lugar importante por algunos encuestados y los dulces que forman parte de la tradición cultural y gastronómica del cantón.

Aspectos que menos les gustan del cantón.

Este grupo de encuestados mencionan como aspectos negativos las condiciones de algunas vías hacia las zonas rurales y la presencia de basura en las mismas.

Otro punto de marcada observación es respecto al terminal terrestre, destacan además que en el mismo no hay suficientes lugares de alimentación. Se indican también mal servicio y poca comodidad en el transporte urbano.

La venta de alcohol en sitios turísticos también fue nombrada, haciendo referencia a que al venderse mucho alcohol en los balnearios especialmente, las personas mareadas pueden incomodar a los demás.

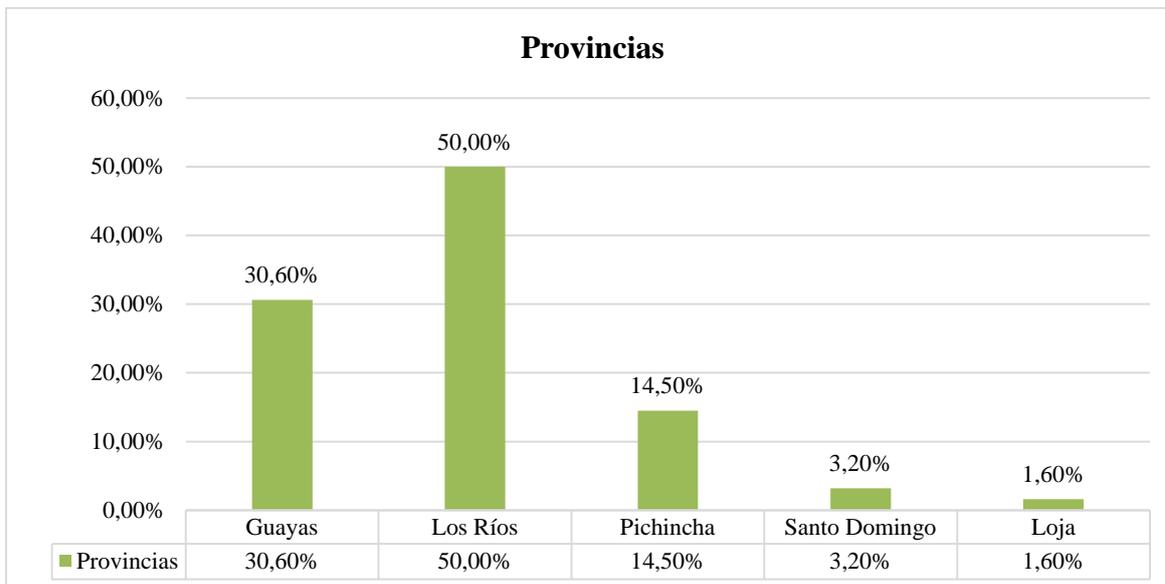
Recomendaciones para mejorar el turismo en el cantón.

Se recomienda potenciar y promocionar a nivel provincial y si es posible nacional, aspectos ligados a la cultura como lo son el festival de los Balseros y la regata Aldo Cano Patiño; se recomienda poner mayor información sobre sitios y eventos turísticos en internet, además de mapas turísticos en la web y de forma física en el terminal.

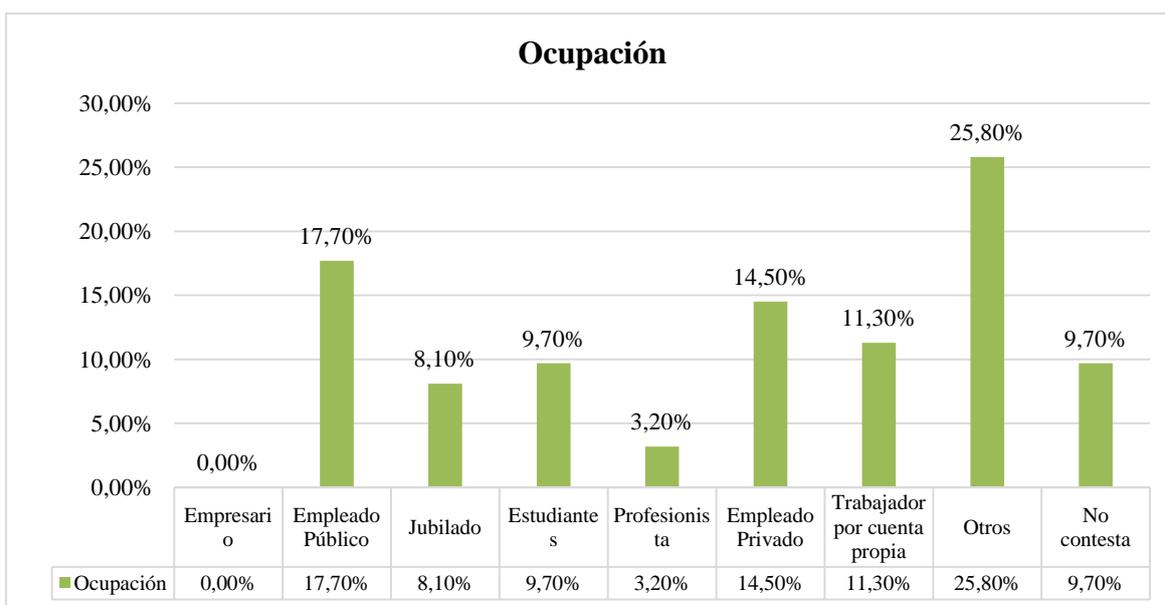
Se hace preciso mejorar la atención al cliente y capacitar en relaciones humanas a los vendedores y personas que atienden en los restaurantes, así como organizar a los vendedores en los eventos y los feriados. Se propone además la implementación de más locales en el terminal terrestre.

En los sitios turísticos se recomienda mayor limpieza, infraestructuras acordes con el entorno, mejores facilidades como alquiler de sillas y parasoles, zonas de descanso y sombra y mejorar la limpieza de las habitaciones y los baños en los hoteles.

2.3.3 Análisis de demanda procedente de otras provincias del Ecuador.

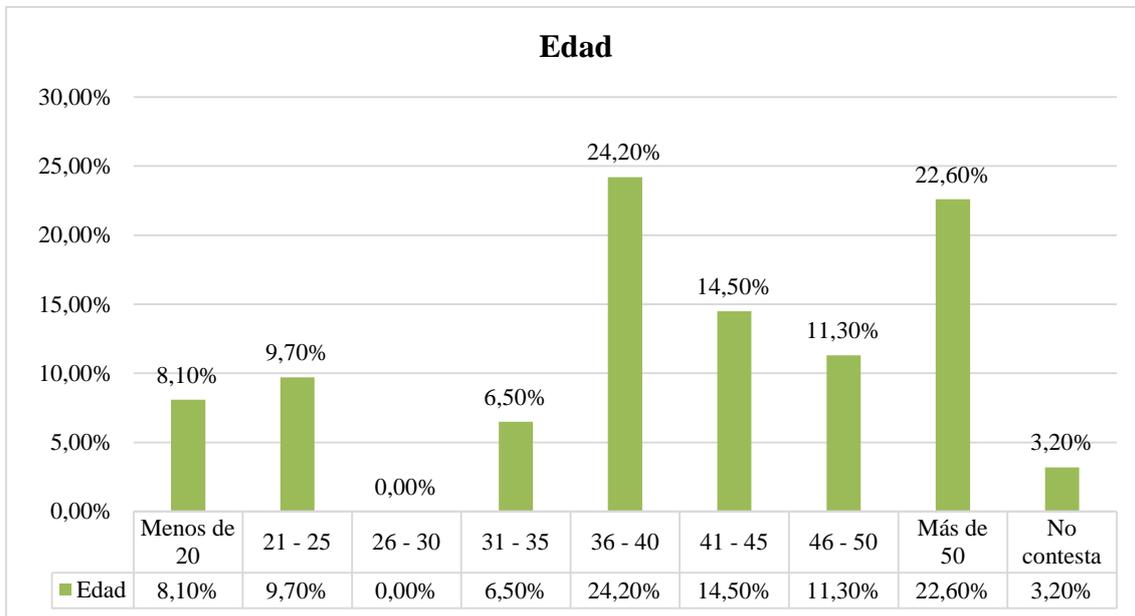


La procedencia de los habitantes de otras provincias que visitan el cantón Bolívar es mayoritariamente de la provincia de Los Ríos representando el 50% especialmente de la ciudad de Quevedo, el 30.60% provienen de la provincia del Guayas, 24.50% de la provincia de Pichincha, 3.20% de Santo Domingo de los Tsáchilas y 1.60% de Loja. Un factor importante a destacar es el hecho que haya rutas directas que pasan por la ciudad de Calceta desde la mayoría de las provincias mencionadas.

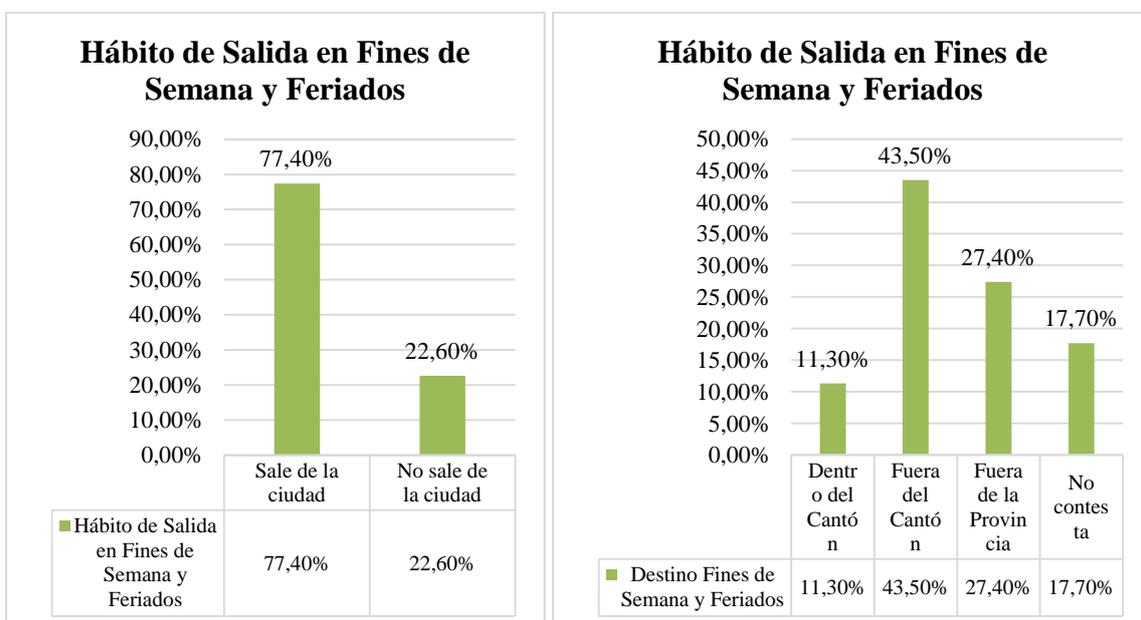


Del total de encuestados el 51.60% es hombre y el 48.40% es mujer; la ocupación del 25.80% de los encuestados es otra, el 17.70% son empleados públicos, el 14.50% son

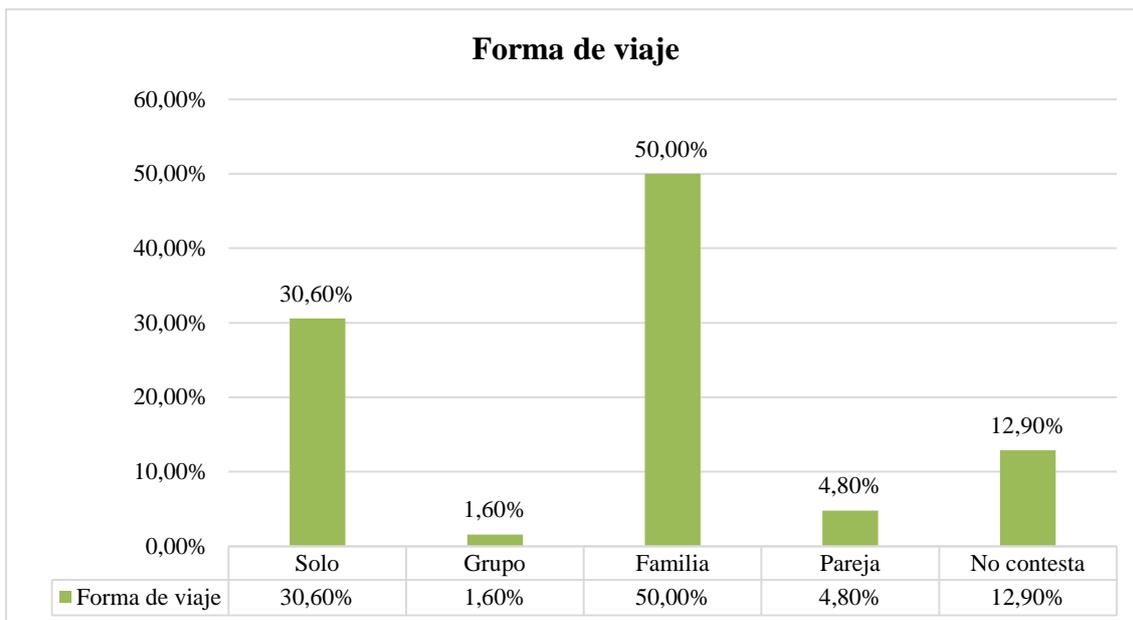
empleados privados, el 11.30% lo constituyen trabajadores por cuenta propia, un 9.70% son estudiantes, 8.10% jubilados.



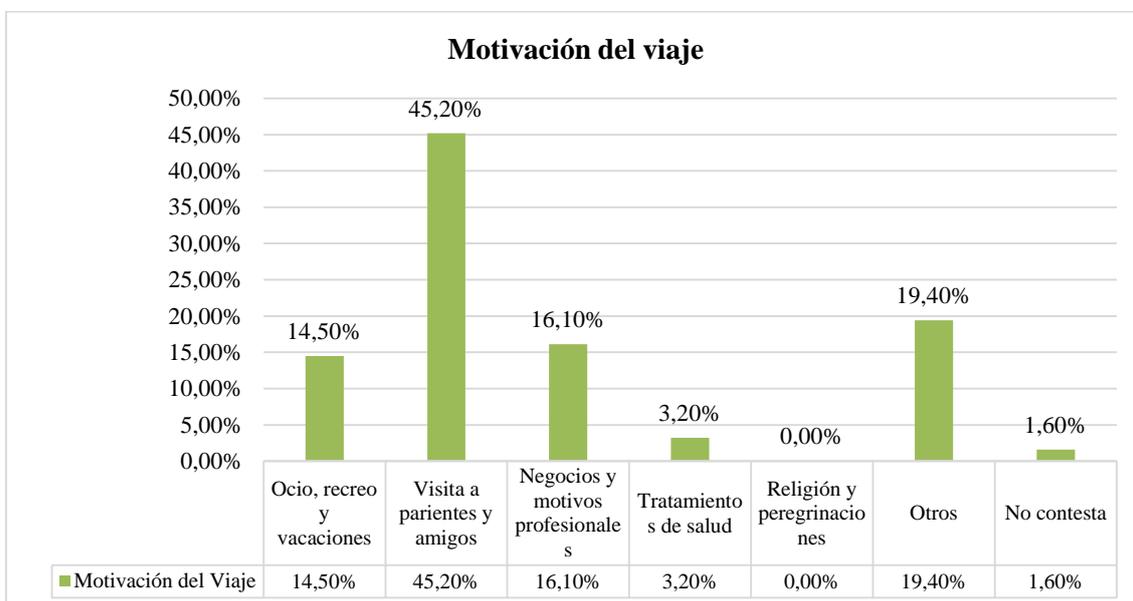
La edad de los visitantes de otras provincias se encuentra mayoritariamente arriba de los 36 años, un 24.20% está entre los 36 y 40 años, 14.50% entre 41 y 45, 11.30% entre 46 y 50 y el 22.60% tiene más de 50 años.



Los hábitos de salida de este grupo indican que el 77.40% salen de la ciudad los fines de semana y feriados. El 43.50% de este grupo lo hace fuera de su cantón de residencia, el 27.40% fuera de la provincia y el 11.30% dentro del cantón.

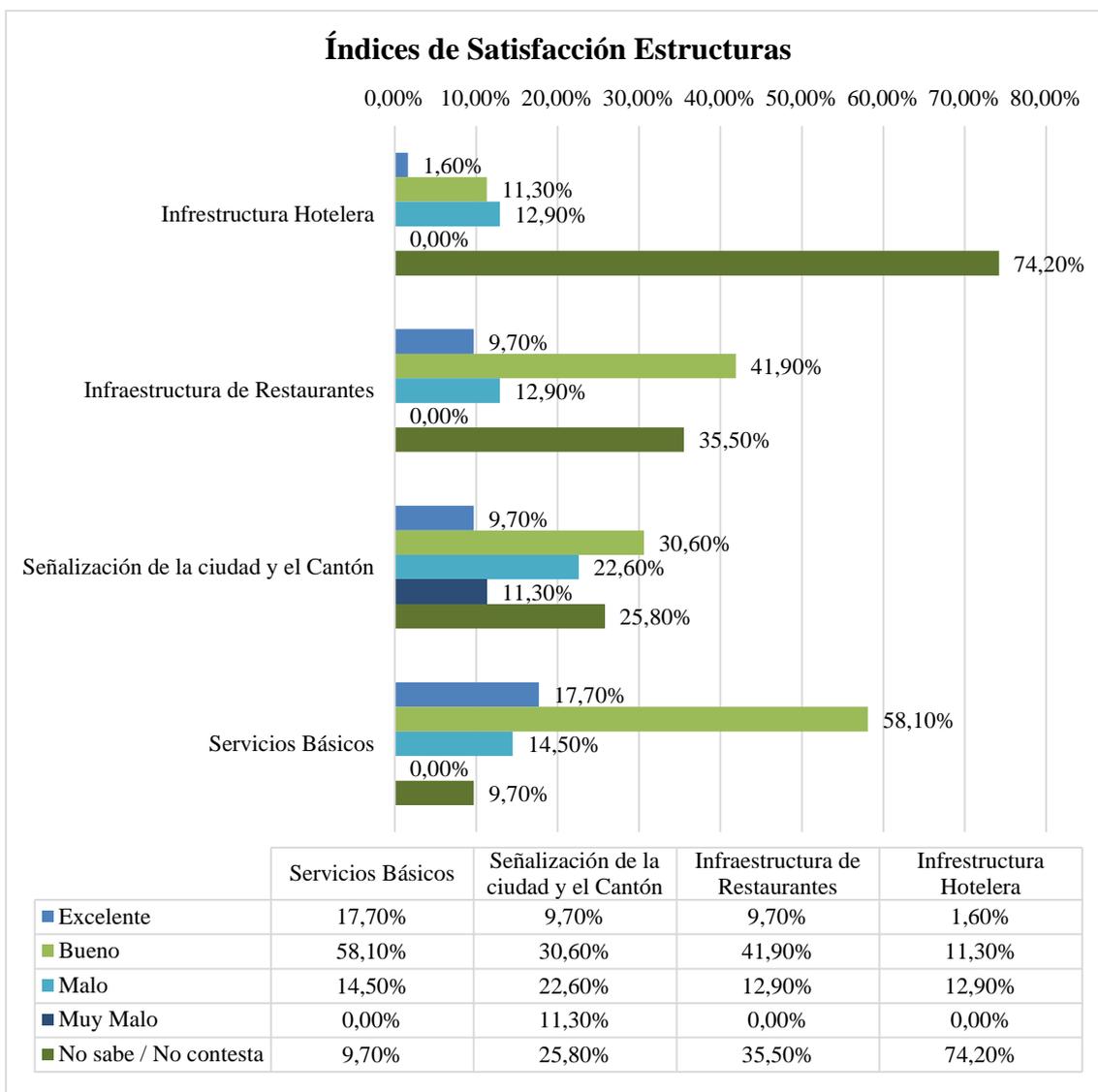


La forma de viaje del 50% de los visitantes de otras provincias del Ecuador al cantón Bolívar es en familia, reafirmando la tendencia de la demanda interna y de otros cantones de Manabí, el 30.60% viajan solos, el 12.90% no contesta, el 4.80% lo hacen en pareja y solo un 1.60% en grupo.



La principal motivación de este segmento es la visita a parientes y amigos con un 45.20%, seguido del 19.40% otros motivos donde resaltaron principalmente por estudio. La motivación de un 16.10% son los negocios y motivos profesionales, seguido por ocio, recreo y vacaciones con un 14.50%, por tratamientos de salud se trasladan el 3.20% y el 1.60% no contesta.

Índices de satisfacción.

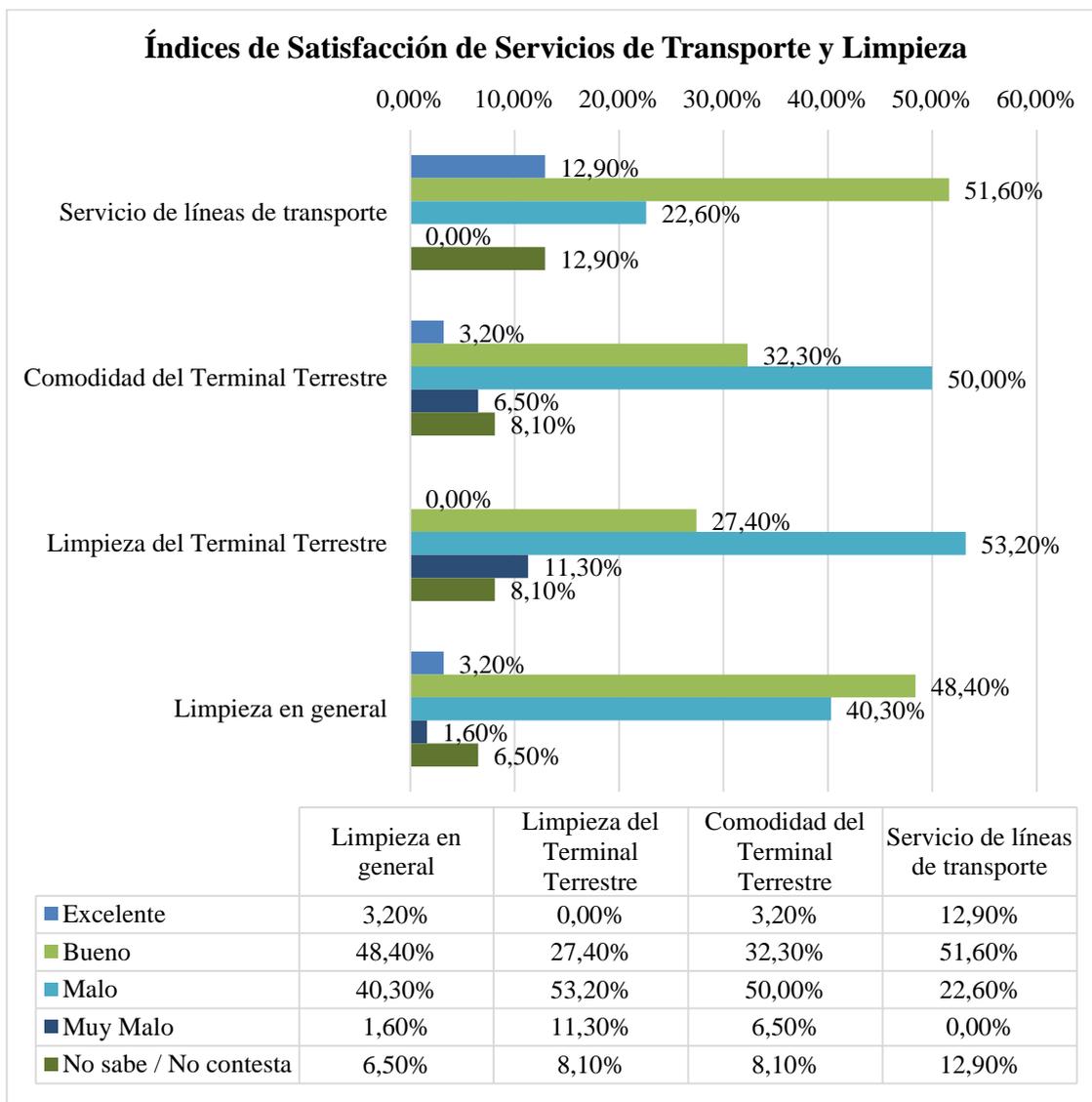


Con relación a los índices de satisfacción de la infraestructura hotelera el 74.20% de los encuestados indicaron que no podían contestar porque no se habían hospedado en el cantón Bolívar y no conocían al respecto. Del restante que emitió calificación, el 11.30% considera que es buena, 1.60% excelente y 12.90% mala.

La infraestructura de restaurantes tiene una percepción positiva, un 41.90% la califica como buena y un 9.70% como excelente, el 35.50% no sabe o no contesta debido a que indican que normalmente comen en casa de los familiares o amigos que visitan, el 12.90% los califican como mala y destacan que se debe mejorar la imagen interna y externa de los establecimientos. Respecto a la señalización de la ciudad y el cantón, el 30.60% la considera buena, un 25.80% no sabe o no contesta, el 20.60% la califica como mala, el

11.30% cree que es muy mala y considera que es fácil perderse al buscar sitios y direcciones conduciendo su propio vehículo.

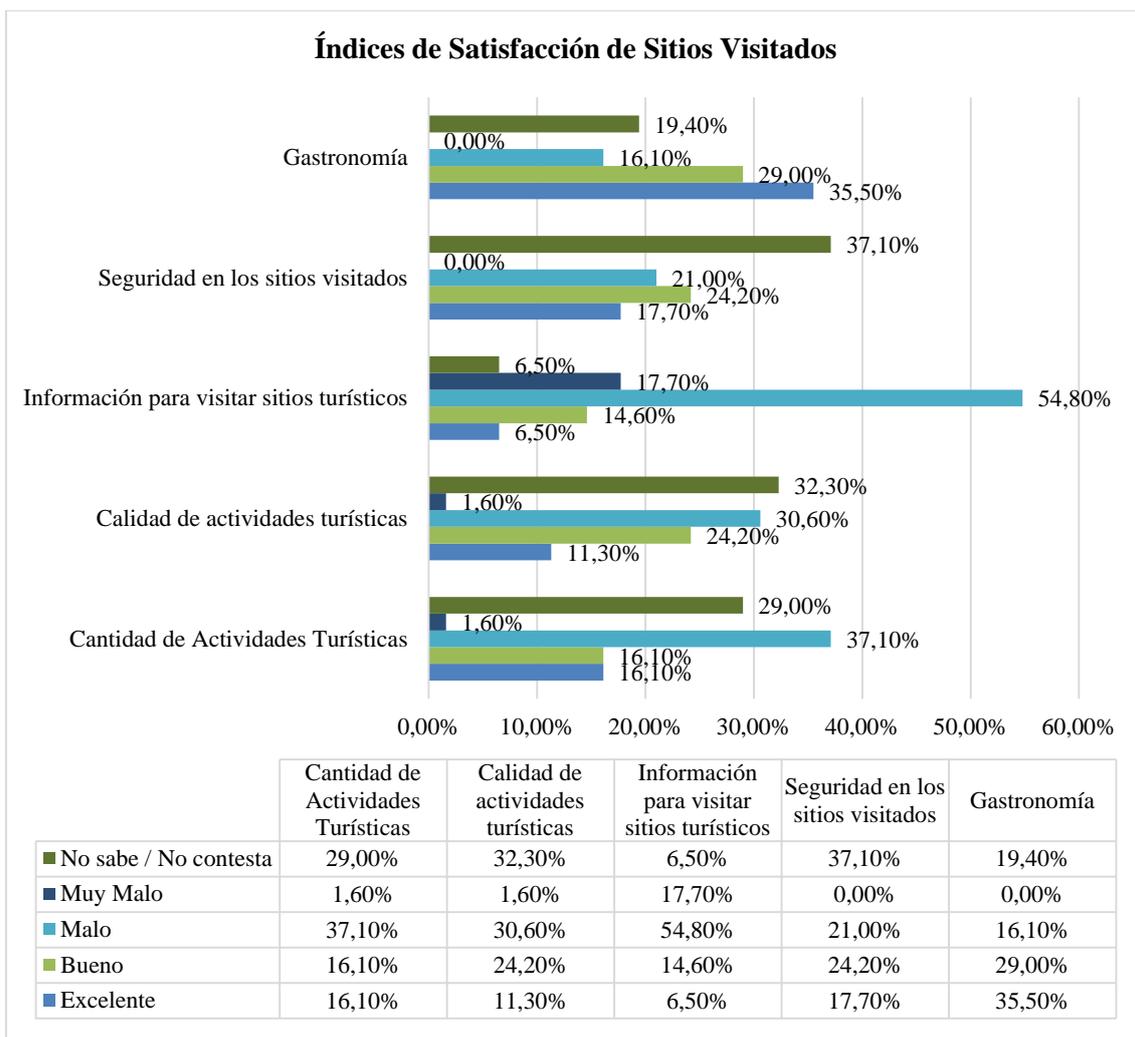
Los servicios básicos son percibidos como buenos por un 58.10% y excelentes por un 17.70%, debido a que indican no haber evidenciado problemas de electricidad o agua potable cuando han visitado el cantón, un 14.5% considera que son malos y un 9.70% prefiere no responder debido a que manifiestan no conocer al respecto.



El servicios de las líneas de transporte hacia el cantón es calificado como bueno por un 51.60% y excelente por el 12.90%; quienes emiten este criterio son mayoritariamente los usuarios del Cooperativa Reina del Camino y Transportes Bolívar. El 22.60% lo califica como malo y un 12.90% no contesta debido a que algunos de ellos viajan en sus propios vehículos.

La comodidad en el terminal terrestre es percibida como mala por el 50% de los encuestados y muy mala por un 6.50%, un 32.30% considera que es buena y un 3.20% excelente, especialmente los usuarios de la Cooperativa Reina del Camino y Transportes Bolívar. La limpieza por su parte tiene una apreciación negativa, el 53.20% considera que es mala, el 11.30% la califica como muy mala, el 27.40% cree que es buena y nadie la califica como excelente; resaltan aspectos relacionados al polvo y pocos estacionarios de basura. Al igual que la comodidad un 8.10% no sabe o no contesta debido a que normalmente utilizan su propio vehículo y no utilizan los servicios de las líneas de transporte ni el terminal.

La limpieza en general del cantón tiene opiniones divididas, un 48.40% la califica como buena y un 3.20% excelente, el 40.30% la califica como mala y el 1.60% muy mala, un 6.5% prefiere no contestar debido a que consideran que no han visitado varios lugares del cantón para emitir un criterio.

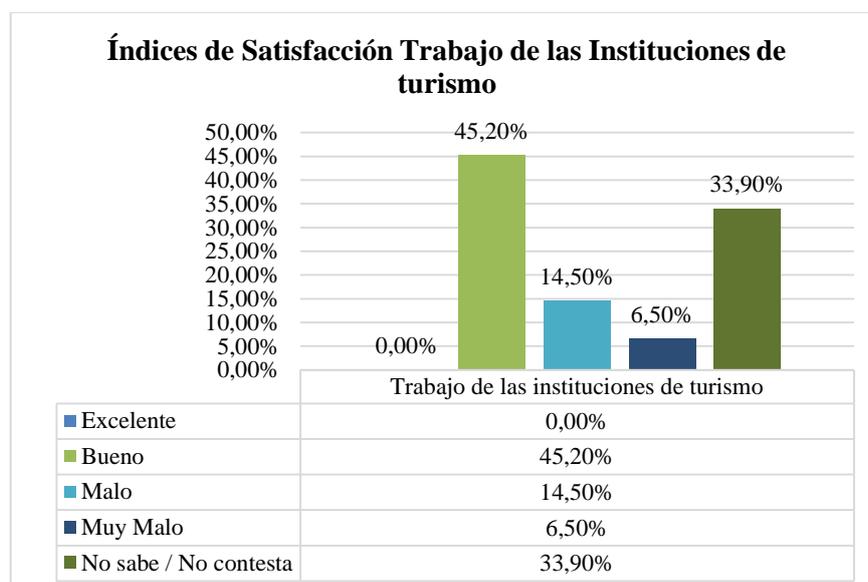


Respecto a los sitios visitados el 37.10% considera que la cantidad es mala porque creen que no hay muchas opciones, el 16.10% cree que es buena y el 16.10% excelente, el 29% de los visitantes no conoce o no contesta debido a que no han recorrido mucho el cantón. Complementario a este indicador la calidad es percibida como mala por un 30.60% de los visitantes aduciendo que se deben mejorar los servicios, el 24.20% la califica como buena y el 11.30% la considera excelente, un 32.30% prefiere no calificarla debido a que manifiestan no conocer muchos lugares en el cantón para poder calificarla.

Respecto a la información disponible de los lugares turísticos un 54.80% de los visitantes de otras provincias considera que es mala y el 17.70% muy mal; este grupo alega que han llegado a Bolívar a visitar parientes, por invitación de amigos u otros situaciones, más no porque hayan recibido alguna publicidad que motivase su desplazamiento, el 14.60% de los encuestados califica la información como buena y el 6.50% como excelente.

Respecto a la seguridad en los sitios visitados un 37.10% no sabe o no contesta, el 24.20% la califica como buena y el 17.70% como excelente, el 21% considera que es mala y que algunos sitios pueden representar riesgos especialmente para niños y personas mayores.

La gastronomía tiene una gran aceptación el 35.50% la califica como excelente y el 29% la considera buena, el 19.40% no sabe o no contesta. El 16.10% de los encuestados la considera mala; sin embargo es importante señalar que profundizando la pregunta estos encuestados no se referían a la gastronomía típica, sino al servicio de almuerzos, que consideran no tienen una buena presentación.



Un 45.20% de los encuestados de otras provincias consideran que el trabajo de las instituciones de turismo en los diferentes niveles es buena, con base en que a su criterio el Ministerio está tratando de promover el turismo en el Ecuador, el 14.50% califica este trabajo como malo y el 6.50% como muy malo debido a que no creen que las instituciones de turismo a nivel general estén logrando objetivos significativos, un 33.90% no sabe o no contesta sobre el tema.

Aspectos que más les gustan del cantón.

La naturaleza, el ambiente tranquilo, la hospitalidad y gente son aspectos valorados por los visitantes de otras provincias del Ecuador, destacan que son elementos que contribuyen a una estancia agradable. La gastronomía típica del cantón resalta dentro de las preferencias de este grupo de visitantes, así como los dulces tradicionales por su sabor y calidad.

La represa Sixto Durán Ballén es considerada como un elemento atractivo del cantón; no obstante indican que hacen falta servicios turísticos. Otras estructuras que llaman la atención a este segmento son la iglesia San Agustín y el complejo turístico Quinta Linda. Destacan además de considerar positivo la existencia de líneas de transporte directas desde Guayaquil y Quito que pasan por Calceta.

Aspectos que más les gustan del cantón.

Los visitantes de otras provincias destacan varios aspectos que consideran negativos en los sitios visitados como: suciedad en los ríos y balnearios, desorden de los vendedores, falta de relaciones humanas y pocos o ningún depósito de basura en varios sitios turísticos y balnearios. Otro aspecto que consideraron negativo varios visitantes es la venta de alcohol y exceso de ruido en lugares turísticos como Platanales. Respecto a la calidad de los servicios algunos encuestados consideran que pocos restaurantes ofrecen servicios de calidad.

Recomendaciones para mejorar el turismo en el cantón.

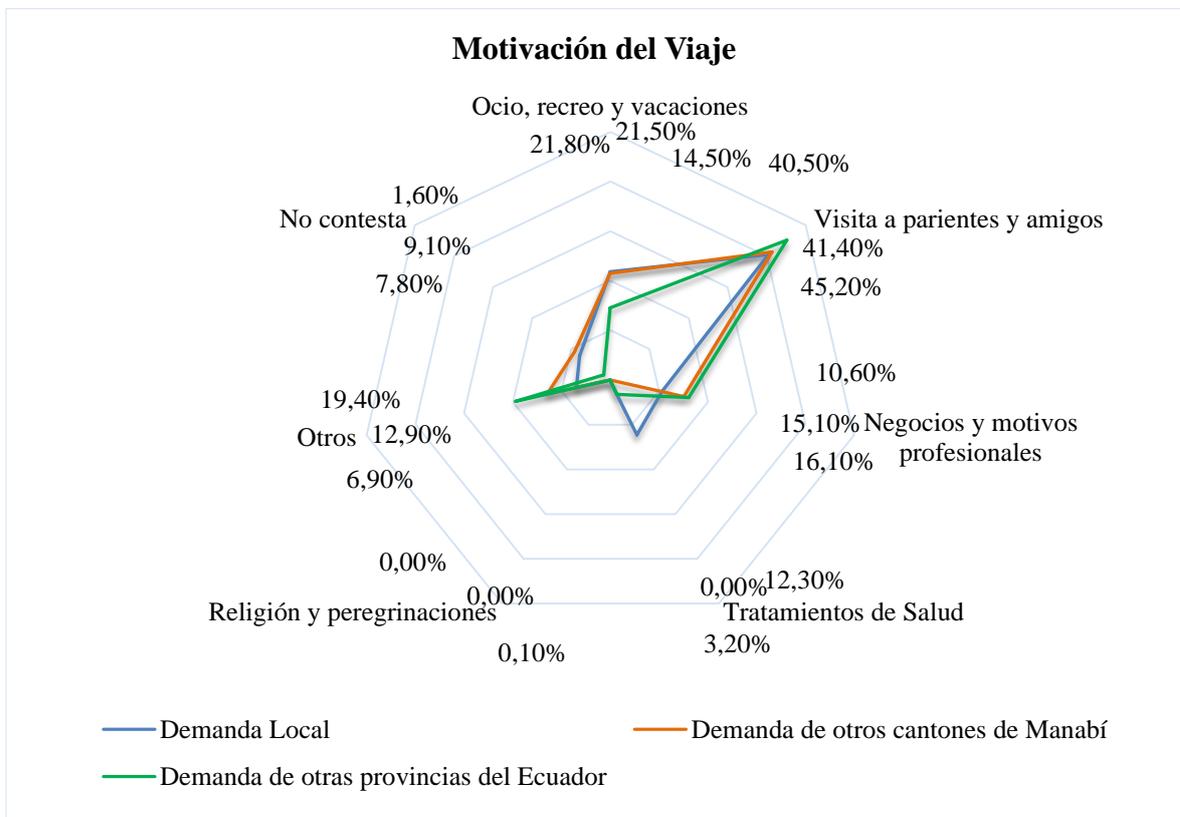
Los visitantes de otras provincias del Ecuador recomiendan la implementación de un sistema de información y mapas turísticos a través de internet y en lugares estratégicos, además de una caseta de información en el terminal terrestre. Anexo a esto implementar tour operadoras que faciliten y promuevan la visitación.

Este segmento considera necesario invertir en el ornato de la ciudad para volver más atractivos sitios como parques, vías, plazas; utilizando elementos estratégicos como plantas, luces, adoquinado, bancos de descanso, estacionarios de basura para separación de desechos y demás aspectos que puedan incorporarse.

Otro grupo sugiere innovar las actividades turísticas y ofrecer otras opciones además que los balnearios, debido a que estos solo se pueden disfrutar en épocas de lluvia, por lo que ven necesario aumentar las opciones. La mejora del terminal terrestre es otro aspecto que recomiendan, debido a que a su criterio brinda una primera imagen negativa a quienes arriban al cantón, consideran que se deben implementar más servicios, arreglar la zona de arribo para disminuir el polvo y mejorar la imagen en general.

2.3.4 Análisis Comparativo de la Demanda.

Para obtener una perspectiva global de las características, preferencias y opiniones de la demanda local, de otros cantones de Manabí y de otras provincias del Ecuador, se han elaborado los siguientes cuadros comparativos:



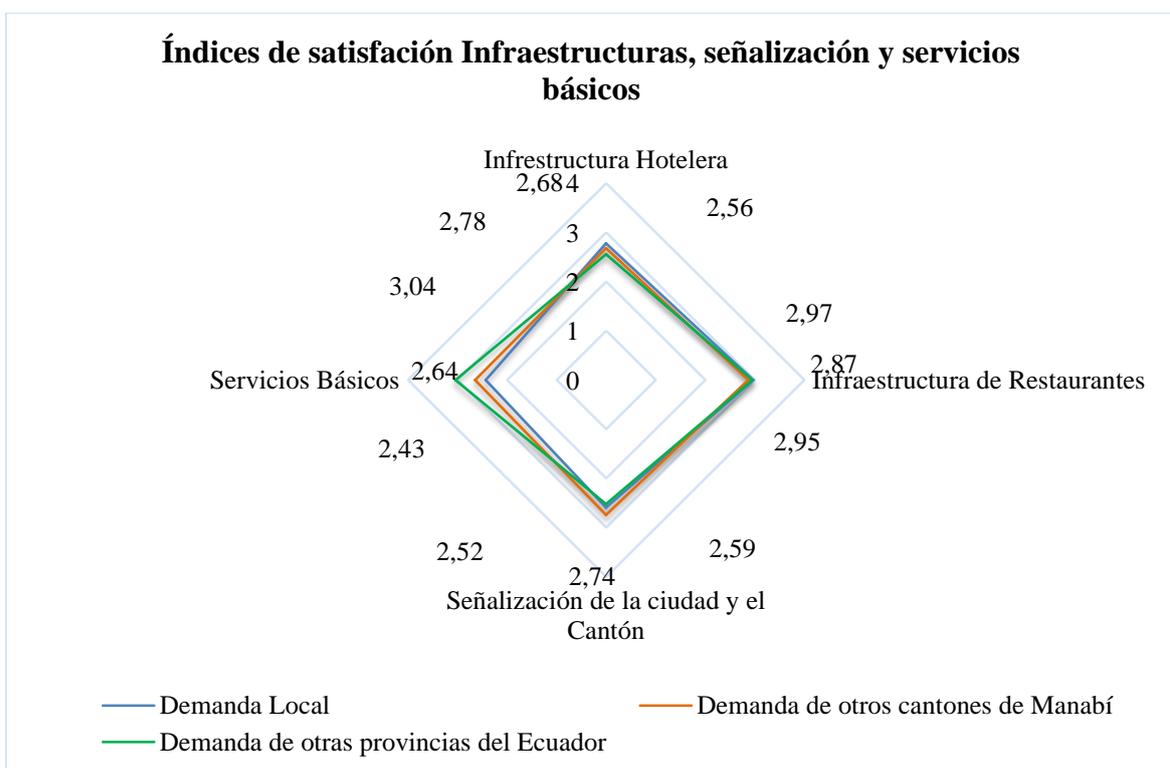
Como se observa en el gráfico, los tres segmentos analizados en este estudio tienen como principal motivación del viaje la visita a familiares y amigos, en la demanda local

representa un 40.50%, en la de otros cantones de Manabí representa el 41.40% y en la de otras provincias del Ecuador llega al 45.20%. Esto evidencia que en la actualidad el principal mercado turístico del cantón Bolívar son las familias.

La segunda motivación de viaje de los segmentos locales y otros cantones de Manabí es el ocio, recreo y vacaciones; no siendo así para el segmento de otras provincias, en el cual se encuentra en cuarto puesto después de otros motivos que normalmente tienen que ver con estudios o formación profesional y negocios y motivos profesionales. En menor medida la motivación es negocios y motivos profesionales, seguida de otros motivos y salud, como se observa la motivación por religión y peregrinaciones es prácticamente inexistente.

Análisis comparativo de los índices de satisfacción de la demanda.

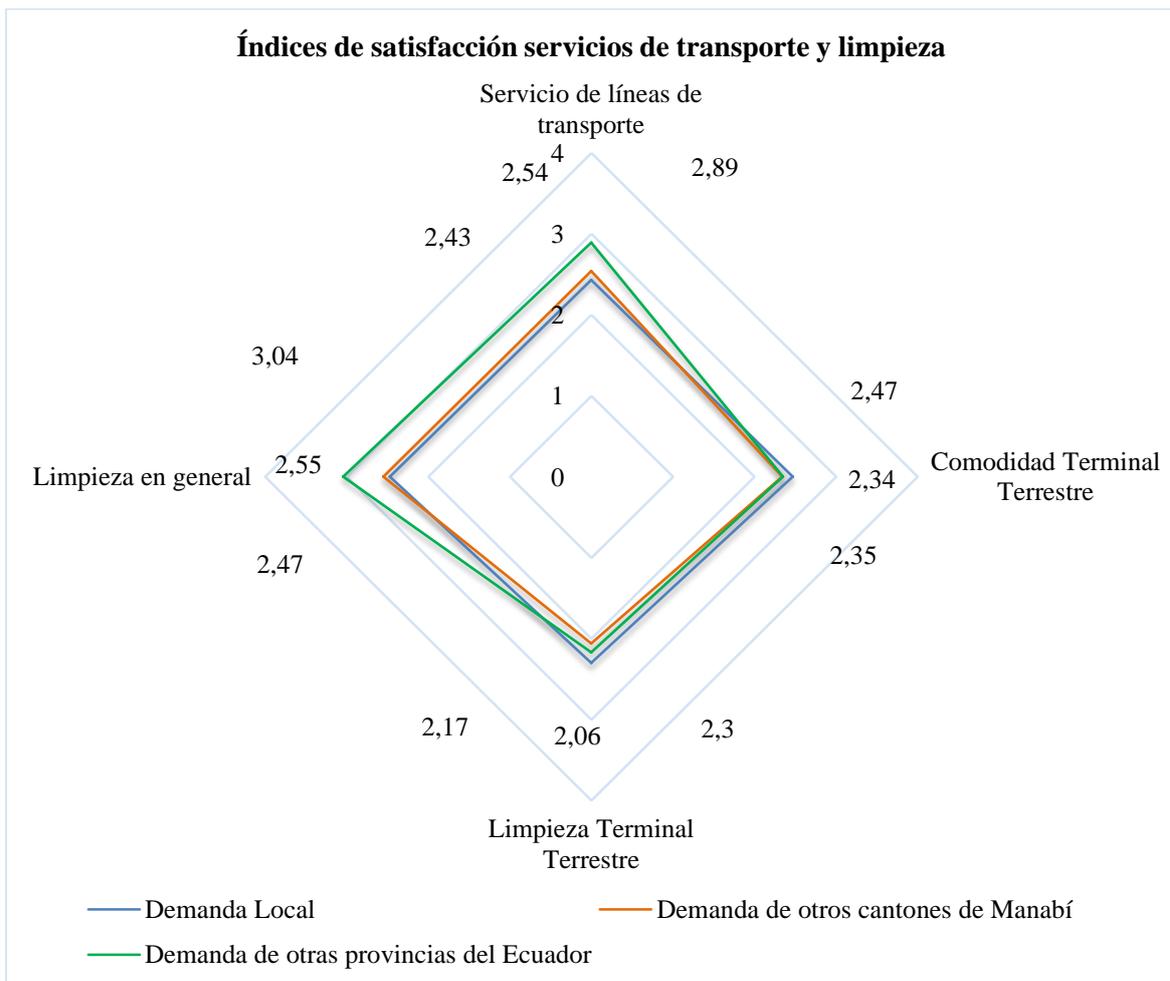
En la aplicación de las encuestas se socializó a los visitantes calificar varios parámetros referentes a su experiencia turística y en relación a varios elementos que integran el producto turístico. La calificación que emitieron fue del 1 al 4, el 1 representa muy malo, 2 representa malo, 3 representa bueno y 4 representa excelente. Los resultados que se presentan en los gráficos corresponden al promedio de las calificaciones emitidas conforme lo indicado en el párrafo anterior. No se ha tomado en consideración el parámetro “No sabe o no contesta” para dicho promedio.



Respecto a la infraestructura hotelera y señalización de la ciudad y el cantón quien da una mayor calificación es la demanda local, seguida de la de otros cantones de Manabí y otras provincias del Ecuador que emiten promedios más, sin embargo en ninguno de los casos el promedio es muy cercano a tres.

Es importante destacar que en el caso de la infraestructura hotelera el 40.20% de la demanda local, el 74.70% de otros cantones de Manabí y el 74.20% de otras provincias no contestaron debido a que no se han hospedado en el cantón Bolívar. Los promedios se obtuvieron exclusivamente con las encuestas en las que se emitieron calificación.

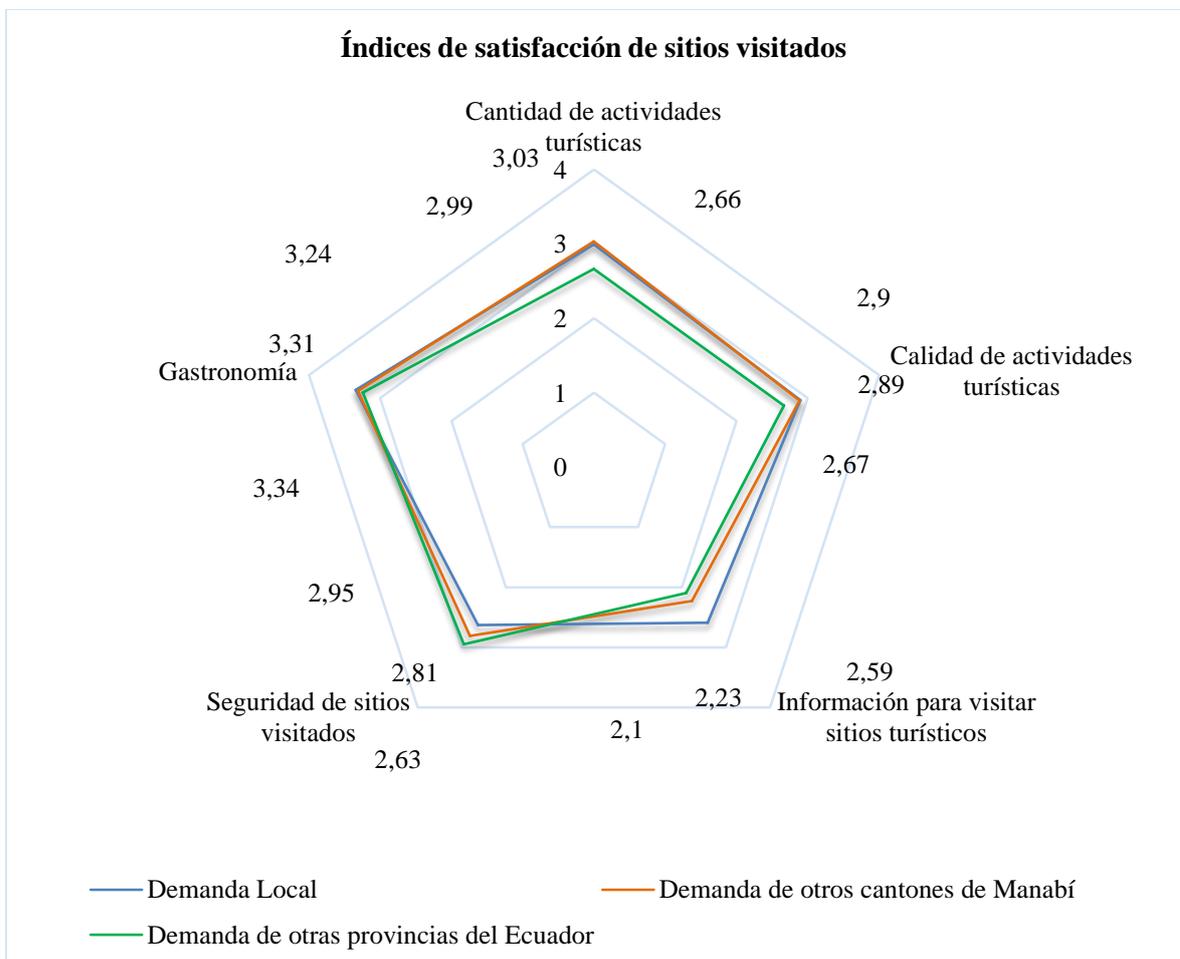
La infraestructura de los restaurantes es calificada de forma muy parecida por los tres grupos rondando el 2.90. Respecto a los servicios básicos quienes le dan una mayor puntuación son los visitantes de otras provincias, seguidos de los de otros cantones de Manabí y finalmente los locales que en promedio los califican con 2.43.



Los visitantes de otras provincias le dan una calificación a los servicios de las líneas de transporte cercana al 3, esto se debe a que su mayoría indica viajar cómodo bien en los servicios ejecutivos que pasan por la cabecera cantonal provenientes de Guayaquil, Quito y Quevedo, a esta ponderación le siguen los visitantes de otros cantones de Manabí y finalmente quienes ofrecen una menor calificación son la demanda local; debido a que muchos incluyen en su apreciación al servicio de transporte urbano y hacia las zonas rurales.

Las calificaciones más bajas son las relacionadas con la comodidad y la limpieza en el terminal terrestre, siendo los visitantes de otros cantones de Manabí quienes tienen la apreciación más baja estableciendo 2.34 para la comodidad y 2.06, seguidos de los visitantes de otras provincias y finalmente locales.

La limpieza en general es percibida de forma positiva por los visitantes de otras provincias con 3.04, seguido por los visitantes de otros cantones de Manabí y la demanda local quienes le dan una puntuación de medio punto más baja con 2.55 y 2.47 respectivamente.



En cuanto a la cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar y la calidad de las mismas; tanto la demanda local como los visitantes de otros cantones de Manabí coinciden calificándolas como buenas con notas de bordean el 3. La demanda de otras provincias del país las califican con 2.66 y 2.67.

La información para visitar sitios turísticos es percibida ligeramente de forma negativa por la demanda local y como mala por los visitantes de otros cantones y otras provincias que la califican como mala con 2.23 y 2.10 respectivamente, debido a que indican que no hay suficiente información en internet ni fuera del cantón. La seguridad en sitios visitados tiene relativamente buena para los visitantes de otras provincias quienes la califican con 2.95 seguidos de los visitantes de otros cantones y la demanda local. La gastronomía típica goza de gran aceptación, los tres grupos analizados la califican como buena y excelente.

3. PLAN ESTRÁTEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR.

El cantón Bolívar en la provincia de Manabí posee un gran número de recursos y atractivos naturales y culturales que pueden ser ampliamente aprovechados en el ámbito turístico. Después de 5 meses de recorrido en campo, como última actividad de la etapa diagnóstica, se realizó la asamblea cantonal de Turismo de Bolívar con el objeto de establecer estrategias, programas, proyectos y actividades que permitan desarrollar el turismo en el cantón con un horizonte al 2022.

3.1 Asamblea Cantonal de Turismo.

Dentro de la etapa de diagnóstico y con el objetivo de lograr un plan participativo y de consenso, se realizó la asamblea cantonal para la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar 2018 – 2022. La actividad se desarrolló el 02 de abril de 2018 en la ciudad de Calceta de 08:30 a 15:00 y se contó con la conformación de 6 mesas temáticas, en las cuales participaron actores locales y de todo el territorio cantonal.

En el proceso de desarrollo de la asamblea se lograron establecer por mesas de trabajo, misión, visión, análisis FODA, objetivos, estrategias, programas, proyectos y actividades que podrían aplicarse dentro del plan.

Las mesas temáticas que se establecieron fueron las siguientes:

MESAS TEMÁTICAS Y DIRECTORES DE LA ASAMBLEA CANTONAL DE TURISMO			
	MESAS	DIRECTORES	ACTORES
1	Mesa General de Planificación	Arq. José Montes	Participación aleatoria de los participantes a la asamblea
2	Mesa de Turismo Interno	Ing. Merly Zambrano	Participación aleatoria de los participantes a la asamblea
3	Mesa de Producto Turístico	Ing. Elizabeth Montesdeoca	Participación aleatoria de los participantes a la asamblea
4	Mesa de Promoción y Marketing	Lcdo. Jhony Mero	Participación aleatoria de los participantes a la asamblea
A	Mesa de Planta Turística	Sra. Cecilia Cedeño	Hoteles, Restaurantes y Agencias
B	Mesa de Seguridad Interna	Abg. Yimber García	Ejército, Policía Nacional, FAE, 911, Cuerpo de Bomberos, Defensa Civil



Desarrollo de la Asamblea



Inauguración por parte del Sr. Alcalde



Exposición de Metodología de Trabajo



Desarrollo de las mesas temáticas

Misión Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

Promover y orientar el desarrollo sostenible del sector turístico bolivarense de forma organizada; priorizando la hospitalidad y seguridad que garantice el bienestar y confort de turistas y visitantes, a fin de fortalecer la identidad cultural y la calidad de vida de los ciudadanos.

Visión Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

Para el año 2022 el cantón Bolívar estará posicionado como un destino turístico de naturaleza diferenciado en la provincia de Manabí, mediante la preservación de sus riquezas naturales y culturales, así como la organización y concienciación turística de los actores, prestadores de servicios y ciudadanía.

3.1.1 FODA del Cantón Bolívar.

Durante la asamblea cantonal cada mesa temática desarrolló un FODA relativo a la realidad turística del cantón, cuyos resultados se presentan a continuación.

ANÁLISIS SITUACIONAL FODA			
ÁMBITO INTERNO		ÁMBITO EXTERNO	
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
La Represa Sixto Durán Ballén posee un alto potencial para el desarrollo turístico.	Inexistencia de guías turísticos calificados dentro del cantón.	Instituciones de Educación Superior en la provincia que cuentan con carreras en turismo.	Ubicación del cantón en una zona sísmica.
Las cuencas hidrográficas y ríos poseen buen potencial turístico.	No hay accesibilidad a sitios turísticos para grupos prioritarios.	Sistema integrado de seguridad 911 en el cantón y UPC por parroquia.	Vulnerabilidad ante desastres y eventos naturales.
Alta biodiversidad en flora y fauna	Escaso alumbrado público en lugares turísticos	Presencia de medios de comunicación radiales y televisivos locales	Escasa conciencia turística por parte de los habitantes del cantón
Patrimonio cultural, expresado en festivales que rescatan las costumbres de la ruralidad manabita.	Escasa cultura empresarial e inversión turística.	Desarrollo de eventos y actividades deportivas en diferentes recintos y localidades.	Escasa señalización turística.
Alta valorización del patrimonio histórico por parte de la población local.	Mínima disponibilidad de recipientes para recolección de desechos en sitios turísticos y lugares públicos.	Apoyo del ministerio de agricultura, acuicultura, ganadería y pesca en proyectos productivos como plantaciones de cacao fino de aroma.	Contaminación ambiental por desechos.
Prevalencia de artesanías tradicionales como sombreros de paja mocora, arte en zapán, ollas de barro y dulces artesanales.	Desconocimiento sobre parámetros de calidad turística por parte de prestadores de servicios turísticos.	Presencia en el cantón de hospital y centros de salud.	Deforestación a causa de quema sin control.
Cultivo orgánico del cacao fino de aroma de alta calidad y plantas centenarias	Difícil accesibilidad a sitios turísticos ubicados en sectores rurales.	Apoyo de organismos internacionales como la FAO.	Escasa cobertura de internet y telecomunicaciones en las zonas rurales.
El cantón forma parte de la ruta Nacional Ecuador Tierra del Chocolate y del circuito provincial del cacao.	Inexistencia de puntos de información turística.	Participación de turismo estudiantil en la economía de restaurantes, taxistas, bares y lugares de alquiler.	Informalidad de prestadores de servicios de alimentos en zonas rurales.
Rico legado gastronómico.	Escaso reconocimiento del potencial turístico de las asociaciones de cacao del cantón.	Apoyo del Mintur y gobierno provincial de Manabí.	Pocas líneas de financiamiento para los emprendedores turísticos.
Clima agradable y geografía propicia para el desarrollo de actividades turísticas.	Deficiente infraestructura de servicios turísticos de restauración.	Contribución de los habitantes de las comunidades en la seguridad del turista.	Servicios básicos de baja calidad.
	Poco desarrollo de productos turísticos.	El cantón Bolívar cuenta con departamento de turismo descentralizado.	Mala calidad del servicio de transporte público interparroquial.

	Escasa capacitación a los servidores turísticos.	Precios accesibles para visitantes y turistas en alojamiento y servicios de alimentación.	Impuestos excesivos para los establecimientos hoteleros.
	Deficiente organización y asociatividad de prestadores de servicios turísticos.	Comunicación constante de eventos culturales y sociales en las comunidades.	Reducido presupuesto para el departamento de turismo.
	Competencia desleal.		Situación política, social y económica del país.
	Bajos niveles de calidad en la prestación de servicios hoteleros y de restauración.		Trámites dificultosos de parte del MINTUR para los permisos de funcionamiento de los establecimientos turísticos.
			Vías en mal estado.

Elaboración: Equipo Consultor

3.1.2 Matrices de Impactos.

MATRIZ DE IMPACTOS POSITIVOS							
ÁMBITO INTERNO	IMPACTO			ÁMBITO EXTERNO	IMPACTO		
FORTALEZAS	Alto	Medio	Bajo	OPORTUNIDADES	Alto	Medio	Bajo
La Represa Sixto Durán Ballén posee un alto potencial para el desarrollo turístico	●			Instituciones de Educación Superior en la provincia que cuentan con carreras en turismo		●	
Las cuencas hidrográficas y ríos poseen buen potencial turístico.		●		Sistema integrado de seguridad 911 en el cantón y UPC por parroquia	●		
Alta biodiversidad en flora y fauna	●			Presencia medios de comunicación radiales y televisivos locales que comunican constantemente eventos culturales y sociales		●	
Patrimonio cultural, expresado en festivales que rescatan las costumbres de la ruralidad manabita y artesanías tradicionales		●		Apoyo del ministerio de agricultura, acuicultura, ganadería y pesca en proyectos productivos como plantaciones de cacao fino de aroma	●		
Alta valorización del patrimonio histórico y gastronómico por parte de la población local		●		Presencia en el cantón de hospital y centros de salud		●	
Producción y cultivo orgánico del cacao fino de aroma de alta calidad	●			Apoyo del Mintur y gobierno provincial de Manabí	●		
El cantón forma parte de la ruta Nacional Ecuador Tierra del Chocolate y del circuito provincial del cacao	●			Contribución de los habitantes de las comunidades en la seguridad del turista		●	
				Precios accesibles para visitantes y turistas en alojamiento y servicios de alimentación		●	
				Desarrollo de eventos y actividades deportivas en diferentes recintos y localidades		●	

Modelo de Desarrollo Turístico: A pesar que la provincia de Manabí promueve como producto turístico principal sol y playa, las tendencias actuales se enfocan en el turismo de naturaleza en actividades como el ecoturismo, turismo de aventura y agroturismo; líneas de productos que están bajo los lineamientos del Turismo Sostenible como generador y dinamizador de la economía y de la calidad de vida local. En este sentido, el cantón Bolívar se caracteriza porque su territorio en un 80% es rural, que conjuga su diversidad natural a través de espacios destinados a la Protección de Bosques Primarios, de la presencia de la Represa Sixto Durán Ballén y la presencia de las Asociaciones de Cacao Fino de Aroma que forman parte rutas nacionales, aspectos que despiertan el interés en el desarrollo turístico provincial; cabe señalar que el cantón mantiene su patrimonio cultural, histórico y gastronómico factores que son muy apreciados en el imaginario local y que pueden ser aprovechados en el desarrollo de productos.

Elaboración: Equipo Consultor

MATRIZ DE IMPACTOS NEGATIVOS							
ÁMBITO INTERNO	IMPACTO			ÁMBITO EXTERNO	IMPACTO		
DEBILIDADES	Alto	Medio	Bajo	AMENAZAS	Alto	Medio	Bajo
Inexistencia de guías turísticos calificados dentro del cantón	●			Escasa conciencia turística por parte de los habitantes del cantón	●		
Inexistencia de puntos de información turística	●			Vulnerabilidad ante desastres y eventos naturales		●	
Mínima disponibilidad de recipientes para recolección de desechos en sitios turísticos y lugares públicos		●		Deforestación a causa de quema sin control y Contaminación ambiental por desechos	●		
Desconocimiento sobre parámetros de calidad turística por parte de prestadores de servicios turísticos, generando poca cultura empresarial e inversión	●			Informalidad de prestadores de servicios de alimentos en zonas rurales	●		
Difícil accesibilidad y escaso alumbrado en sitios turísticos ubicados en sectores rurales		●		Escasa señalización turística		●	
Escaso reconocimiento del potencial turístico de las asociaciones de cacao del cantón	●			Mala calidad del servicio de transporte público interparroquial		●	
Deficiente infraestructura de servicios turísticos de restauración		●		Escasa cobertura de internet y telecomunicaciones en las zonas rurales		●	
Poco desarrollo de productos turísticos	●			Reducido presupuesto para el departamento de turismo	●		
Bajos niveles de calidad en la prestación de servicios hoteleros y de restauración	●			Servicios básicos de baja calidad	●		
Deficiente organización y asociatividad de prestadores de servicios turísticos		●		Vías en mal estado	●		

Observaciones: el análisis FODA de impactos evidencia que en lo concerniente a las fortalezas estas se muestran en un 57% con un impacto alto, y las oportunidades en un 67% de impacto medio, lo que conlleva a establecer que el territorio en sí mismo cuenta con características únicas que son diferenciadoras y que son factores positivos para el desarrollo turístico, ello aunados a la presencia y apoyos medios de organizaciones públicas que son partícipes del desarrollo local. En el análisis de la matriz de impactos negativos se evidencia que las debilidades en un 60% son altas, lo que conllevan a establecer que en su mayoría estos factores pueden ser modelados de tal forma que a través de las acciones del plan pueden ser superadas, por otro lado las amenazas establecen que en un 60% son de alto impacto por lo que pueden ser neutralizadas a partir de la aplicación de estrategias que contemplen el desarrollo de sinergias entre los organismos de administración pública, las organizaciones privadas, emprendimientos dedicados a la actividad turística y el apoyo y concientización de la comunidad local.

Elaboración: Equipo Consultor

Matriz de Impactos Sociales				
Impacto	Alto	Medio	Bajo	Observación
Generación de Fuentes de Empleo				Al aumentar el número de visitantes automáticamente empieza la demanda de nuevos servicios generando nuevas fuentes de empleos directos e indirectos.
Ámbito socio educativo				La constante capacitación e intercambio socio cultural contribuyen a elevar el nivel socio educativo de la población local.
Cultura empresarial				Al elevarse el número de visitantes y generarse más fuentes de empleo y nuevos emprendimientos, los prestadores de servicios se ven en la necesidad de implementar las normativas de calidad en el servicio turístico; lo que les permite mayor innovación en la estructura turística.
Revalorización de la cultura local				Los habitantes de las comunidades receptoras al evidenciar que foráneos aprecian sus costumbres, empiezan a replantearse las características únicas de la misma y comienza una importante fase de revalorización.
Patrones de comportamiento y convivencia comunitaria				El intercambio constante con personas de costumbres diferentes y con otros prestadores de servicios llevan a estos a cambiar sus patrones de comportamiento y refuerza las relaciones entre los habitantes de la comunidad.
Diversificación de la economía rural				Al integrarse el turismo dentro de las actividades económicas de la población local, hace que los habitantes tengan nuevas opciones de ingresos y no dependan de una sola.
Desarrollo de artesanías y productos locales				La valorización de la cultura lleva al rescate y puesta en valor de características icónicas de las comunidades como las artesanías.
Cuidado de la naturaleza				El turismo promueve el cuidado de la naturaleza al ser esta el escenario de muchas de las actividades. Con este cuidado los habitantes se benefician al poder disfrutar de aire más puro y mejores recursos ambientales.
Calidad de vida				Los beneficios del turismo abarcan muchos aspectos; los mismo que se reducen en una mejora de la calidad de vida de los habitantes de forma general.

Elaboración: Equipo Consultor

3.2 Propuesta de Desarrollo Turístico para el Cantón Bolívar.

3.2.1 Estrategias Competitivas.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS			
ÁMBITO INTERNO		ÁMBITO EXTERNO	
Incrementar Fortalezas	Disminuir Debilidades	Aprovechar Oportunidades	Neutralizar Amenazas
Proyecto de Gestión de Servicios Turísticos para la Represa Sixto Durán Ballén	Implementar programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicio	Aprovechar la academia para el desarrollo de campañas de concienciación turística y ambiental a la población	Implementar ordenanzas en sectores rurales para controlar la quema y contaminación por desechos
Implementación del City Tour Calceta Patrimonial y Cultural	Implementación de curso de guías locales avalados por el Mintur	Generación de normativas para seguridad turística	Aplicar Proyecto de señalización turística que consta en el plan
Identificación de recursos naturales con alta biodiversidad de flora y fauna para el desarrollo de senderos ecoturísticos	Campañas de concientización ambiental y reciclaje dirigidas a la población	Promover encuentros y conversatorios entre organizaciones públicas, privadas y emprendimientos turísticos para el fortalecimiento del trabajo en conjunto	Generar procesos de capacitación para la regularización de prestadores de servicios turísticos informales
Implementación de Ruta Ancestral del Cacao Fino de Aroma	Implementación del proyecto de desarrollo del portafolio de productos turísticos del cantón Bolívar	Promover alianzas con instituciones públicas como el MAGAP, Gobierno Provincial y Mintur para el fortalecimiento del agroturismo en el cantón	Implementación de capacitación para servidores de transporte terrestre y fluvial
Organización FamTrip y PressTrip anual con operadoras provinciales y nacionales para la promoción de rutas turísticas de Bolívar	Implementación de programa de comercialización turística	Promover procesos de gestión para la mejora de vías de acceso y alumbrado en sitios turísticos rurales	Difusión y capacitación del Plan de Contingencia ante desastres naturales

Elaboración: Equipo Consultor

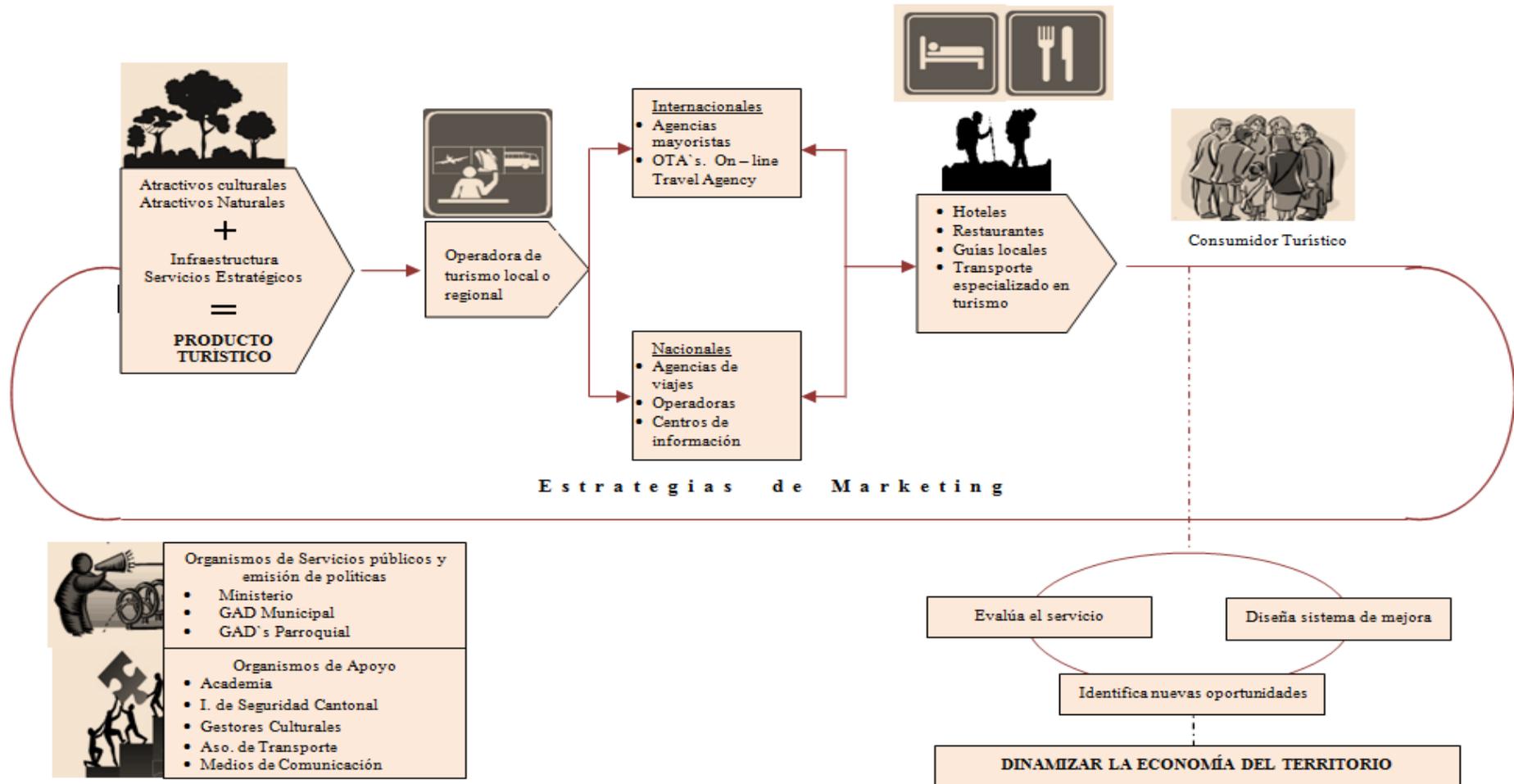
3.2.2 Matriz de problemas, causas, soluciones.

PROBLEMA	PRIORIDAD	CAUSAS	SOLUCIONES
Ausencia de Política turística a nivel municipal	1	<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo no es considerado una prioridad municipal. ● Escasa articulación de los departamentos municipales con el departamento de turismo, necesaria para el desarrollo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Convertir el turismo en una política municipal. ● Agregar un técnico al departamento de turismo.
Desorganización de los prestadores, informalidad y baja calidad del servicio turístico	1	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de interés de los actores, individualismo, apatía. ● Escasa capacitación técnica en turismo. ● Desconocimiento de la normativa. ● Deficiencias en el servicio de transporte interparroquial. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Organizarse, comprometiéndose a los involucrados del turismo del cantón, mediante asociaciones. ● Ordenanzas. ● Involucrar a la asesoría técnica del Mintur.
Imagen negativa respecto al ornato, orden, limpieza y servicios básicos del cantón y sitios turísticos	1	<ul style="list-style-type: none"> ● Escasa sensibilización de la ciudadanía sobre la importancia del turismo. ● Poca inversión de los prestadores en la adecuación y ambientación de establecimientos. ● Pocos estacionarios de basura en sitios turísticos y de uso común. ● Escaso desarrollo de servicio básico sanitario. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sensibilización de líderes comunitarios sobre la importancia de la integración de la ciudadanía en el cuidado del ornato y sanidad del cantón. ● Programas de sensibilización ciudadana. ● Programas de capacitación en administración de establecimientos turísticos para emprendedores.
Escaso planeamiento de los atractivos naturales y culturales	2	<ul style="list-style-type: none"> ● Falencias en organización socio comunitaria. ● Escasa planificación entre la comunidad receptora y las dependencias municipales correspondientes. ● Recursos naturales dentro de áreas privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Organización de redes socio comunitarias. ● Propiciar encuentros entre prestadores de servicios para fortalecimiento de redes socio comunitarias. ● Consolidación de propuestas por parte de la Academia. ● Establecer acciones de articulación público privada. ● Mayor organización de la comunidad para el cuidado del recurso.

<p>Bajo impacto de canales de comercialización y promoción</p>	<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Bajo presupuesto. ● Débil promoción a nivel provincial y regional. ● Inexistencia de operadoras locales. ● Inexistencia de centros de información turística del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asignar mayor presupuesto al Departamento de Turismo. ● Participación en ferias regionales y nacionales. Famtrip – Presstrip. ● Generar convenios con la academia para procesos de información turística.
<p>Accesos a recursos turísticos en mal estado y falta de señalización</p>	<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Insuficiente mantenimiento en vías. ● Falta de gestión entre comunidad, GAD y Organismos del Estado. ● Falta de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asociatividad comunitaria para realizar las gestiones articuladas con el GAD, Concejo Provincial y Ministerios. ● Programa de señalización. ● Participación de la comunidad en el mantenimiento de atractivos naturales y accesos a los mismos.

Elaboración: Equipo Consultor

3.2.3 Cadena de Valor propuesta para el cantón Bolívar.



Elaboración: Equipo Consultor

En el mapeo propuesto para el presente trabajo se consideran componentes y actores identificados en la cadena de valor de turismo del cantón Bolívar, el cual determina que el territorio mantiene una gran diversidad de elementos correspondientes al espacio turístico y que evidencian la diversa gama de recursos y atractivos tanto naturales como culturales, además de que dicho espacio está en la disponibilidad de ofrecer infraestructura turística y servicios estratégicos como servicios básicos, telecomunicaciones y conectividad vial permiten el desarrollo de productos turísticos.

El producto turístico constituye la primera variable del Marketing Mix, el cual se considera las tendencias de los consumidores y la percepción de calidad del servicio, aspectos que permiten generar una influencia positiva en la satisfacción del visitante o del turista. En el cantón Bolívar se han identificado las necesidades y deseos de la demanda potencial para el diseño de rutas y de propuestas que permitan mejorar los servicios, para ello, se requiere de la consolidación de sinergias entre agencias, operadores y prestadores de servicios turísticos de los hoteles, restaurantes, fincas agroturísticas, balnearios y cascadas; todos en un conjunto que permita la comercialización inteligente de productos que motiven la visitación al territorio, por lo que se requiere que los servidores y emprendedores del sector turístico del cantón focalicen sus esfuerzo en mejorar la comprensión de las percepciones de los turistas y promover experiencias únicas que lo diferencien de otros destinos en la provincia.

Por lo que se requiere de los organismos de servicio público, quienes son los que asignan los recursos y desarrollan las políticas efectivas necesarias para regular de la calidad del servicio turístico y la comercialización del mismo; estos a su vez, aunados con organismos de apoyo como la academia con quienes se puede recopilar información útil, que permita generar propuestas pertinentes que conlleven a identificar nuevas oportunidades o la innovación de los servicios establecidos en el producto turístico del cantón.

Al visionar una mayor visitación se incrementa la demanda de los servicios y a partir de ello se genera un efecto multiplicador en los sectores de producción del cantón como es el comercio y la agricultura, aspecto que permite dinamizar la economía local dentro de los parámetros del turismo sostenible, a su vez permite mejorar la calidad de vida de la población y la conservación de su patrimonio social y cultural.

A. Análisis de los Actores para cada Componente de la Cadena de Valor.

El presente apartado permite establecer el desglose de los actores claves del cantón Bolívar, estructurados en los componentes de la cadena de valor, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

ACTORES DE LA CADENA DE VALOR
Espacio Turístico y su desarrollo
<ol style="list-style-type: none">1. Atractivos culturales2. Atractivos Naturales3. Áreas Naturales Protegidas4. Balnearios de agua dulce5. Fincas Agroturísticas6. Represa Sixto Durán Ballén
Proveedores de Servicios Turísticos: Logística y atención
<ol style="list-style-type: none">1. Empresarios Sector hotelero2. Empresarios Sector restauración3. Guías Locales
Intermediarios turísticos
<ol style="list-style-type: none">1. Operadoras Turísticas <p>Nota: dentro del cantón Bolívar no hay operadoras turísticas registradas, sin embargo operadoras de otros cantones de la provincia operación en el cantón en Bolívar dentro de los circuitos otros cantones.</p>
Organizaciones de Apoyo
<ol style="list-style-type: none">1. Academia2. Instituciones de Seguridad Cantonal3. Gestores Culturales4. Asociaciones de Transporte Terrestre5. Asociaciones de Transporte Fluvial6. Medios de Comunicación
Organismos Servicios Públicos y emisión de políticas
<ol style="list-style-type: none">1. Ministerio de turismo2. Consejo Provincial de Manabí3. GAD Municipal Bolívar4. GAD Parroquial Quiroga5. GAD Parroquial Membrillo
Servicios Estratégicos
<ol style="list-style-type: none">1. Servicios Básicos2. Telecomunicaciones3. Conectividad vial
Consumidor turístico
<ol style="list-style-type: none">1. Familias2. Estudiantes provinciales y regionales.3. Trabajadores por cuenta propia.4. Ciclistas5. Ecoturistas

Elaboración: Equipo Consultor

B. Debilidades de la Cadena de Valor del Turismo Comunitario en el cantón Bolívar.

A partir de la metodología aplicada y las mesas de trabajo realizado con los actores claves del turismo del cantón Bolívar, se busca profundizar la problemática existente y que impide la participación asertiva de dichos actores involucrados. Por lo que se espera que una vez identificadas las debilidades de cada actor y grupo estos puedan evaluar su lugar en la cadena de valor del turismo del cantón y generar la prospección a largo plazo que le conlleve a impactar positivamente en la planificación y procesos de implementación que motiven el desarrollo sostenible del sector turístico.

Para efectos de este análisis se procedió a simplificar los componentes de la cadena arriba descrita en cuatro grandes elementos: (1) Espacio turístico y su desarrollo, (2) Proveedores de Servicios Turísticos: Logística y atención, (3) Intermediarios turísticos, (4) Organizaciones de Apoyo, (5) Organismos Servicios Públicos y emisión de políticas, (6) Servicios Estratégicos, (7) Clientes, Mercado. En el siguiente cuadro se asocia a cada uno de estos componentes, las correspondientes debilidades:

DEBILIDADES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DEL CANTÓN BOLÍVAR	
COMPONENTE	DEBILIDAD
Espacio turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un plan integral de desarrollo. • Dificultad en la identificación de atractivos. • Escasa aplicación de buenas prácticas de cultivo silvo pastoril. • Escasa aplicación de medidas de forestación y recuperación de suelos agrícolas. • Contaminación de suelos, de ríos y afluentes.
Proveedores de Servicios Turísticos: Logística y atención	<ul style="list-style-type: none"> • Baja calidad de alojamientos (mipymes turísticas). • Mala infraestructura de accesos a las áreas naturales. • Inadecuada gestión turística (administrativa, servicio al cliente, planificación, desarrollo del producto turístico). • Escaso interés de capacitación. • Conformidad y escasa visión en el desarrollo de emprendimientos sostenibles. • Debilidades en la conformación o creación de actividades turísticas para un mayor disfrute.
Intermediarios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso acceso a recursos financieros. • Débil gestión empresarial.

	<ul style="list-style-type: none"> • Débil inventario y articulación de proveedores locales (sitios para visita, por ejemplo: ordeño, disposición de caballos, lanchas, pesca, guías, danzas o transporte interno). • Desconfianza en la oferta de emprendimientos turísticos. • Escasa integración en la cadena regional y regional.
Organizaciones de Apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad en la aplicación de canales de comercialización. • Débil gestión empresarial. • Escaso conocimiento de cooepetencia.
Organismos Servicios Públicos y emisión de políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa articulación público privada. • Debilidades en la gestión de productos turísticos • Debilidades en la gestión de canales de comunicación.
Servicios Estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Inadecuado acceso a los servicios básicos. • Escaso desarrollo de redes viales secundarias. • Debilidad en la prestación de servicios de telecomunicaciones en la zona rural. • Debilidad en la señalización cantonal.
Clientes, Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Información desactualizada e insuficiente en relación a precios y horarios de atención. • Inexistencias de medios de comunicación con oferentes de servicios turísticos. • Escasa relación calidad – precio de los servicios ofertados. • Falta de infraestructura adecuada. • Poca sensibilidad y orientación hacia un consumo responsable por parte de los visitantes, que no cumplen con el criterio de educación previa, durante y después.

Elaboración: Equipo Consultor

C. Análisis de Brechas (Análisis GAP).

A través del análisis de brechas se procede a examinar el rendimiento actual y real del potencial turístico del cantón Bolívar a partir de los indicadores considerados en el índice de satisfacción turística, obtenidos a través del estudio de mercado, para posteriormente comparar los resultados con el rendimiento potencial y/o deseado; y posteriormente, realizar una evaluación comparativa de los resultados, lo que permitirá establecer el nivel de rendimiento actual respecto al potencial de desarrollo turístico del cantón.

Para mejor comprensión del proceso de análisis GAD, el color rojo determina el grado de exigencia de calidad turística del mercado, y las amarillas comprenden la situación actual valorada en los siguientes indicadores:

INDICADORES	1,0	1,5	2,0	2,5	3,0	3,5	4,0
1. Infraestructura y equipamiento de servicios turísticos							
2. Señalética vial y turística							
3. Comodidad y limpieza del terminal							
4. Ornato y limpieza del cantón							
5. Cantidad y calidad de actividades turísticas							
6. Gastronomía							
7. Información turística							
8. Seguridad turística							

Elaboración: Equipo Consultor

D. Análisis de causas y soluciones de las brechas.

En análisis del cuadro anterior donde se presentan los indicadores que permiten valorar el índice de Satisfacción turística en el cantón considerando los datos obtenidos por visitantes y turistas locales, regionales y nacionales, se puede evidenciar que los puntos críticos están referidos en los numerales 3 y 7 correspondiente a la información turística y a la comodidad y limpieza del terminal.

Cabe señalar que se deben considerar como aspectos de vital atención para el desarrollo turístico del cantón los numerales 1, 2, 4, 8, que se refieren a la infraestructura y equipamiento de servicios turísticos, señalética vial y turística, ornato y limpieza del cantón y seguridad turística ya que son elementos generadores de la percepción que crea el visitante del sitio, por lo que es un factor determinante en el modelo de medición reflexiva que considera como aspectos esenciales de la satisfacción turística, el disfrute en la visitación y la vivencia de experiencias únicas, lo que establece el interés del turista en repetir la visita a partir de la valoración de calidad de los servicios obtenidos.

De acuerdo al análisis presentado e identificando los puntos de mayor debilidad considerando valoración de las brechas desde lo deseable a lo real de cada indicador, se consideran las soluciones y posibles liderazgos en el siguiente cuadro:

REQUISITO	BRECHA	CAUSAS	SOLUCIONES	ACTORES
1. Infraestructura y equipamiento de servicios turísticos	1,5	<ul style="list-style-type: none"> Hay desconocimiento de parámetros de calidad para establecimientos turísticos. 	Asistencia técnica de MINTUR.	MINTUR Consejo Provincial GAD Municipal
2. Señalética vial y turística	1,0	<ul style="list-style-type: none"> Escaso presupuesto. Falta de planificación turística. 	Desarrollar planes de señalética	Consejo Provincial GAD Municipal
3. Comodidad y limpieza del terminal	1,5	<ul style="list-style-type: none"> Escasa planificación sistemática para mejoras del terminal. 	Plan de reestructuración funcional del terminal	GAD Municipal
4. Ornato y limpieza del cantón	1,0	<ul style="list-style-type: none"> Escasa concienciación ciudadana. 	Campañas de concientización y reciclaje	GAD Municipal Academia
5. Cantidad y calidad de actividades turísticas	1,0	<ul style="list-style-type: none"> Poca diversificación de productos y servicios turísticos. 	Fortalecer sinergias entre organizaciones públicas, privadas y emprendimientos.	MINTUR Consejo Provincial GAD Municipal
6. Gastronomía	1,0	<ul style="list-style-type: none"> Falta calidad en la presentación y estética de los productos gastronómicos 	Asistencia técnica y capacitación de calidad de servicios en restauración y alimentación.	MINTUR GAD Municipal
7. Información turística	2,0	<ul style="list-style-type: none"> Escasa aplicación de estrategias técnicas para generar canales de promoción y comunicación. 	Generar las redes de turismo rural.	MINTUR GAD Municipal
8. Seguridad turística	1,0	<ul style="list-style-type: none"> Falta de infraestructura y equipamiento de seguridad en balnearios, cascadas y en espejos de agua. 	Generación de normativa para seguridad turística	MINTUR GAD Municipal

Elaboración: Equipo Consultor

E. Priorización de las soluciones.

El diseño de priorización y ordenamiento de las soluciones deben ser desarrolladas en los dos primeros años del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Bolívar, el cual tiene una temporalidad 2018-2022. La prioridad se establece en términos de urgencia (lo temporal: año 1 y año 2) y en términos de importancia (alta y media). Los resultados de esta priorización se incluyen en este cuadro de doble entrada que exponemos a continuación:

IMPORTANCIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ALTA	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de centros de información y difusión turística del cantón. • Plan de reestructuración funcional del terminal. • Asistencia técnica de MINTUR direccionado a orientar las normativas de calidad y categorización a los prestadores de servicios turísticos del cantón Bolívar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de concientización y reciclaje a la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de plan de señalética. • Generación de normativa para seguridad turística.
MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento una marca turística que identifique el territorio de Bolívar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de sinergias entre organizaciones públicas, privadas y emprendimientos. • Asistencia técnica y capacitación en la calidad de servicios en restauración y alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación redes de turismo rural para mantener alianzas de cooperación para el fortalecimiento del agroturismo en el cantón Bolívar.

Elaboración: Equipo Consultor

3.2.4 Determinación de objetivos y Diseño de Estrategias.

En el proceso de planificación estratégica del cantón Bolívar con base en las potencialidades del cantón, se priorizan cuatro objetivos estratégicos para convertir el turismo en un polo de desarrollo económico de Bolívar.

Cabe destacar que al considerar la aplicación de estrategias no se propone la construcción de grandes infraestructuras, sino que se insiste en la necesidad de mejorar la prestación del servicio turístico y diversificación de la oferta con la que actualmente cuenta el cantón.

OBJETIVO	ESTRATÉGIAS
Potenciar el turismo rural como eje de desarrollo sustentable del cantón Bolívar.	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de redes socio comunitarias. • Desarrollo de sistema de mingas que involucren a la comunidad en el mantenimiento de atractivos naturales y accesos a los mismos. • Desarrollo del portafolio de rutas turísticas propuestas en el plan. • Promover alianzas con instituciones públicas como el MAGAP, Gobierno Provincial y Mintur para el fortalecimiento del agroturismo. • Implementar ordenanzas en sectores rurales para controlar la quema y contaminación por desechos. • Realizar una evaluación técnica para determinar las posibilidades reales que permitan el desarrollo del turismo de aventura en el cantón. • Generar convenios con la academia para la realización de estudios científicos sobre botánica, avifauna y geología para diversificar la actividad turística en el territorio. • Implementación de Proyecto Agroturístico comunitario Balsa en Medio
Mejorar la calidad de los servicios turísticos e infraestructura turística del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el programa de concienciación turística ciudadana. • Implementar el programa de capacitación técnica para la prestación de servicios turísticos mediante la asesoría técnica del Mintur. • Implementación de curso de guías locales avalados por el Mintur. • Generación de normativas para seguridad turística. • Promover encuentros y conversatorios entre organizaciones públicas, privadas y emprendimientos turísticos para el fortalecimiento del trabajo en conjunto. • Promover procesos de gestión para la mejora de vías de acceso y alumbrado en sitios turísticos rurales. • Aplicar Proyecto de señalización turística que consta en el plan. • Generar procesos de capacitación para la regularización de prestadores de servicios turísticos

	<p>informales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de capacitación para servidores de transporte terrestre y fluvial. • Campañas de concientización ambiental y reciclaje dirigidas a la población.
<p>Captar nuevos y mayores mercados de turismo interno en segmentos como: familiar, estudiantil, aventura y ecoturistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de programa de comercialización turística. • Realizar análisis periódicos de sobre las tendencias de la demanda y niveles de satisfacción. • Organizar un FamTripy PressTrio anual con operadoras provinciales y nacionales para la promoción de rutas turísticas de Bolívar. • Involucrar a la academia en el desarrollo de nuevos productos, viajes especializados y estudios científicos. • Aplicar la metodología de centros de distribución para la promoción del destino. • Implementación de Proyecto Glamping comunitario Dos Bocas
<p>Fortalecer el turismo cultural como línea estratégica de revalorización del patrimonio vivo y diversificador de la oferta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del portafolio de rutas turísticas propuestas en el plan. • Generar talleres artesanales como transmisores del conocimiento y preservación de los productos icónicos del cantón y la provincia. • Promover la exposición de productos y artesanías locales en las ferias, festivales y eventos que se desarrollan en el cantón. • Fomento de las tradiciones orales mediante la organización eventos culturales. • Creación de un repositorio audiovisual y escrito para el rescate y conservación de la tradición oral y técnicas de producción artesanal del cantón. • Promover la revalorización del patrimonio histórico como el Carro antiguo del Cuerpo de Bomberos.

Elaboración: Equipo Consultor

3.2.5 Cuadro Resumen.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar			
Misión	Visión	Objetivos	Programas y Proyectos
<p>Promover y orientar el desarrollo sostenible del sector turístico bolivarense de forma organizada; priorizando la hospitalidad y seguridad para posicionar al cantón como destino turístico y gastronómico que garantice el bienestar y confort de turistas y visitantes, a fin de fortalecer la identidad cultural y la calidad de vida de los ciudadanos.</p>	<p>Para el año 2022 el cantón Bolívar estará posicionado como uno de los principales destinos turísticos de naturaleza en la provincia de Manabí; mediante la preservación de sus riquezas naturales y culturales, así como la organización y concienciación turística de los actores, prestadores de servicios y ciudadanía.</p>	<p>Potenciar el turismo rural como eje de desarrollo sustentable del cantón Bolívar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto redes de Turismo Rural • Proyecto Agroturístico comunitario Balsa en Medio • Desarrollo de Rutas Turísticas propuestas en el Plan: Ruta del Cacao Ancestral y Ruta Travesías del Agua
		<p>Mejorar la calidad de los servicios turísticos e infraestructura turística del cantón</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Capacitación para el fortalecimiento de la Actividad Turística en el Cantón Bolívar • Programa de Señalética Turística • Proyecto de Implementación y Gestión de Servicios Turísticos para Platanales • Proyecto de Implementación y Gestión de Servicios Turísticos para la Represa Sixto Durán Ballén • Campaña de Concienciación Turística.
		<p>Captar nuevos y mayores mercados de turismo interno en segmentos como: familiar, estudiantil, aventura y ecoturistas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Comercialización Turística • Proyecto de desarrollo de Marca Turística del cantón Bolívar. • Proyecto Glamping comunitario Dos Bocas.
		<p>Fortalecer el turismo cultural como línea estratégica de revalorización del patrimonio vivo y diversificador de la oferta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Rutas Turísticas propuestas en el Plan: Ruta Calceta Patrimonial, Ruta Travesías del Agua, Ruta Cacao Ancestral Fino de Aroma y Ruta del Balsero
<p>Políticas</p> <p>Convertir el turismo en un eje de desarrollo del cantón</p> <p>Estimular el crecimiento y desarrollo ordenado del turismo en el cantón</p> <p>Fomentar la protección de los recursos naturales y culturales en las zonas turísticas</p> <p>Proveer a los visitantes una acogida hospitalaria y de calidad</p> <p>Fomentar la revalorización y conocimiento del patrimonio cultural del cantón</p> <p>Promover la mejora de la calidad de los servicios turísticos</p>			

Elaboración: Equipo Consultor

3.3 Vocación Turística de Bolívar.

La vocación turística hace referencia al tipo de actividades que pueden desarrollarse en un determinado espacio geográfico, con base en sus características, potencialidades y ventajas comparativas.

Después de un largo periodo de tiempo durante el cual se desarrollaron una serie de visitas de campo, entrevistas, recopilación bibliográfica y diversas actividades de reconocimiento y observación en todo el territorio del cantón Bolívar; el equipo consultor presenta siguiente matriz en la que se indican los productos y actividades turísticas que pueden realizarse en cada una de las parroquias que integran el cantón Bolívar; basadas en las líneas de productos turísticos específicos para el Ecuador establecidas en el PLANDETUR 2020.

Matriz Producto Turístico / Lugar									
Tipo de Turismo	Calceta			Quiroga			Membrillo		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Ecoturismo									
Turismo cultural									
Turismo de aventura									
Turismo Rural									
Turismo comunitario									
Ferias y congresos									
Simbología Alto  Medio  Bajo 									

Elaboración: Equipo consultor

En los siguientes mapas se presentan los principales tipos de productos turísticos que pueden desarrollarse en cada una de las parroquias del Cantón Bolívar.

Vocación turística principal del cantón Bolívar



Elaboración: Equipo Consultor

Vocación turística secundaria del cantón Bolívar



Elaboración: Equipo Consultor

Mercados Turísticos del Cantón Bolívar.

Con base en el estudio de mercado y en el análisis de las características particulares del cantón; se propone consolidar los mercados naturales con los que cuenta el cantón y buscar en primer lugar una consolidación provincial, para luego dirigirse a un posicionamiento a nivel nacional.

El posicionamiento provincial y nacional debe estar acompañado de un mejoramiento constante de la oferta; una vez que la misma haya elevado sus condiciones se debe empezar a trabajar con el mercado internacional.

En cuanto a *zonas Geográficas* los mercados para el cantón Bolívar son los siguientes:

Mercados Objetivo: En la primera etapa del plan los mercados objetivos son los cantones de la zona centro de la provincia de Manabí cercanos a la línea de costa como: Manta, Sucre y Rocafuerte.

Mercados Naturales: Los mercados naturales del cantón Bolívar son los cantones circundantes como Chone, Tosagua, Junín y Pichincha.

Respecto a *perfiles de turistas* que se quiere captar son los siguientes:

Ecoturistas, debido a la diversidad botánica, topográfica y de aves que se pueden encontrar; además de las características del paisaje, Bolívar es un producto atractivo para este segmento.

Profesionales a nivel nacional que gustan de la naturaleza y no cuentan con mucho tiempo para viajar debido a sus agendas; el cantón Bolívar cuenta con atractivos cercanos entre sí, además de rutas cortas de uno o dos días, por lo que se puede visitar en un fin de semana sin interrumpir la jornada laboral.

Familias, el cantón Bolívar brinda alternativas de costes moderados; además proporciona actividades que incluyen aprendizaje, degustación y disfrute de espacios rurales que pueden realizarse en grupos.

Jóvenes aventureros que disfruten del turismo, de aventura y gocen de actividades al aire libre.

3.3.1 Portafolio de Rutas Turísticas del Cantón Bolívar.

Con el propósito de promover la oferta turística local, se inició con el inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón y se determinó la factibilidad y diseño de varias rutas turísticas. Fue una investigación descriptiva que recurrió a la investigación documental y el trabajo de campo. Se identificaron 25 atractivos entre categoría 1, 2 y 3, además de 15 recursos, con base en los cuales se determinaron las siguientes rutas.

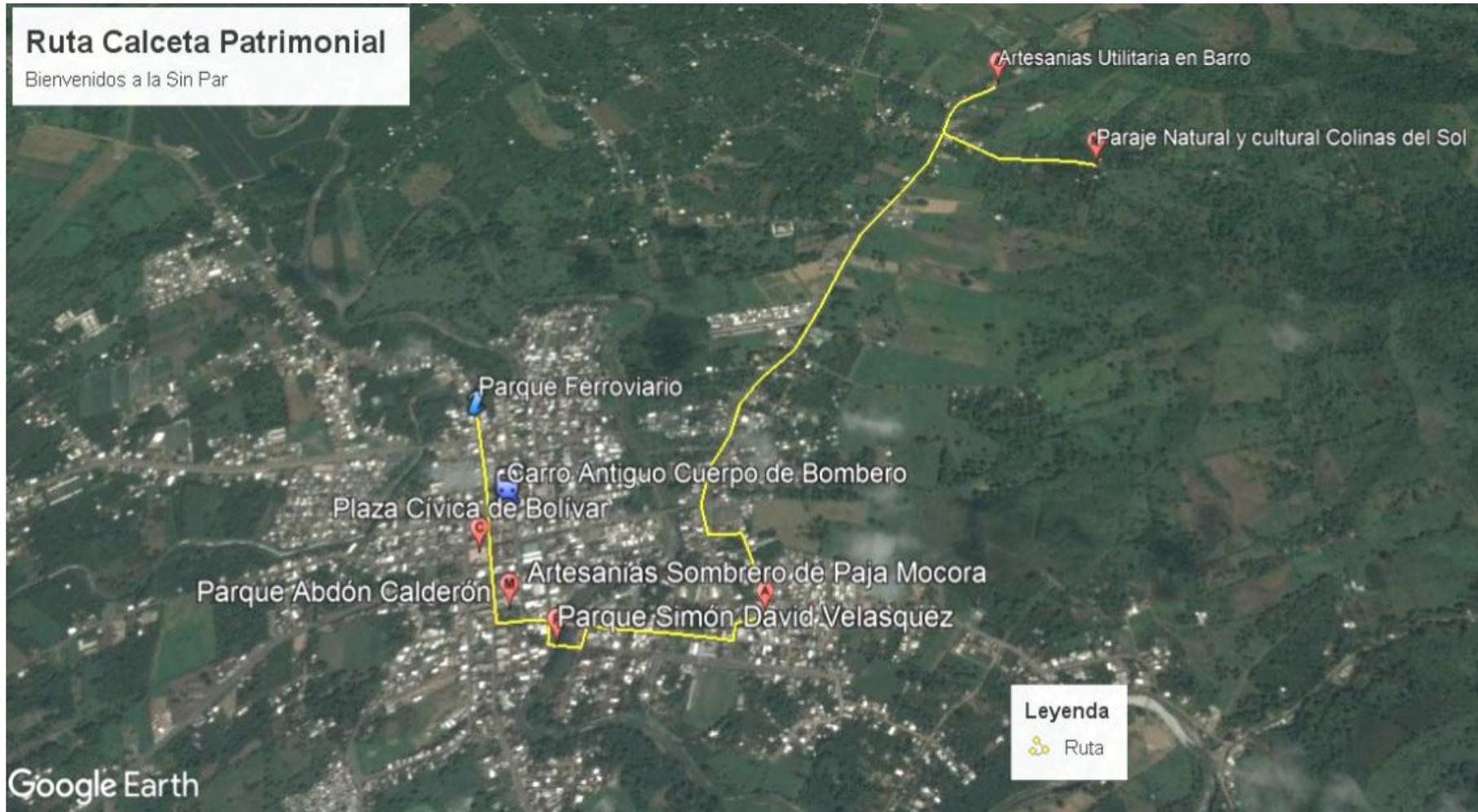
3.3.1.1 Ruta Calceta Patrimonial.

La ruta considera elementos culturales y patrimoniales representativos del cantón como son el Parque Ferroviario, Carro Antiguo del Cuerpo de Bombero, Plaza Cívica donde se encuentra el monumento Balsero del Carrizal; el Parque Abdón Calderón sitio en el que se observan el monumento a Bolívar obra de Gonzalo Endara Crow y la Iglesia San Agustín, posteriormente se pasa al Parque Simón David Velásquez en el cual se presencia el icónico Puente Rojo.

Consecutivamente se visita el Centro de elaboración de Sombreros de Paja Mocora para ser partícipes de una demostración en la elaboración del sombrero.

Luego se realiza el traslado hacia la Corporación Fortaleza del Valle donde se puede apreciar la producción y procesamiento de la pepa de cacao fino de aroma para exportación y degustar la barra de chocolate que estos elaboran. Se realiza una visita al lugar de venta de artesanías utilitarias en barro para evidenciar la técnica ancestral de elaboración de productos para uso gastronómico y ornamental.

El recorrido concluye con la visita al Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol, en el cual se degustará la gastronomía típica Manabita y se podrá acceder a las áreas como el taller de elaboración de cuadros de zapán, el Museo Etnográfico, realizar una caminata para conocer la laguna de los patos y concluir el recorrido en el Mirador del Valle.



Elaboración: Equipo Consultor

3.3.1.2 Ruta Travesías del Agua – Quiroga.

El Recorrido prevé una breve visita en la ciudad para conocer el Parque Abdón Calderón sitio en el que se observan el monumento a Bolívar y la Iglesia San Agustín, posteriormente se pasa al Parque Simón David Velásquez en el cual se presencia el icónico Puente Rojo, a continuación se direcciona a la Corporación Fortaleza del Valle para degustar de los productos de chocolate a base de cacao fino de aroma.

La ruta resalta el sendero del Río Carrizal, iniciando la visita a la Finca Orgánica Sarita, en la cual se puede apreciar el cultivo orgánico de productos de la zona y el proceso de secado de la pepa de cacao para exportación; se continua el recorrido hasta la Represa Sixto Durán Ballén donde se resalta la importancia de la provisión de agua en distintos de la Provincia de Manabí.

Se toma la dirección de la vía Quiroga – Pichincha hasta el Puente Carrizal para llegar al puerto fluvial de Julián donde se realizará un paseo en lancha por el Río Carrizal hasta el sector de Severino y se podrá disfrutar de belleza paisajística y de las especies de fauna y flora de este tipo de ecosistema lacustre.

El recorrido continúa hasta la Finca Agroturística Julián donde se puede degustar la gastronomía típica y recrearse con los recursos naturales como la cueva de los murciélagos en cuyo interior se encuentra una cascada de gran caudal.



Elaboración: Equipo Consultor

3.3.1.3 Ruta Cacao Ancestral Fino de Aroma – Membrillo.

La Ruta empieza con la recepción del grupo en la Cabecera Cantonal de Calceta, en el parque Abdón Calderón para conocer el monumento a Bolívar y la Iglesia San Agustín para continuar con el recorrido hacia Membrillo.

En el recorrido se atraviesa la parroquia rural de Quiroga donde se encuentra la Represa Sixto Durán Ballén, en la cual se realiza un descenso para tomar fotografías y disfrutar por unos momentos de la belleza paisajística que ofrece el sector, se continua con el recorrido hasta llegar al Bosque Protector Primera Piedra en cuyo trayecto se llevará a cabo la interpretación de la flora y fauna perteneciente al bosque hasta llegar al mirador que permite una vista privilegiada de la zona, en este punto se tomará el almuerzo típico de Manabí consistente en una tonga de gallina criolla.

Posteriormente en la parroquia Rural de Membrillo, zona donde se han identificado matas de cacao de 150 años de antigüedad; se visita la Asociación de Agricultores "Pepa de Oro", lugar donde se prepara la pepa de cacao para su exportación, y también se procesa para la elaboración de rompope de cacao, manjar de cacao y trufas de cacao de excelente calidad.

Se concluye con un breve paseo en el puerto fluvial de Dos Bocas, un importante puerto en uno de los brazos de la represa; aquí se podrá disfrutar de paseo en lanchas artesanales, observación de aves y pesca deportiva.



Elaboración: Equipo Consultor

3.3.1.4 Ruta Del Balsero (Famtrip – Presstrip).

La Ruta del Balsero rememora una de las festividades icónicas del Cantón Bolívar la cual se realiza desde el año 2003, este evento sintetiza las vivencias e identidad del cantón, ya que años atrás tenían al río como medio de transporte para sacar la producción de la tagua, caucho, entre otros productos de consumo local.

La ruta comprende la visita de un día, priorizando atractivos de las rutas anteriormente mencionadas y resaltando la naturaleza prodigiosa del cantón.

En este recorrido se prioriza la visitación de La Iglesia San Agustín y del Monumento a Bolívar, continuando con el Puente Rojo. Se realiza una breve visita a la Corporación Fortaleza del Valle para la degustación de barras de Chocolate.

Se continua por la vía Quiroga hasta llegar a la Represa Sixto Durán Ballén donde se hace un recorrido en lanchas, posteriormente se dirige a Membrillo se visita la Asociación La Pepa de Oro para conocer la producción de Cacao y las haciendas que mantienen el arboles ancestrales de cacao fino de aroma.

Se retorna a Quiroga para dirigirse a la vía Pichincha donde se visita la Finca Agroturística Julián y disfrutar de las Cuevas y cascadas que se encuentran en la comunidad.



Elaboración: Equipo Consultor

3.4 Cronograma presupuestado de ejecución de programas y proyectos.

Proyecto	2018	2019		2020		2021		2022		Presupuesto Total
	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre	
Programa de Capacitación para el fortalecimiento de la actividad turística en el cantón Bolívar	1.000,00	6.000,00		6.000,00		6.000,00		6.000,00		25.000,00
Marca Turística		3.500,00								3.500,00
Programa de Comercialización turística del cantón Bolívar		4.675,00		8.675,00		2.675,00		2.675,00		18.700,00
Programa de Concientización Turística educativa y comunitaria para el cantón Bolívar.		500,00		500,00						1.000,00
Implementación de Facilidades y Gestión de Servicios Turísticos para la Represa Sixto Durán Ballén.				1.210,00		112.690,00				113.900,00
Implementación de Facilidades y Gestión de Servicios Turísticos para Platanales				850,00		44.150,00				45.000,00
Programa de Señalética Turística para el cantón					3.550,00			1.450,00		5.000,00
Implementación de Redes de Turismo Rural Comunitario en el Cantón Bolívar						2.100,00				2.100,00
Proyecto de Agroturismo Comunitario “Balsa en medio”								90.000,00		90.000,00
Proyecto Glamping Comunitario “Dos Bocas”								39.000,00		39.000,00
Costo Total	1.000,00	14.675,00		20.785,00		167.615,00		139.125,00		343.200,00

Elaboración: Equipo Consultor

4. PROGRAMAS Y PROYECTOS

4.1 Programa de Capacitación para el fortalecimiento de la Actividad Turística en el Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora.

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Cobertura y localización.

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios.

Directos: Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Bolívar

Indirectos: Comunidad en general

Monto.

El monto del Proyecto es \$ 25.000,00.

Plazo de ejecución

4 años

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Capacitación Turística

Análisis de la situación actual

Los procesos de capacitación se han convertido en un aspecto esencial de la actividad turística, ya que permiten mejorar la percepción de los servidores y emprendedores en turismo a través de la generación de un servicio que denote a más de calidez, calidad en la oferta.

En el diagnóstico turístico realizado en el periodo entre octubre del 2017 hasta junio del 2018 en el cantón Bolívar, los resultados demuestran que la oferta de servicios turísticos, de restauración y de hospedaje son apreciados por los pobladores locales,

pero en contraste con los visitantes de otras latitudes de la provincia y del país indicaron la escasa calidad en varios aspectos de la oferta turística del cantón.

Ante ello, se debe indicar que en lo referente a procesos de capacitación, la Dirección de turismo municipal, juntas parroquiales, en conjunto con el Ministerio de Turismo han desarrollado esfuerzos valiosos, teniendo la característica que en la mayoría de los procesos llevados a cabo son vía on line, al respecto de ello se debe señalar que una gran cantidad de prestadores del cantón no tienen el acceso de servicios de internet permanente, siendo un aspecto que limitan su participación en dichos procesos.

Justificación

Entre los objetivos de la Organización Mundial de Turismo (2016), se señala promover la generación de conocimiento, educación y formación con el fin de mejorar la calidad y eficiencia de la actividad turística en el cantón, por lo que recomiendan a los Gobiernos que sustentan sus economías en la actividad implementar este tipo de acciones de forma conjunta a través de todo el territorio.

Ante ello, los procesos de capacitación son de vital importancia, ya que permiten el fortalecimiento de las ventajas competitivas locales sustentables en el sector turístico; y es que, a partir de la promoción de acciones cognitivas orientadas a estimular la calidad e innovación de los servicios turísticos se puede consolidar la imagen del destino a nivel nacional e internacional.

Estas acciones consolidan beneficios para todos los que conforman la cadena de valor del turismo del cantón Bolívar, ya que de esta forma se empodera a los prestadores de las líneas de acción, de la reglamentación y normativas vigentes y de aspectos técnicos esenciales que permiten fortalecer sus capacidades para consolidarse en los exigentes mercados.

Matriz de marco lógico.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Fin Contribuir a la consolidación del destino turístico Bolívar a través del mejoramiento de la calidad y eficiencia de servicios turísticos.</p>	Para finales del 2022 en un 60% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico en el cantón.	- Informes técnicos	Eficiente gestión en el desarrollo e implementación del proyecto
<p>Propósito Implementar el programa de Capacitación para el fortalecimiento de la actividad turística en el cantón Bolívar.</p>	Para mediados del 2022 se habrá capacitado al 75% de los prestadores de servicios turísticos del cantón.	- Informes técnicos	Participación de actores involucrados en la actividad turística.
<p>Componentes</p> <p>1. Diseñar el programa curricular, teórico y metodológico de los cursos de capacitación para el desarrollo de competencias profesionales en el ámbito turístico.</p>	Para el primer tercio del 2019 en un 100% se habrá diseñado los cursos de capacitación turística para el cantón.	Oficios Acuerdos Documento técnico.	Se cuenta con el asesoramiento técnico.
<p>2. Organización de la logística y difusión para el desarrollo del plan de capacitación.</p>	Para mediados del 2019 en un 100% se habrá promocionado los cursos de capacitación.	Oficios Cronogramas de visitas. Comunicaciones Listas de asistencia	Interés de las instituciones municipales y ministeriales.
<p>3. Promover la asociatividad entre los servidores de servicios turísticos para brindar asistencia técnica a</p>	Para mediados del 2022 en un 80% se habrá finalizado con los cursos de capacitación	Firmas de acuerdos Actas de reuniones.	Empresarios y emprendedores comprometidos en la actividad turística.

todos los involucrados en la actividad turística.			
<p>Actividades</p> <p>1.1 Solicitud a las universidades con carreras de turismo.</p> <p>1.2 Gestión del diseño metodológico y teórico de cursos de capacitación.</p> <p>1.3 Socialización de necesidades de capacitación en el ámbito turístico.</p> <p>1.3 Establecer convenios institucionales.</p> <p>1.4 Firmas de convenios</p> <p>2.1 Gestión de espacios y recursos materiales y tecnológicos para desarrollo de cursos de capacitación.</p> <p>2.2 Diseño de cronograma de fechas para el desarrollo de cursos de capacitación.</p> <p>2.3 Elaboración de comunicaciones y afiches sobre las temáticas y cronograma de los cursos.</p> <p>2.4 Socialización de cursos en comunidades turísticas.</p> <p>2.5 Inscripciones a los cursos de capacitación.</p> <p>2.6 Desarrollo de cursos de capacitación.</p> <p>3.1 Establecimiento de acuerdos de asociatividad.</p>	<p>1.000,00</p> <p>23.000,00</p> <p>1.000,00</p>	<p>Oficios</p> <p>Comunicaciones</p> <p>Acuerdos interinstitucionales</p> <p>Lista de asistencia de participantes</p> <p>Fotografías</p> <p>Facturas</p> <p>Actas de reuniones</p> <p>Acuerdos de cooperación.</p>	<p>Se cuenta con el presupuesto suficiente para el desarrollo del programa.</p>

3.2 Desarrollo de redes de apoyo técnico.			
TOTAL	\$ 25.000,00		

Plan de capacitación.

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Atención a comensales	Desarrollar buenas prácticas en el servicio al cliente en personas que laboran en atención directa al cliente, en los diversos restaurantes.	Los colaboradores de servicio al cliente aplican técnicas adecuadas y de calidad en el servicio turístico.	GAD Bolívar MINTUR
Seguridad turística.	Otorgar a los niveles operativos las herramientas para la solución oportuna de problemas en la operación adquiriendo ventajas competitivas.	Sitios turísticos.	GAD Bolívar MINTUR
Marketing de Redes Sociales	Otorgar a los niveles operativos, gerenciales y directivos las herramientas para la solución de problemas estructurales en la estrategia y operación adquiriendo ventajas competitivas.	Personal involucrado en el turismo con conocimientos y habilidades para el marketing en redes sociales e internet.	GAD Bolívar MINTUR
Promotor Turístico	Formar personal que promueva y comercialice productos turísticos locales gestionando servicios.	Personal formado en la gestión de servicios turísticos locales y que participa en la creación de nuevos productos.	GAD Bolívar MINTUR
Etiqueta y Protocolo	Capacitar en manejo de herramientas de imagen, buen servicio al cliente y relaciones humanas.	Personal capacitado en el manejo de herramientas de imagen, buen servicio y relaciones humanas.	GAD Bolívar MINTUR

Buenas prácticas de manejo ambiental para hoteles y restaurantes.	Promover el cuidado ambiental a través de buenas prácticas por parte de prestadores de servicios turísticos.	Prestadores de servicios turísticos capacitados y que contribuyen al cuidado y conservación del ambiente.	GAD Bolívar MINTUR MAE
Atención al turista para profesionales de la transportación.	Brindar un servicio de transporte de calidad para los turistas, visitantes y comunidad local.	Transportistas capacitados en la buena atención en servicios de transportación.	GAD Bolívar MINTUR

4.2 Desarrollo de Marca Turística del Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Cobertura y localización

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios

Directos: Actores del Sistema Turístico

Indirectos: Comunidad en general

Monto

El monto del Proyecto es \$ 3.500,00

Plazo de ejecución

1 año periodo (2019)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Marketing Turístico

Subtipo: Marca Turística

Análisis de la situación actual

Para el desarrollo de la actividad turística es imprescindible desarrollar elementos de diferenciación que les permita hacerlas más atractivas y competitivas, por lo cual es necesario el diseño de la imagen de marca como un aspecto que permita generar el estímulo y la asociación de ideas que conlleve a consolidar al cantón Bolívar como destino turístico rural en la provincia.

La Marca comprende un elemento esencial para definir la imagen turística de todo territorio; en la actualidad el cantón Bolívar no posee una marca definida que permita reconocer sus potencialidades a nivel regional o nacional.

Es importante destacar los avances que se han generado desde la administración municipal, donde se crean y modifican logos para las festividades y eventos como por ejemplo las fiestas de cantonización pero sin ser direccionado como una marca turística definida. Además, hay que resaltar que la parroquia Membrillo posee una marca que involucra elementos de conexión emocional, por lo que ya está posicionado en el territorio de Bolívar.

Justificación

En el Plan Nacional Toda una vida 2017 - 2022, el objetivo 2 numeral 4 establece la importancia de:

Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, valorización y desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad estética y expresiones individuales y colectivas.

A nivel mundial las marcas de los destinos son un importante factor del marketing. Un destino turístico sin marca no tiene identidad, esto lleva a la necesidad de su creación como un paso previo a las actividades de promoción. La marca no debe constituirse simplemente en un elemento decorativo; debe ser capaz de transmitir la identidad del destino y representar su vocación turística, contribuyendo a ser un elemento diferenciador con relación a otros.

Una marca turística es trascendental en el proceso de consolidación de un destino; debe generar impacto, ser atractiva y clara para que transmita adecuadamente las características únicas del territorio generando una conexión emocional.

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Desarrollar la imagen del Cantón Bolívar a través del reconocimiento de la marca turística del territorio cantonal.	Para el 2022 la marca turística del cantón Bolívar será reconocida en un 50% del territorio nacional	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo interinstitucional de organismos del estado.
Propósito Creación de la Marca Turística del Cantón Bolívar.	Para finales del 2019 se contará con una marca turística oficial del Cantón Bolívar.	- Inscripción de la marca turística en el IEPI.	Apoyo prestadores y comunidad.
Componentes 1. Gestionar el concurso para la creación de la marca turística del cantón Bolívar conforme a las bases presentadas en el proyecto.	En el primer trimestre del año 2019 se habrá realizado el concurso y elección de creación de la marca turística del cantón Bolívar.	- Convocatoria - Ficha de participantes del proceso. - Acta de ganador y entrega de premio.	Se presentan interesados en participar y presentar diseños en el concurso.
2. Posicionar la identidad e imagen turística del cantón a través de la promoción de los organismos del estado.	Para el primer semestre del 2019 se habrán presentado las propuestas para la marca turística del cantón Bolívar.	- Acta - Oficios - Fotografías - Suvenirs	Aceptación de la marca por la ciudadanía del cantón.
Actividades 1.1 Contratación de asesores para marca turística 1.2 Convocatoria y bases del concurso. 1.3 Registro de concursantes.	300,00 1700,00 300,00	- Convocatoria - Fichas de registro - Actas - Facturas - Oficios	Recursos suficientes para el logro de actividades de diseño y promoción de marca turística del

1.4 Recepción de propuestas.			cantón.
1.5 Análisis de propuestas.	1.500,00		
1.6 Declaratoria de ganador.			
1.7 Entrega de premio.	200,00		
2.1 Levantamiento de acta de propiedad municipal.			
2.2 Elaboración manual de marca.	400,00		
2.3 Registro de marca turística a organismos competentes.	500,00		
2.4 Presentación de la marca.			
TOTAL	3.500,00		

Bases del Concurso para el desarrollo de la Marca Turística del Cantón Bolívar

Objetivo de la convocatoria

El Objeto del Concurso es la selección de una “Logotipo” y un “Slogan Turístico” que reflejan la vocación turística del cantón Bolívar. Los trabajos deberán ser originales e inéditos. Cada concursante podrá presentar un máximo de dos “Logotipo” y dos “Slogan Turístico”. También se aceptarán postulaciones para únicamente para el “Logotipo” o el “Slogan Turístico”.

Logotipo:

- La propuesta del logotipo deberá incluir la palabra “Bolívar”
- El logotipo es de libre diseño, siempre y cuando resalte elementos naturales y culturales significativos del cantón.

Slogan

- El slogan deberá incluir necesariamente la palabra “Manabí”.
- La frase deberá estar compuesta como máximo de 5 palabras.
- El idioma utilizado será el español.

Concursantes

Puede participar en este concurso cualquier persona física, nacional o extranjera, mayor de edad, o persona jurídica que se encuentre en goce pleno de sus derechos en el estado ecuatoriano.

Fases del concurso

- Convocatoria
- Inscripción de participantes
- Recepción de propuestas
- Selección de los trabajos
- Resolución y anuncio del ganador

Convocatoria

La convocatoria será pública y en la misma se presentarán las bases del concurso.

Inscripción de participantes

Los interesados en el concurso para el desarrollo de la marca turística del cantón Bolívar se inscribirán el lugar y plazos indicados en la convocatoria del concurso.

Recepción de propuestas

Las propuestas deberán entregarse en los siguientes soportes:

- a. Papel: Se presentará el logotipo y el slogan en versión color y en escala de grises (o blanco y negro), cada versión impresa deberá ser presentada por separado con una buena resolución y en tres tamaños correspondientes a las siguientes dimensiones: 2X2 cm, 5x5 cm. y 10x10 cm.; sin que esto implique que el aspecto de la imagen del logotipo o el slogan sean cuadrados.
- b. Digital: Se presentará en un CD con todas las versiones presentadas en el papel en un formato editable de los diseños y además en pdf.
- c. Souvenir: Se deberá proveer de por lo menos 2 souvenirs con la marca aplicada. Estos pueden ser: esferos, tazas, camisetas, llaveros, artículos de escritorio u otros que el concursante sugiera.

Ejemplos

Criterios de selección

Se valorarán las obras que, a juicio del jurado, mejor representen al cantón Bolívar, se valorará la originalidad, la creatividad y la calidad artística; además de la adaptabilidad a los objetos y productos de recuerdo.

La puntuación de los criterios de valoración es el siguiente:

Criterio	Puntuación máxima
Diseño: atractivo, original	30
Valor: artístico, comunicativo, simbólico	25
Identidad: inspiración en los valores y recursos de la ciudad, así como en las emociones y sentimientos que esta transmite	25
Versatilidad: adaptable a objetos y espacios, manteniendo una unidad de imagen	10
Creación de productos de bajo coste e innovadores para regalo	10
TOTAL	100

Resolución y anuncio del ganador

El jurado tendrá un plazo de un mes a partir de la fecha máxima de entrega de propuestas para emitir los resultados, los cuales estarán detallados en el Acta de resoluciones que estos elaboren.

El fallo del jurado será inapelable.

El jurado se reserva el derecho a declarar el concurso desierto, si estima que la calidad de las propuestas presentadas no reúnen los requisitos mínimos de calidad (artísticos y técnicos).

Premios

Como resultado del proceso de selección al ganador y dependiendo de la valoración de logotipo y slogan seleccionado se entregará el premio en efectivo.

Derechos de Propiedad

El “Logotipo” y el “Slogan Turístico” ganadores de los premios pasarán a propiedad exclusiva y permanente de la Municipalidad del cantón, el cual tendrá completa libertad para utilizarlos total o parcialmente o para modificarlos si lo cree necesario.

Las propuestas no seleccionadas podrán ser retiradas por sus autores.

Aceptación de las bases

La participación en este concurso implica el conocimiento y la aceptación íntegra de las presentes bases por parte de los/las concursantes.

4.3 Programa de Comercialización Turística del Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Cobertura y localización

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios

Directos: Prestadores de Servicios Turísticos

Indirectos: Comunidad en General

Monto

El monto del Proyecto es \$ 18.700,00

Plazo de ejecución

4 años

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Comercialización

Subtipo: Comercialización

Análisis de la situación actual

El cantón Bolívar realiza diversas actividades turísticas a lo largo del año. Estas actividades son comunidades a través de las radios locales y publicidad boca oído.

Se ha notado como una debilidad en la mayoría de los cantones del Ecuador deficiencia en los canales de información turística, especialmente en la web. Estas deficiencias no le permiten al turista organizar sus vacaciones de una manera más concreta; ya que la información que se encuentra es muy generalizada y en algunos casos se encuentra desactualizada impidiendo una planificación efectiva y en el peor de los casos

provocando que el turista desista de su deseo de visitar un determinado lugar y se decida por otro del que sí encuentre la información que necesite y que le satisfaga.

Justificación

La comercialización de cualquier producto o servicio es trascendental, se puede tener el mejor producto, pero si el consumidor potencial no sabe que existe no sirve de mucho. Son necesarias las actividades de comercialización para generar negocios y oportunidades; el objetivo es sensibilizar, motivar, convencer y posicionar en la mente de los potenciales visitantes las bondades del cantón Bolívar.

La promoción y venta de productos turísticos ha cambiado; el consumidor potencial le está dando un menor peso al precio dentro de su decisión de compra y se deja persuadir más por cómo estos productos o servicios inspiran a viajar; con base en la manera en que se visualizan y la información que posea de ellos. Al estar expuesto a diversas fuentes, la que mejor recordará será la que más le inspire.

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Consolidar al Cantón Bolívar como destino turístico de la Provincia de Manabí.	Para el 2022 un 50% de los visitantes de la provincia de Manabí reconocerán al Cantón Bolívar como un destino turístico.	Encuestas	Interés de involucrados en la actividad turística.
Propósito Implementación del Programa de Comercialización para la promoción turística del cantón Bolívar	Para el primer semestre del 2022 se habrá realizado el 80% del plan de comercialización.	Rendición de cuentas	Apoyo de organismos estatales y privados.
Componentes 1. Promover la marca turística del cantón a	Para finales del 2019 en un 75% se cumple el	Cronograma Oficios	Interés en empresas y

información turística. 4.2 Gestión de convenios de pasantías con estudiantes de turismo.	200,00		
TOTAL	18.700,00		

Estrategias de Comercialización

Las tendencias mundiales se han distanciado del turismo masivo y del sol y playa; ahora las miradas se dirigen hacia el turismo de naturaleza en actividades como el ecoturismo, turismo de aventura y agroturismo. Las experiencias de aprendizaje y transformadoras cobran cada vez más relevancia. El turista busca sentirse parte del entorno y disfrutar a través de todos sus sentidos los momentos que cada lugar le ofrece, convirtiéndose no solo en un espectador sino en protagonista.

Los hábitos de compra del turista se han ido modificando, pasando de un turismo pasivo al turismo activo y de un turista tradicional a lo que en este momento se denomina turista 2.0; el mismo que sigue evolucionando volviéndose cada vez más experimentado, diverso y exigente; por lo que es sumamente importante la implementación del paquete de promoción digital.

Dentro de los hábitos de consumo de los turistas actuales está leer blogs, recomendaciones y críticas de otros viajeros, ver videos en línea y buscar toda la información digital que los acerque lo más posible a tener una idea clara de lo que van a vivir y a experimentar.

Mercados Objetivo

En la primera etapa del plan los mercados objetivos son los cantones de la zona centro de la provincia de Manabí cercanos a la línea de costa como: Manta, Sucre y Rocafuerte.

Respecto a *perfiles de turistas* que se quiere captar son los siguientes:

Ecoturistas, debido a la diversidad botánica, topográfica y de aves que se pueden encontrar; además de las características del paisaje, Bolívar es un producto atractivo para este segmento.

Profesionales a nivel nacional que gustan de la naturaleza y no cuentan con mucho tiempo para viajar debido a sus agendas; el cantón Bolívar cuenta con atractivos cercanos entre sí, además de rutas cortas de uno o dos días, por lo que se puede visitar en un fin de semana sin interrumpir la jornada laboral.

Familias, el cantón Bolívar brinda alternativas de costes moderados; además proporciona actividades que incluyen aprendizaje, degustación y disfrute de espacios rurales que pueden realizarse en grupos.

Jóvenes aventureros que disfruten del turismo, de aventura y gocen de actividades al aire libre.

Ejemplos de casetas de información





4.4 Campaña de Concientización Turística Educativa y Comunitaria para el Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar en convenio con la Academia.

Cobertura y localización

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios

Directos: Estudiantes y organizaciones comunitarias

Indirectos: Ciudadanía, familias.

Monto

El monto para gastos logísticos es \$ 1.000,00

Plazo de ejecución

2 años

Análisis de la situación actual

Cuando se trata el tema de la Concientización Turística se hace referencia a la importancia que tiene preparar a la comunidad local en el fortalecimiento de su perspectivas del turismo, haciendo relevante dos ejes esenciales uno centrado en el impacto que tiene cada habitante en el desarrollo de la experiencia turística acentuando el impacto que cada residente tiene con el cuidado de sus entornos y de la imagen y ornato de la ciudad; y, el segundo referente al conocimiento que los mismos residentes deben tener del potencial turístico de su propio territorio.

En la actualidad en el cantón Bolívar sus habitantes mantienen un conocimiento y valoración muy importante de los elementos y espacios culturales del cantón, por lo que hay un sentido de protección y conservación a los distintos recursos y atractivos identificados en el territorio. A pesar de ello, es importante destacar que la población en su gran mayoría desconocen el potencial de los recursos y atractivos naturales que

poseen y de cómo el cantón a través de sus tres parroquias Calceta, Quiroga y Membrillo contienen atractivos turísticos diferenciadores que pueden ponderar al territorio como uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Manabí.

El presente proyecto tiene como finalidad direccionarse en dos campos de acción como son las instituciones educativas y las instituciones sociales y sindicales del cantón, con el fin de fortalecer el sentido de pertenencia de los habitantes del cantón; ya que con ello se promueven actitudes de sinergia y de bienestar que contribuyen al desarrollo sostenible de la actividad turística en el territorio.

Justificación

El proceso de concientización turística es de gran beneficio a la colectividad, ya que permitirá generar la comprensión con respecto de la interdependencia de los servicios que el territorio puede ofrecer al visitante y de cómo cada persona es parte de la imagen del destino, aspectos que propician el aprendizaje colectivo sobre el conocimiento de los atractivos de la zona y el funcionamiento general de la actividad, con sus potenciales beneficios y costos, además de establecer que no sólo hace posible una buena atención al turista, sino que permite el disfrute, la valoración del patrimonio natural y cultural propiciando el fortalecimiento de la identidad.

Matriz de marco lógico.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Empoderar al colectivo sobre la importancia de la actividad turística para fortalecer el reconocimiento del patrimonio natural y cultural del cantón.	Para finales del 2020 el 60% los habitantes reconocen la importancia de la actividad turística en el cantón.	Talleres Recorridos Permisos Actas y acuerdos Fotografías	Comunidad interesada en el desarrollo del proyecto
Propósito Implementar la campaña de concientización turística para generar sentido de pertenencia en los	Para mediados del 2019 se habrá realizado en un 85% la campaña de	Documento técnico	Articulación de acciones y recursos entre las instituciones

residentes del cantón Bolívar.	concientización turística		
Componentes 1. Generar acuerdos interinstitucionales entre el organismo municipal y la academia para promover la cultura turística a través de la vinculación con la comunidad	Para el primer semestre del 2019 en un 90% se habrán firmado los convenios de cooperación entre Dirección de Turismo y academia.	Convenios firmados. Fotografías Cronogramas de asignación de estudiantes.	Apoyo e interés del talento humano de la academia de la provincia de Manabí
2. Promover la cultura turística en las instituciones educativas del cantón con el fin de establecer sinergias para la conservación y promoción del patrimonio.	Para finales del 2019 en un 100% se habrá llevado a cabo los talleres en las instituciones educativas participantes.	Actas de reuniones Permiso Solicitud Distrito Fotografías	Cooperación y participación de los directivos, docentes y personal directivo de Distrito Educativo.
3. Desarrollar talleres y encuentros comunitarios para dar a conocer la importancia de la actividad turística en el territorio.	En el primer trimestre del 2020 en un 75% se habrán realizado los encuentros y talleres programados.	Oficios de socialización de la propuesta Oficio de Aceptación Cronograma de encuentros.	Interés de organizaciones sindicales.
Actividades 1.1 Firma de convenios con universidades 1.2 Socializar la actividad a las instituciones. 1.3 Elaboración de base de datos de instituciones participantes. 2.1 Desarrollo de talleres en instituciones educativas (2 talleres)	100,00	Acuerdos Actas de compromiso	Predisposición de presupuesto para desarrollo de la propuesta.

Plan de capacitación

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Introducción al turismo sostenible	Comprender los criterios básicos del turismo de naturaleza para su implementación en forma responsable en comunidades rurales como una opción de desarrollo y la promoción de la conservación de los recursos naturales y patrimonio cultural.	Los participantes conocen las tipologías del turismo de naturaleza y establecen elementos para conformar productos turísticos.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Cuidado ambiental	Conocer los procedimientos para el correcto cuidado de la naturaleza y la conservación de recursos.	Los participantes reconocen la importancia del cuidado de la naturaleza y las buenas prácticas ambientales	Técnicos Mintur MAE GAD Bolívar

4.5 Proyecto de Implementación de Facilidades y Gestión de Servicios Turísticos para la Represa Sixto Durán Ballén

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo

Cobertura y localización

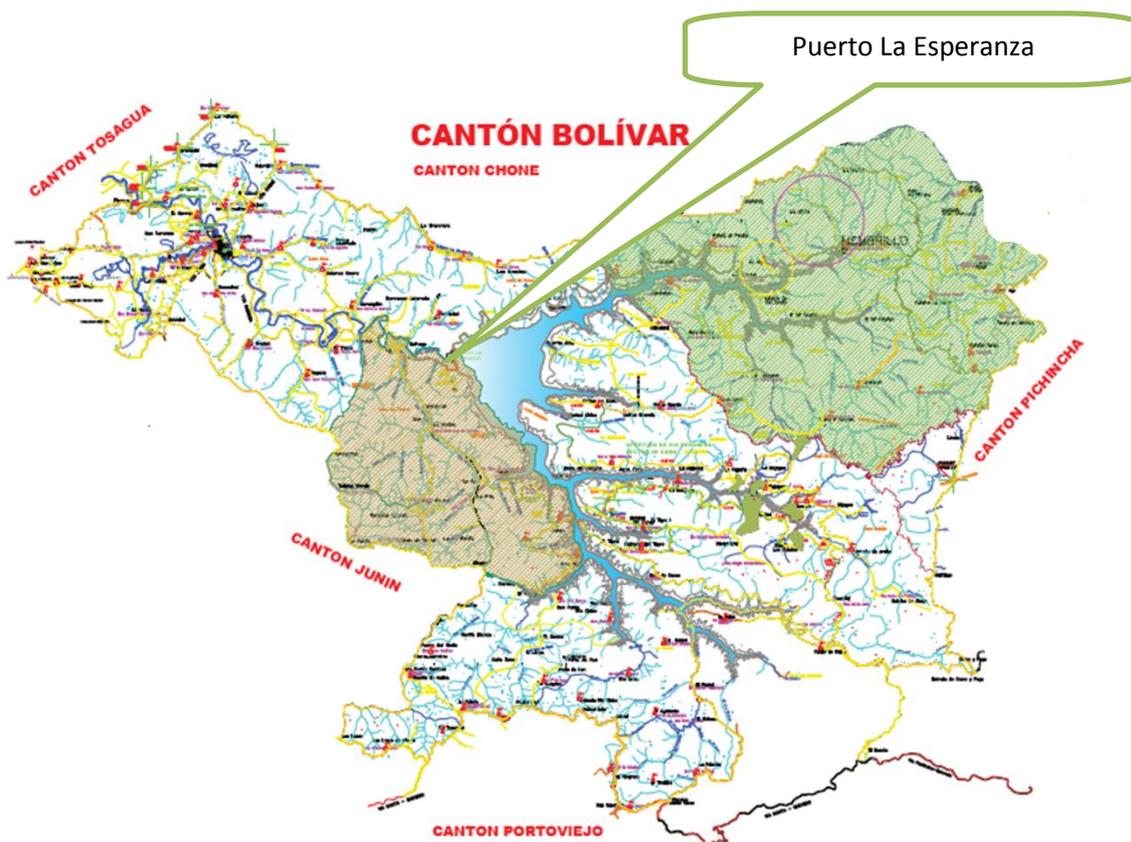
Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Parroquia: Quiroga

Comunidad: Represa - Puerto La Esperanza

Coordenadas: X 0.892881° Y 80.075802°



Beneficiarios

Directos: Miembros de la Asociación de Pescadores 13 de Noviembre.
Prestadores de Servicios de Alimentación de la Represa.

Indirectos: Comunidades de Caña y Corcovado.

Monto

El monto del Proyecto es \$ 113.900,00

Plazo de ejecución

2 años periodo (2020 - 2021)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Turismo de Aventura

Subtipo: Espacios de recreación

Análisis de la situación actual

En la actualidad la Represa Sixto Durán Ballén es utilizada por la población como un sector destinado para pesca artesanal de especies como tilapia, vieja y dama en su mayoría son productos de demanda en la localidad, siendo una actividad que sostiene la economía del sector y que es realizada por miembros de la Asociación de Pescadores 13 de Noviembre.

Otra actividad que se destaca es que en su mayoría los dueños de lanchas ofrecen el servicio de transporte y movilidad fluvial de los pobladores de las comunidades que se encuentran sin conectividad vial.

Cabe señalar que a pesar de que la represa presenta un potencial turístico; el servicio de recorrido carece de comodidad y seguridad, situación que disminuye la calidad del servicio y la generación de una experiencia que permita promover el desarrollo del sitio.

Justificación

El Plan Nacional Toda una Vida 2017 - 2022 en su objetivo 3 establece:

3.2 Profundizar la distribución equitativa de los beneficios por el aprovechamiento del patrimonio natural y la riqueza originada en la acción pública.

3.4 Impulsar la economía urbana y rural, basada en el uso sostenible y agregador de valor de recursos renovables y la bio-economía, propiciando la corresponsabilidad social.

A nivel mundial los espejos de agua son recursos con grandes potencialidades turísticas y muy versátiles. La represa Sixto Durán Ballén en el cantón Bolívar presenta características paisajísticas; además de flora y fauna que son muy atractivas y pueden generar altas expectativas.

En el Puerto La Esperanza diariamente se genera un importante movimiento de comuneros que realizan actividades de pesca y transportación; sin embargo cuando algún visitante desea un paseo turístico por la represa se utilizan las mismas embarcaciones, las mismas que no prestan las condiciones necesarias de seguridad y comodidad para brindar un servicio de calidad, o en ocasiones no hay la disponibilidad.

Mercado turístico

La Represa Sixto Durán Ballén en un recurso muy versátil con base en su paisaje y dinámica; por lo que puede ser atractiva para varios segmentos; sin embargo para los que podría resultar más atractivo es para los siguientes:

- Ecoturistas, debido a la diversidad de aves que se pueden encontrar y a las características del paisaje es un producto atractivo para este segmento.
- Profesionales nacionales que gustan de la naturaleza y no cuentan con mucho tiempo para viajar debido a sus agendas; por lo que el producto se puede visitar en un solo día, especialmente sábado y domingo sin interrumpir la jornada laboral.
- Familias, es una alternativa de costes moderados y se puede realizar en grupos.
- Jóvenes aventureros que disfruten del turismo de naturaleza.

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Dinamizar la economía del Cantón Bolívar a través del diseño y gestión de servicios turísticos.	Para finales del 2020 en un 70% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico.	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo interinstitucional de organismos del estado.
Propósito Implementación de	Para finales del 2020 en un 80%	- Actas de reuniones.	Apoyo prestadores y comunidad.

facilidades y gestión de servicios para dinamizar la actividad turística en la Represa Sixto Durán Ballén.	estará implementado los equipos e infraestructura para la visitación turística.	- Actas de entrega y recepción de equipos. - Actas de convenios de uso.	
Componentes 1. Identificar a los oferentes de servicios de transporte turístico fluvial para motivar su participación en el mejoramiento de la calidad del servicio.	Para el primer trimestre del 2020 en un 100% se contará con los participantes interesados en el proceso de mejora de la calidad de servicios turísticos.	- Convocatoria - Lista de asistencia - Acta de reunión - Ficha de participantes del proceso	Se presentan interesados en participar en la propuesta.
2. Diseñar procesos de capacitación para el fortalecimiento del servicio turístico.	Para el primer semestre del 2020 se habrán impartido el 100% de las capacitaciones a los participantes	- Oficio a organismos de apoyo - Oficio aceptación de solicitud. - Cronograma de capacitación - Convocatorias - Listas de asistencia - Fotografías	Asesoramiento de técnicos de Ambiente y Turismo
3. Implementación de infraestructura y equipos para propiciar la seguridad en la visitación.	Para finales del 2021 se contará con el 100% de la infraestructura y equipos	- Convenios interinstitucional - Contratos de construcción.	Contar con apoyo interinstitucionales y presupuesto.
Actividades 1.1 Socialización del proyecto con la Asociación de Pescadores 13 de Noviembre. 1.2 Establecimiento de acuerdo con interesados. 2.1 Solicitud al	40,00 20,00	Fotos, nómina de asistencia a socialización Acuerdo de interesados	

MINTUR y MAE de técnicos para capacitaciones en los temas propuestos para capacitaciones.	50,00	Solicitudes enviadas	
2.2 Organización de logística por fechas y recursos.	20,00	Cronograma de capacitaciones	de
2.3 Socialización de cronogramas de capacitación.	30,00	Planificación de talleres	de
2.4 Ejecución de capacitaciones	1.000,00	Fotos, listas de participantes	de
3.1 Presentación de proyecto a MINTUR, Consejo Provincial para financiamiento. para equipos (chalecos) de seguridad.	50,00		Colaboración de entidades público privadas para la ejecución del proyecto
3.2 Construcción de embarcadero	15.000,00	Documento de contrato y convenios	
3.3 Adquisición de 2 lanchas para uso turístico	35.000,00	Recepción de bienes	
3.3 Construcción de baterías sanitarias	15.000,00	Reglamento de uso de equipos e implementación de infraestructura	
3.4 Adquisición de equipos de seguridad para las embarcaciones	2.500,00		
3.5 Construcción de área de alimentación	25.000,00		
3.6 Construcción de área de recepción e información turística	20.000,00		
3.5Elaboración de reglamento de uso de los equipos e implementación de infraestructura.	200,00		
TOTAL	113.900,00		

Plan de capacitación

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Flora y fauna de ambientes lacustres	Conocer técnicamente las especies de flora y fauna que presentes en la Represa Sixto Duràn Ballén	Los participantes identifican las especies de flora y fauna y comprende la relación de las especies con el sistema lacustre.	Técnicos MAE GAD Bolívar
Técnicas de guianza turística	Aplicar técnicas de guianza turística en recorridos ecoturísticos.	Los participantes demostrarán habilidades para manejar grupos e interpretación de la naturaleza.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Seguridad turística	Promover medidas de seguridad para promover la vigilancia y protección de los atractivos e información preventiva a los turistas.	Los participantes definen estrategias de control y prevención en la visitación turística.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Estrategias de atención al cliente	Fortalecer habilidades, destrezas y conocimientos técnicos en atención al cliente.	Los participantes comprenden la importancia del tema y cómo generar un adecuado servicio al cliente.	Técnicos Mintur GAD Bolívar

Modelo Sugerido de Lancha Turística



Modelo Sugerido de área de alimentación



Modelo sugeridos de embarcaderos



4.6 Proyecto de Implementación de Facilidades y Gestión de Servicios Turísticos para el Balneario Platanales.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar
Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo

Cobertura y localización

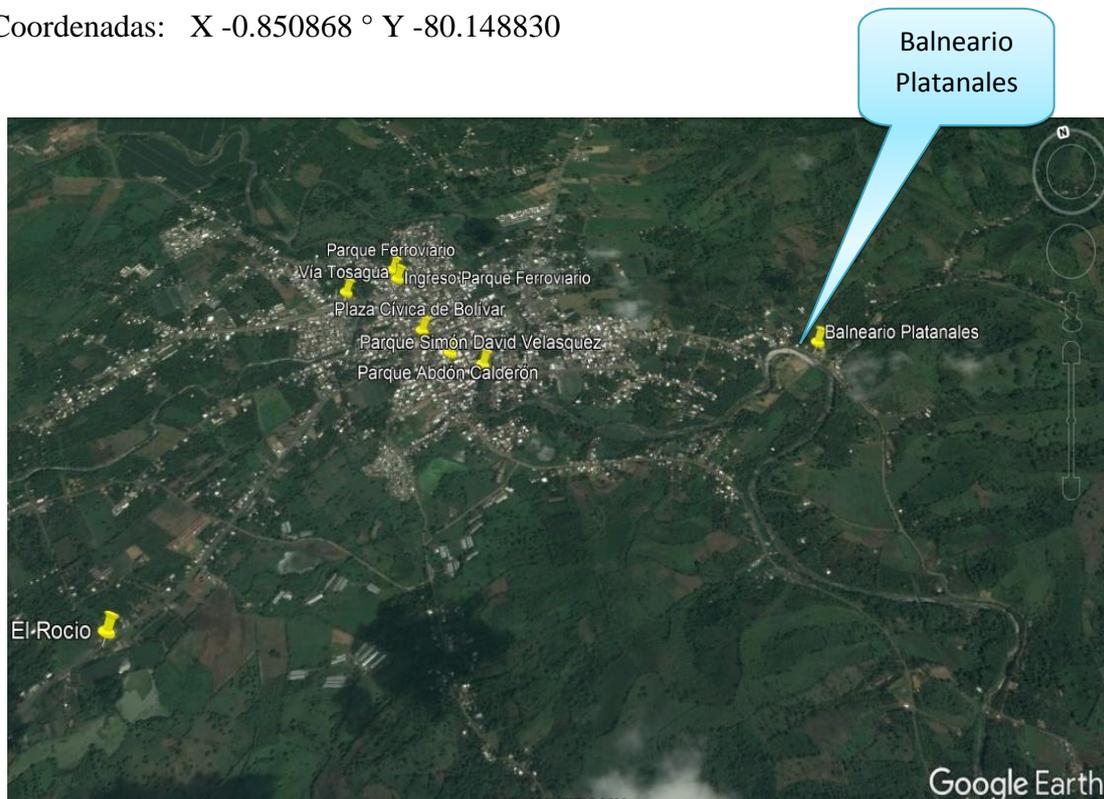
Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Parroquia: Calceta

Comunidad: Platanales

Coordenadas: X -0.850868 ° Y -80.148830



Beneficiarios

Directos: Prestadores de Servicios del Balneario de Agua Dulce Platanales

Indirectos: Habitantes de la comunidad Platanales

Monto

El monto del Proyecto es \$ 45.000,00

Plazo de ejecución

2 años periodo (2020 - 2021)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Mejoramiento de espacios e implementación turística.

Subtipo: Espacios de recreación

Análisis de la situación actual

En la actualidad el balneario de agua dulce Platanales está destinado como un sector de esparcimiento para la población local y del cantón; siendo el sector de mayor concurrencia en feriados y festividades que se realizan en la Cabecera cantonal de Calceta.

Se evidencia la presencia de establecimientos de prestación de servicio de alimentos, la totalidad de estos con una infraestructura rústica, en los cuales se puede degustar la riqueza de la gastronomía Manabita.

Cabe señalar que los negocios establecidos en el sector funcionan de forma irregular, en su mayoría los fines de semana y otros solo en feriados, siendo exactamente 3 de ellos dedicados a la prestación del servicio de forma permanente; a pesar de que los propietarios de estos establecimientos mantienen un constante interés por mejorar el servicio y de propiciar la promoción del sitio, estos no han logrado consolidarse como espacio turístico, ya que como debilidad permanente está el escaso logro de consensos que les motive a mejorar aspectos de infraestructura y de seguridad requerida bajo los lineamientos del MINTUR.

Ante ello, es importante diversificar la oferta del servicio en el sector, y proporcionar infraestructura y actividades, que generen una experiencia positiva y que permitan el disfrute de un paisaje estético y ornamentado que sea agradable y compatible con el entorno.

Justificación

El Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2022 en su objetivo 3 y 6 establece:

3.4 Impulsar la economía urbana y rural, basada en el uso sostenible y agregador de valor de recursos renovables y la bio-economía, propiciando la corresponsabilidad social.

6.2. Fomentar el trabajo y empleo digno en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado, impulsando el emprendimiento, el acceso a mercados y la asociatividad para fomentar organizaciones sociales productivas y eficientes, y garantizando precios justos y control del contrabando.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
COOTAD

Artículo 54: sobre las funciones que tienen los gobiernos autónomos descentralizados municipales establece:

Literal g: Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás Gobiernos Autónomos Descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.

Artículo 55. Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal:

Literal j: Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas de lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la Ley.

Los balnearios de agua dulce constituyen un interesante atractivo para varios mercados, en las zonas rurales que se encuentran lejos de la línea de costa son una excelente alternativa para el disfrute del tiempo libre. El cantón Bolívar en la provincia de Manabí por sus características geográficas posee de varias alternativas relacionadas con playas de río.

El balneario de agua dulce Platanales goza de gran popularidad dentro de la demanda local, se encuentra disponible gran parte del año y es el lugar donde se concentran las actividades turísticas del cantón durante el feriado de carnaval; no obstante tiene varias deficiencias respecto a facilidades turísticas, ornato, estética y manejo de desechos; lo cual genera inconformidad en varios usuarios. Por las razones expuestas se hace necesaria la implementación de facilidades turísticas que mejoren las condiciones del lugar y la calidad del servicio.

Mercado turístico

El balneario de agua dulce Platanales con base en el estudio de mercado tiene una demanda mayoritariamente local; sin embargo también es visitado por habitantes de otros cantones de Manabí y de otras provincias del Ecuador, los principales mercados para el atractivo son:

- Familias, es una alternativa de bajo costo.
- Jóvenes
- Grupos

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Dinamizar la economía del Cantón Bolívar a través del diseño y gestión de servicios turísticos.	Para finales del 2020 en un 70% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico.	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo de organismos públicos y privados.
Propósito Implementación de facilidades y gestión de servicios para dinamizar la actividad turística en el sector Platanales	Para inicios del 2020 en un 60% se habrán implementado facilidades e innovación de servicios en el sector.	- Informes técnicos de factibilidad de proyectos de implementación de infraestructura.	La comunidad aporta en la generación de servicios.

Componentes 1. Diseñar procesos de capacitación para el fortalecimiento del servicio turístico.	Para el primer semestre del 2020 en un 70% los prestadores de servicio de alimentos estarán capacitados.	<ul style="list-style-type: none"> - Cronograma de capacitación. - Listas de asistencia - Fotografías 	Se cuenta con la participación de los prestadores de servicios
2. Implementación de infraestructura para la recreación turística.	Para finales del 2021 se encontrará construido en un 100% la infraestructura de recreación propuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de proyecto - Actas de aprobación - Asignación presupuestaria 	Apoyo interinstitucional de organismos del estado
Actividades 1.1 Solicitud al MINTUR y MAE de técnicos para capacitaciones en los temas propuestos para capacitaciones. 50,00 1.2 Presentación de plan de capacitación a técnicos. 20,00 1.3 Organización de logística por fechas y recursos. 30,00 1.4 Socialización de cronogramas de capacitación. 1.5 Ejecución de capacitaciones 700,00 2.1 Presentación y revisión del diseño por el departamento de planificación. 50,00 2.2 Construcción de puente colgante 15.000,00 2.3 Construcción de malecón de río sobre la rivera norte. 26.900,00 2.4 Implementación		<ul style="list-style-type: none"> - Oficios de aprobación - Registro de reuniones en hoja de ruta - Documento de planificación de recursos. - Firmas de recibido - Fotografías - Listas de asistencia - Aprobación de diseños - Asignación de presupuestos - Contratos - Facturas - Fotografías 	Se cuenta con el financiamiento y recursos necesarios para la implementación de la propuesta

de recolectores de desechos ecológicos. 2.5 Arborización de las riberas del río.	250,00 2.000,00	- Convenios con universidades para arborizar	
TOTAL	45.000,00		

Plan de capacitación

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Parámetros de calidad de áreas turísticas conforme normativa del Mintur	Aplicar los parámetros de calidad para la prestación de servicios en áreas turística	Los prestadores de servicios del balneario de agua dulce Platanales conocen y aplican los parámetros de calidad para la prestación de servicios en áreas turísticas	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Seguridad turística	Promover medidas de seguridad para promover la vigilancia y protección de los atractivos e información preventiva a los turistas.	Los participantes definen estrategias de control y prevención en la visitación turística.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Estrategias de atención al cliente	Fortalecer habilidades, destrezas y conocimientos técnicos en atención al cliente.	Los participantes comprenden la importancia del tema y cómo generar un adecuado servicio al cliente.	Técnicos Mintur GAD Bolívar

Modelo de Infraestructura sugerida.



Modelo de Infraestructura sugerida.



4.7 Programa de Señalética Turística para el Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Cobertura y localización

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios

Directos: Turistas, visitantes y comunidad en general

Indirectos: Turistas, visitantes y comunidad en general

Monto

El monto del Proyecto es \$ 5.000,00

Plazo de ejecución

2 años

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Facilitación Turística

Subtipo: Facilitación Turística

Análisis de la situación actual

El cantón Bolívar tiene una actividad turística en crecimiento la misma que necesita de aspectos relacionados con la facilitación; este cantón tiene conexión vial con varios cantones de Manabí, además de líneas directas hacia la provincia de Pichincha, Guayas y los Ríos pasan por su territorio e ingresan al terminal terrestre diariamente. El cantón se encuentra dotado de señalización en la mayoría de las vías de primer y segundo orden; sin embargo la señalización turística es escasa, dificultando la identificación y desplazamiento de visitantes y turistas hacia los atractivos.

Dentro del Cantón es necesario el desarrollo de varios procesos de capacitación para la mejora de servicios; por lo que el presente proyecto se propone en dos etapas, en la primera se implementarán los letreros de aproximación y de sitio a los sitios turísticos existentes. La segunda etapa se desarrollará posterior a la puesta en marcha del Plan de Capacitación y se implementen mejores estrategias de servicios.

Justificación

La facilitación es fundamental para el desarrollo de las zonas turísticas. Con base en el estudio de mercado realizado dentro del marco del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar se obtuvieron datos importantes sobre la percepción de la señalización turística. Más del 50% de los residentes la percibe como positiva; sin embargo un importante 26.50% y 13.30% la califica como mala y muy mala.

Los turistas y visitantes de otros cantones de la provincia de Manabí consideran que de manera general es buena, pero esto especialmente en los ingresos al cantón el 26.90% considera que es mala, sobre todo en las zonas rurales el 8.60% no sabe o no contesta, alegando que normalmente no conducen.

Los visitantes de otras provincias el Ecuador tienen una perspectiva más negativa de este importante aspecto; solo un 30.60% la considera que la señalética es buena, un 25.80% no sabe o no contesta, el 20.60% la califica como mala, el 11.30% cree que es muy mala y considera que es fácil perderse al buscar sitios y direcciones conduciendo su propio vehículo.

Como se puede evidenciar es necesario invertir en la señalética turística del cantón Bolívar que permita desarrollar el sector en mejor medida.

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Mejorar la accesibilidad a los sitios y atractivos turísticos del cantón Bolívar.	Para finales del 2022 en un 75% se mejorará y ampliará la cobertura de señalética turística vial en el cantón.	Encuestas Informe diagnóstico de mercado turístico	Participación local en el cuidado y mantenimiento de la señalética.
Propósito			

Implementar el sistema de señalización turística como medio de orientación y conocimiento de los atractivos y servicios del cantón.	Para finales del 2022 en un 80% se habrá llevado a cabo el proyecto de señalética turística en el cantón.	Aprobación de proyecto Asignación de presupuesto. Informes Fotos	Ejecución de acciones por el Departamento Turismo.
Componentes Aplicar proceso de evaluación diagnóstica de la señalética turística existente.	Para mediado del 2020 en un 100% se habrá realizado el proceso diagnóstico.	Cronogramas de trabajo. Documento técnico - informe Fotos	Interés en la renovación y mejoramiento de señalética turística.
Facilitar el acceso a los atractivos turísticos a través de la implementación de letreros de aproximación y de sitio.	Para finales del 2020 en un 85% se habrá cumplido la implementación de la primera fase de señalética.	Cronogramas de trabajo. Documento técnico - informe Fotos	
Promover señalética de los servicios y facilidades turísticas a través de la implementación de letreros y pictogramas.	Para el primer semestre del 2022 en un 100% se habrá cumplido la implementación de la segunda fase de proyecto señalética.	Cronogramas de trabajo. Documento técnico - informe Fotos	Participación local en el cuidado y mantenimiento de la señalética.
Actividades Elaboración de cronograma de recorridos para evaluar la funcionalidad de la señalética turística. Elaboración de informe diagnóstico de la señalética turística. Eliminación de señalética deteriorada o desactualizada. 2.1 Revisión de Manual de	500,00	Cronogramas Informes técnicos Memorándum con resoluciones. Propuesta Actas de aprobación	Se cuenta con presupuesto suficiente para el desarrollo del proyecto.

Señalética del Ministerio de Turismo. 2.2 Priorización de necesidades y ajuste de presupuesto 2.3 Presentación de primera fase. 2.4 Aprobación y asignación de presupuesto para primera fase 2.5 Colocación de letreros de aproximación y de sitios turísticos. 3.1 Revisión de propuesta de señalética 3.2 Priorización de necesidades y ajuste de presupuesto 3.3 Presentación de segunda fase. 3.4 Aprobación y asignación de presupuesto para segunda fase 3.5 Colocación de letreros y pictogramas de servicios y actividades turísticas.	50,00	Asignación de recursos Factura Fotos Propuesta Actas de aprobación	
	3.000,00	Asignación de recursos Factura Fotos	
	50,00		
	1.400,00		
TOTAL	5.000,00		

Descripción de señalética

El presente proyecto se desarrollará en 2 etapas; en la primera se implementarán 8 letreros de sitio, 6 de aproximación y 3 pictogramas con poste. En la segunda se implementarán varios pictogramas con poste y 2 letreros con pictogramas para los servicios turísticos en la represa Sixto Durán Ballén y en el Puerto de Julián.

LETREROS DE SITIO
Entrada al Balneario de Balsa
Colinas del Sol
Fortaleza del Valle
Lagunas de Bijagual
Puerto Dos Bocas
Bosque Protector Primera Piedra
Puerto Julián
Puente Carrizal
Cascada Quimba
Cascada El Aguacate

Los letreros de aproximación no deben colocarse a menos de 300 metros del sitio.

LETREROS DE APROXIMACIÓN
Balneario de Balsa a 1 Km
Lagunas de Bijagual (Ubicado en el ingreso señalando la distancia hacia las lagunas de Bijagual, cascada Quimba y cascada El Aguacate)
Puerto Dos Bocas
Parque Ferroviario
Colinas del Sol (Entrada en vía principal)
En la Represa Sixto Durán Ballén (Señalando la distancia a Membrillo, Dos Bocas, Bosque Protector Primera Piedra, Oasis y Chapulí)

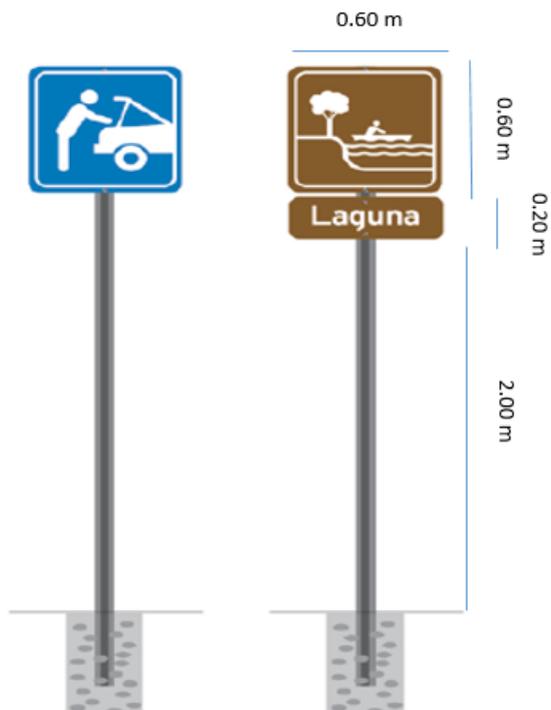
Los pictogramas pueden mostrarse varios dentro de un letrero o individualmente con poste.

PICTOGRAMAS
Artesanías en Barro (Primera fase)
Fortaleza del Valle (Primera fase)
Parque Ferroviario(Primera fase)
Servicios turísticos en el casco urbano (Segunda fase)
Servicios turísticos en el Puerto de Julián (Segunda fase: Paseos en lancha, pesca deportiva, observación de flora y fauna)
Servicios turísticos en la Represa Sixto Durán Ballén (Segunda fase: Paseos en lancha, pesca deportiva, observación de flora y fauna)
Servicios turísticos en Platanales (Segunda fase: alimentación, balneario)

Letreros de Aproximación y de Sitio



Pictogramas con poste



4.8 Implementación de Redes de Turismo Rural Comunitario en el Cantón Bolívar.

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar.

Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo.

Cobertura y localización

Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Beneficiarios

Directos: Comunidades participantes

Indirectos: Población en general

Monto

El monto es \$ 2.100,00

Plazo de ejecución

1 año periodo (2021)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Modelo asociación comunitaria

Subtipo: Turismo comunitario

Análisis de la situación actual

El cantón Bolívar presenta una riqueza natural y cultural muy diversa, por lo que se puede determinar que el territorio contiene un alto potencial para el desarrollo de la actividad turística.

A pesar de esta ponderación del valor intrínseco del territorio se debe señalar que en las distintas parroquias del cantón se han desarrollado emprendimientos direccionados al turismo, pero que no han tenido una proyección efectiva y sostenida para los

consumidores turísticos, por lo que escasamente reciben visitación, ya que se ha generado una comercialización de atractivos o de recursos; por ejemplo, se promocionan solo las Cascadas o Balnearios del cantón, sitios que gozan de una belleza natural y paisajística, pero que no ofrecen servicios permanentes ni generan una oferta diferenciadora de cada comunidad.

Cabe recalcar que conjuntamente a la identificación del potencial turístico del cantón, es determinante establecer qué servicio puede ofrecer cada comunidad de manera individual, aprovechando el recurso natural que posee. Actualmente se carece de una línea de convergencia que le permita a las comunidades valorar sus potencialidades, establecer puntos de diferenciación y proyectarse como un producto integrado, por lo que no se han generado acciones que apunten a la asociatividad y cooperación.

Ante estos factores es importante destacar la necesidad de la implementación de estrategias cooperativas entre las distintas comunidades del cantón, mucho más en aquellas que incursionan o prestan algún tipo de servicio turístico; ello con la finalidad de generar acciones de convergencia y acuerdos comunes que les permita potenciar sus fortalezas y consolidar al cantón como un destino turístico dentro de la provincia de Manabí.

Justificación

La finalidad de las redes de turismo es dinamizar la oferta complementando el producto identitario del cantón, lo que permite crear y consolidar sinergias entre las comunidades que aprovechan sus recursos naturales para la prestación de un servicio turístico.

Por lo que el proyecto permite el fomento turístico, ya que la iniciativa se fundamenta en identificar recursos naturales comunitarios, generar estrategias de diferenciación y promover iniciativas concernientes a la promoción y comercialización del producto consolidado, y a su vez, se orienta a diversificar la oferta con el objetivo motivar una mejor distribución de los flujos turísticos entre los distintos recursos a lo largo del año, lo que permite fortalecer la imagen turística del cantón.

Estos aspectos contribuyen a generar procesos integrales de distribución de la riqueza en el cantón y afianzar estrategias de asociatividad comunitaria y social entre los distintos prestadores locales del cantón Bolívar.

Mercado turístico

En base al estudio de mercado se evidencia una afluencia turística de personas provenientes de las ciudades de Manta, Bahía y Quevedo, siendo en gran medida viajeros que tienen como finalidad visitar amigos y familiares, en otros casos son estudiantes universitarios. Por lo que se considera importante promocionar para generar interés en la visita de sitios turísticos del cantón.

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Dinamizar la economía del Cantón Bolívar a través del diseño y gestión de servicios turísticos.	Para finales del 2021 en un 70% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico.	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo de organismos públicos y privados.
Propósito Implementación de Redes de Turismo rural y comunitario en el cantón Bolívar	Para el primer semestre del 2020 en un 70% se habrán implementado las redes de turismo.	- Informes técnicos de factibilidad de proyectos.	La comunidad aporta consolidación y participación de desarrollo de la propuesta.
Componentes 1. Integrar a las comunidades del cantón Bolívar a través de las redes de turismo.	Para inicios del 2021 en un 70% estarán integradas las comunidades interesadas.	- Listas de asistencia - Fotografías - Firmas actas de compromisos.	Se cuenta con la participación e interés de los líderes y representantes comunitarios.
2. Identificar aspectos diferenciadores de cada comunidad para la generación	Para mediados del 2021 en un 100% las comunidades que conformarán las redes habrán definido servicios diferenciadores.	- Listas de cotejo - Actas de reuniones - Programa de capacitación. - listas de	Apoyo interinstitucional de departamento de turismo municipal y MINTUR.

<p>pertinente de la gestión de servicios y facilidades de cada sitio.</p>		<p>asistencia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía 	
<p>3. Desarrollar plan de manejo para establecer acciones de cooperación y participación en el desarrollo de las redes de turismo.</p>	<p>Para finales del 2021 se habrá implementado el plan de manejo de red de turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico - Convocatorias a socialización. - Acta de reuniones - Fotografías 	<p>Comunidades comprometidas en el desarrollo de la Red de Turismo Rural</p>
<p>Actividades</p> <p>1.1 Socialización de la propuesta a las comunidades del cantón Bolívar.</p> <p>1.2 Identificar líderes comunitarios interesados en la propuesta.</p> <p>1.3 Firmas de actas de compromisos a los interesados</p> <p>1.4 Socialización de cronogramas reunión para consolidar acuerdos.</p> <p>2.1 Levantamiento de información del uso del recurso natural y del servicio que se provee a los visitantes.</p> <p>2.2 Selección de servicios diferenciadores de las comunidades.</p> <p>2.3 Desarrollo de plan de capacitación para</p>	<p>100,00</p> <p>1000,00</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convocatoria - Registro de reuniones - Actas de compromisos - Fotografías - Fichas de observación de recursos y servicios de las comunidades - Aprobación de plan de capacitación 	<p>Se cuenta con el financiamiento y recursos necesarios para la implementación de la propuesta</p>

<p>el fortalecimiento de las redes de turismo comunitario.</p> <p>3.1 Revisión de acuerdos y compromisos entre las comunidades participantes.</p> <p>3.2 Identificación de servicios diferenciadores de cada comunidad.</p> <p>3.3 Diseño de plan de manejo.</p> <p>3.4 Socialización del plan de manejo.</p>	<p>1000,00</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asignación de presupuestos - Contratos - Facturas - Fotografías - Convenios con universidades. - Documentos técnico - Convocatoria - Listas de asistencia - Actas de acuerdos y compromisos. 	
<p>TOTAL</p>	<p>2.100,00</p>		

Plan de capacitación

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Anfitrión turístico comunitario	Implementa protocolos de bienvenida y gestiona reservaciones, horarios y costos de los servicios de en las distintas comunidades.	Los participantes comprenden la importancia del tema y cómo generar un adecuado servicio al cliente.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Participación comunitaria y asociatividad	Orientar y coordinar acciones entre las comunidades a través de la ejercitación de estrategias de consensos, actitud y diálogo positivo y del respeto a los aportes de cada uno, para el desarrollo de la propuesta.	Reconocer la la importancia de la planeación como una forma de organizar los esfuerzos de todos para el desarrollo local, y aplicarán sus conocimientos y herramientas metodológicas para contribuir a la vinculación comunitaria.	Técnicos Mintur GAD Bolívar

4.9 Proyecto Agroturístico Comunitario “Balsa En Medio”

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo

Cobertura y localización

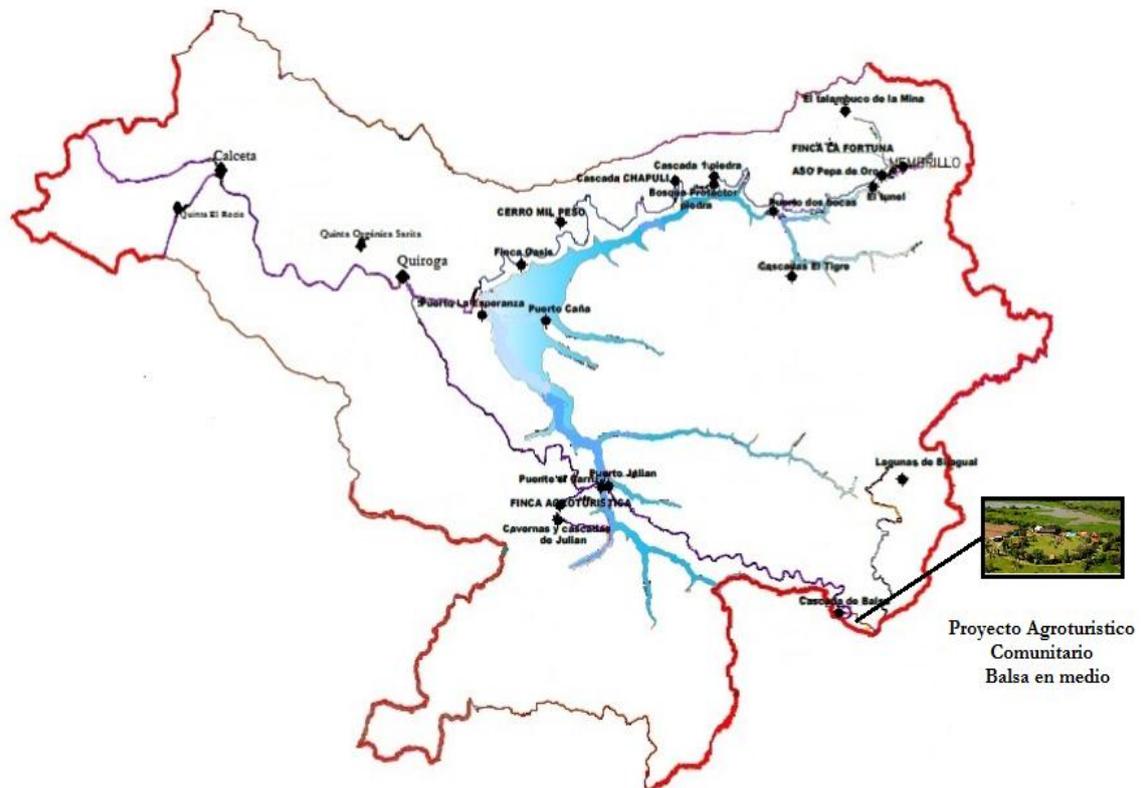
Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Parroquia: Calceta

Comunidad: Balsa en medio

Coordenadas: X 617066.03° Y9890443.81°



Beneficiarios

Directos: Miembros de la Comunidad de Balsa en medio.

Indirectos: Comunidades

Monto

El Monto del proyecto es \$ 90.000,00

Plazo de ejecución

1 años periodo (2020 - 2021)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo
Tipo de proyecto: Turismo Sustentable
Subtipo: Turismo Comunitario

Análisis de la situación actual

La comunidad de Balsa en medio se encuentra ubicada en el sector rural de la parroquia Calceta, sus habitantes se dedican en su mayoría a la agricultura en especial de cacao fino de aroma entre otros productos de consumo local.

Al ingreso de la comunidad se encuentra una ribera de río que es destinada para uso recreativo de locales y visitantes de cantones cercanos como Chone y Pichincha, ya que aquí se observan saltos de agua de uno y dos metros de altura.

En los alrededores del balneario los habitantes de la localidad han edificado construcciones rusticas con materiales del medio para la prestación de servicios de alimentos. Cabe señalar que los emprendimientos establecidos en el sector funcionan de forma irregular, en su mayoría los fines de semana y otros solo en feriados; a pesar del interés de los habitantes del sector en involucrarse y consolidar a la comunidad como un sitio turísticos, estos no han logrado consolidarse como tal, ya que como debilidad permanente está el escaso logro de consensos que les motive a mejorar aspectos de infraestructura, calidad y seguridad del servicio requerida bajo los lineamientos del MINTUR.

Justificación

Los balnearios y cascadas de agua dulce constituyen un interesante atractivo para varios mercados, en las zonas rurales se convierten en una excelente alternativa para el disfrute del tiempo libre.

La mejora e implementación del espacio que sea compatible con la atención y servicio turístico que posee la zona permite que la población adquiera una nueva fuente de ingresos de forma directa e indirecta. Además de que permitirá el fortalecimiento de acciones compatibles con el Turismo Sostenible, ya que conlleva a las comunidades a la adopción de medidas integren el cuidado y recuperación de espacio naturales que están dedicados a la agricultura.

Producto turístico

PROGRAMA	ACTIVIDADES
2 días – 1 noche	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de río (100mts) • Saltos de agua (1 – 2 mts) • Senderismo • Treking • Paseos en caballos • Visitas fincas orgánicas • Paseos en bicicleta • Actividades <ul style="list-style-type: none"> - Interacción con la comunidad - Fogatas nocturnas - Bailes y Amorfinos

Marco lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Dinamizar la economía del Cantón Bolívar a través del diseño, implementación y gestión de servicios turísticos.	Para finales del 2022 en un 70% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico.	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo interinstitucional de organismos del estado.
Propósito Consolidar el complejo de Agroturismo Comunitario en la Comunidad de Balsa en Medio.	Para finales del segundo semestre del 2022 en un 75% se implementará la infraestructura y servicios requeridos en el sector.	- Asignación de recursos. - Socialización de obra. - Actas de entrega y recepción de	Apoyo de prestadores de servicios y habitantes de la comunidad.

		obras.	
Componentes			
1. Implementar la infraestructura y equipos requeridos para la prestación de servicios turísticos.	Para finales del primer semestre del 2022 en un 80% se implementará la infraestructura y servicios requeridos en el sector.	- Convenios interinstitucional - Contratos de construcción. - Cronograma de implementación de obras.	Apoyo de organismos públicos del estado y municipio en establecer las líneas de financiamiento.
2. Identificar prestadores y capacitarlos en diversificación y calidad del servicio turístico en la localidad.	Para el segundo semestre del 2022 en un 90% se contará con los participantes interesados en el proceso de mejora de la calidad de servicios turísticos.	- A Contratos de personal. - Cronograma de capacitación - Convocatorias - Listas de asistencia - Fotografías	Se presentan interesados en la participación de la propuesta.
Actividades			Colaboración de entidades público privadas para la ejecución del proyecto
1.1 Socialización del proyecto y compromiso participativo de Comunidad.			
1.2 Socialización y establecimiento de convenios con organismos públicos para financiamiento.		Documento de contrato y convenios	
1.3 Construcción y equipamiento de 1 Cabañas de recepción, 4 cabañas de Alojamiento, menaje de camas y Baterías Sanitarias.	50.000,00	Recepción de bienes Reglamento de uso de equipos e implementación de infraestructura	
1.3 Construcción y equipamiento de Cabaña restaurante y menaje.	15.000,00	Acuerdo de compromisos	
1.4 Construcción			

de 2 Baterías Sanitarias	10.000,00		
1.5 Construcción de senderos.	3.000,00		
1.6 Adquisición de Equipamiento de actividades recreativas (bicicletas de montañas, binoculares, bastones para caminata)	10.000,00		
1.7 Establecimiento de acuerdos y normas de organización y administración.		Fotos, nómina de asistencia a socialización	
2.1 Elaboración de cronograma de capacitaciones.		Cronograma de capacitaciones	
2.2 Contratación de personal para capacitación.		Planificación de talleres	
2.3 Organización de logística por fechas y recursos.		Fotos, listas de participantes	
2.4 Ejecución de capacitaciones.	2.000,00		
	90.000,00		

Plan de capacitación

Taller	Objetivos	Resultados	Nº Horas
Gestión y Administración de Emprendimientos Turísticos	Conocer lineamientos de la gestión de emprendimientos turísticos para el fortalecimiento de habilidades y capacidades de gestores y futuros emprendedores.	Los participantes identifican estrategias innovadoras que permitan mejorar la calidad del servicio y promocionar la actividad turística.	10

4.10 PROYECTO GLAMPING COMUNITARIO “DOS BOCAS”

Entidad ejecutora

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Cobertura y localización

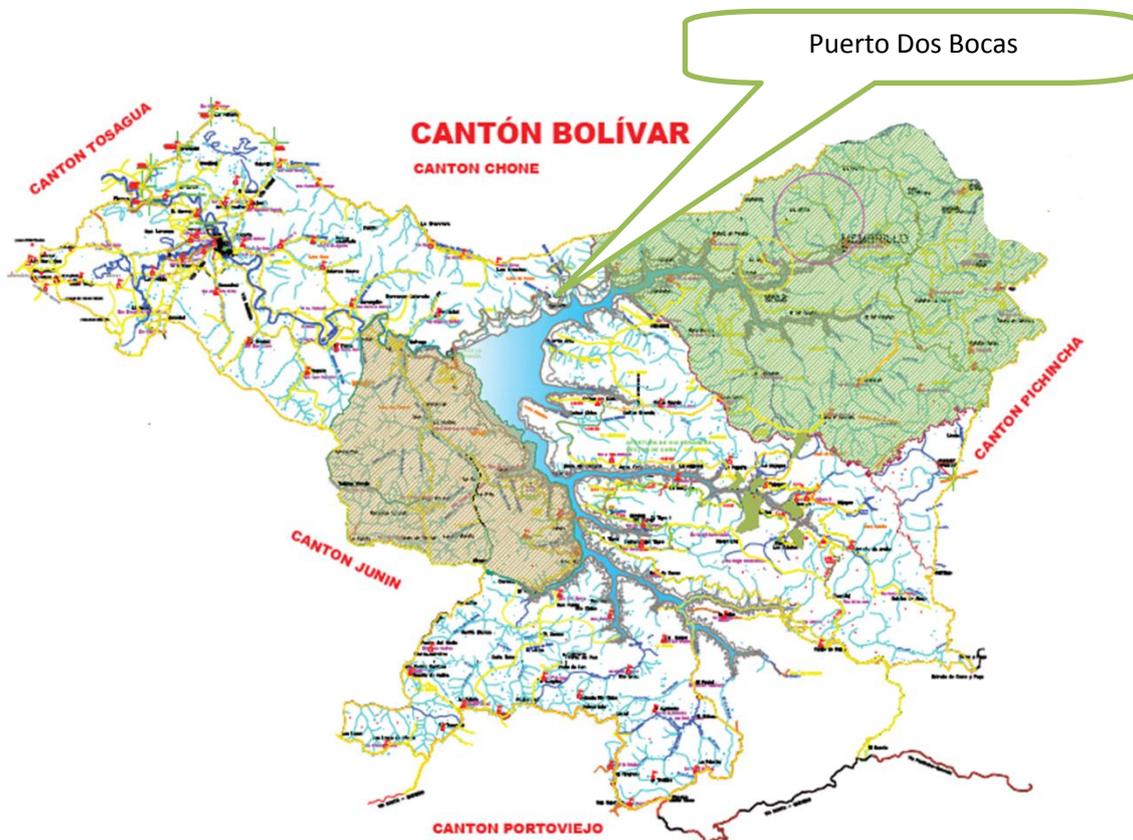
Provincia: Manabí

Cantón: Bolívar

Parroquia: Membrillo

Comunidad: Dos Bocas

Coordenadas: X 0.615321.86° Y 9904704.07°



Beneficiarios

Directos: Habitantes de la comunidad Dos Bocas
Lancheros de la Comunidad de Dos Bocas.

Indirectos: Habitantes de la Parroquia Membrillo.

Monto

El monto del Proyecto es \$ 39.000,00

Plazo de ejecución

1 año periodo (2022)

Sector y tipo del proyecto

Sector: Turismo

Tipo de Proyecto: Turismo de Aventura

Subtipo: Espacios de recreación

Análisis de la situación actual

El Puerto Dos Bocas pertenece a la parroquia Membrillo; es utilizado por los dueños de lanchas para ofrecer servicio de transporte y movilidad fluvial de los pobladores de las comunidades que se encuentran sin conectividad vial. Otra actividad importante es que en sus alrededores se realiza pesca artesanal.

Esta zona cuenta con un pintoresco paisaje rodeado de naturaleza y tranquilidad; sin embargo, pese al potencial turístico que tiene no cuenta con emprendimientos ni servicios turísticos.

Justificación

A nivel mundial los espejos de agua son recursos con grandes potencialidades turísticas y muy versátiles. El puerto Dos Bocas en uno de los brazos de la represa Sixto Durán Ballén en el cantón Bolívar presenta características paisajísticas, flora y fauna muy atractivas que pueden generar altas expectativas.

El glamping una nueva tendencia hotelera en la cual se prioriza la confort. El concepto nace de combinar glamour con campin; lo cual implica contacto con la naturaleza, pero con todas las comodidades necesarias. Esta modalidad está en franco crecimiento a nivel mundial, debido a su interesante combinación de aventura, naturaleza y la emoción de viajar, pero sin renunciar a los beneficios de un hotel de primera clase.

Producto turístico

PROGRAMA	ACTIVIDADES
2 días – 1 noche	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de río (100mts) • Senderismo • Treking • Visita a Cascada Primera Piedra y El Tigre • Visita al Bosque Protector Primera Piedra • Visitas fincas orgánicas • Visita a la Asociación de Cacao Fino de Aroma Pepa de Oro • Paseos en bicicleta • Actividades <ul style="list-style-type: none"> - Interacción con la comunidad - Fogatas nocturnas - Bailes y Amorfinos

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores de verificación	Medios de Verificación	Supuestos
Fin Dinamizar la economía del Cantón Bolívar a través del diseño, implementación y gestión de servicios turísticos.	Para finales del 2022 en un 70% se evidenciará el mejoramiento de la calidad del servicio turístico.	- Encuestas - Análisis estadísticos - Informes técnicos	Apoyo interinstitucional de organismos del estado.
Propósito Consolidar el servicio de Glampling en el puerto Dos Bocas del cantón Bolívar	Para el primer semestre del 2022 en un 75% se implementará la infraestructura y servicios requeridos en el sector.	- Asignación de recursos. - Socialización de obra. - Actas de entrega y recepción de obras.	Apoyo de prestadores de servicios y habitantes de la comunidad.

<p>Componentes</p> <p>1. Implementar la infraestructura y equipos requeridos para la prestación de servicios turísticos.</p>	<p>Para el segundo semestre del 2021 en un 80% se implementará la infraestructura y servicios requeridos en el sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios interinstitucional - Contratos de construcción. - Cronograma de implementación de obras. 	<p>Apoyo de organismos públicos del estado y municipio en establecer las líneas de financiamiento .</p>
<p>2. Identificar prestadores y capacitarlos en diversificación y calidad del servicio turístico en la localidad.</p>	<p>Para el primer semestre del 2022 en un 90% se contará con los participantes interesados en el proceso de mejora de la calidad de servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A Contratos de personal. - Cronograma de capacitación - Convocatorias - Listas de asistencia - Fotografías 	<p>Se presentan interesados en la participación de la propuesta.</p>
<p>Actividades</p> <p>1.1 Socialización del proyecto y compromiso participativo de Comunidad.</p> <p>1.2 Socialización y establecimiento de convenios con organismos públicos para financiamiento.</p> <p>1.3 Construcción y equipamiento de 4 eco domos para glamping</p> <p>1.3 Construcción y equipamiento de Cabaña restaurante</p> <p>1.4 Construcción de 2 Baterías Sanitarias</p> <p>1.5 Construcción de senderos.</p> <p>1.6 Adquisición de</p>	<p>5.000,00</p> <p>15.000,00</p> <p>10.000,00</p> <p>3.000,00</p> <p>5.000,00</p>	<p>Documento de contrato y convenios</p> <p>Recepción de bienes</p> <p>Reglamento de uso de equipos e implementación de infraestructura</p> <p>Acuerdo de compromisos</p>	<p>Colaboración de entidades público privadas para la ejecución del proyecto</p>

Equipamiento de actividades recreativas (bicicletas de montañas, binoculares, cañas de pescar) 1.7 Establecimiento de acuerdos y normas de organización y administración. 2.1 Elaboración de cronograma de capacitaciones. 2.2 Contratación de personal para capacitación. 2.3 Organización de logística por fechas y recursos. 2.4 Ejecución de capacitaciones.	1.000,00	Fotos, nómina de asistencia a socialización Cronograma de capacitaciones Planificación de talleres Fotos, listas de participantes	
TOTAL	39.000,00		

Plan de capacitación

Talleres	Objetivos	Resultado	Responsable
Flora y fauna de ambientes lacustres	Conocer técnicamente las especies de flora y fauna que presentes en la Represa Sixto Durán Ballén	Los participantes identifican las especies de flora y fauna y comprende la relación de las especies con el sistema lacustre.	Técnicos MAE GAD Bolívar
Técnicas de guianza turística	Aplicar técnicas de guianza turística en recorridos ecoturísticos.	Los participantes demostrarán habilidades para manejar grupos e interpretación de la naturaleza.	Técnicos Mintur GAD Bolívar
Gestión y Administración de Emprendimientos Turísticos	Conocer lineamientos de la gestión de emprendimientos turísticos para el fortalecimiento de habilidades y capacidades de gestores y futuros emprendedores.	Los participantes identifican estrategias innovadoras que permitan mejorar la calidad del servicio y promover la actividad turística.	Técnicos Mintur GAD Bolívar

Modelo de Implemento sugerido.



5. Bibliografía

- Aguiló, E., (1996). *La investigación en el ámbito de la Política Turística*. p. 33. Instituto de Estudios Turísticos Secretaria General de Turismo.
- Armijos. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. CEPAL.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación.
- Bardeh, E. (1998). *Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas*. p. 38. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Boullón, R. (2009). *Los municipios turísticos*. México: Trillas.
- Cánoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). *Políticas Públicas, Turismo Rural y Sostenibilidad: Difícil Equilibrio*. p. 212. España: Universidad Santiago de Compostela.
- Capece, G. (2014). *Política turística: metodología para su concepción y diseño*. Fundación Proturismo.
- Chías, J. (2005) *El Negocio De La Felicidad. Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*, Prentice Hall – Financial Times, Madrid
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Artículo 3 Numeral 6. Montecristi: República del Ecuador.
- ECOTRANS (1995) *Manual para la mejora de la Calidad Ambiental en los Municipios Turísticos*.
- Flores, D., (2008). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche*.
- GAD Bolívar. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar*. Calceta.

- GAD Parroquial Rural Membrillo (2015). Actualización de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Membrillo 2015 - 2019, segunda edición*
- Gavilanes, R. V. (2009). Hacia una nueva definición del concepto "política pública". Desafíos, 149-187.*
- González J., Téllez, L., (2015). El papel del Municipio*
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). Introducción al Turismo. México: Grupo Editorial Patria.*
- IICA. (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales. Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.*
- Jafari, J. (1973). Role of tourism on socio-economic transformation of developing countries.*
- Lillo, A., Rodríguez, A. R., & Jiménez, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Cuadernos de Turismo, 47-69.*
- Maldonado, G. (2008). Descentralización del turismo en Ecuador, el caso de los municipios de Ibarra y Manta.*
- MINTUR, (2017). Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos turísticos y generación de espacios turísticos del Ecuador.*
- MINTUR. (2018). Turismo en Cifras. Recuperado el 2018, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>*
- Mochón, F. (2004). Economía y Turismo. Madrid: Mc Graw Hill. Interamericana de España, 2004.*
- Monteserín, O. (2008). Turismo y Desarrollo Territorial: Los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.*

- Navarro, M. O. (2005). *Políticas de empleo en la planificación Turística Local de Ecuador. Herramientas para su formulación. Santiago de Chile: Naciones Unidas.*
- OMT (1994): *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics, OMT, Madrid.*
- OMT (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Edición para América Latina y el Caribe. OMT, Madrid, España.*
- OMT (2000) *Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos Exitosos. México*
- OMT. (2005). *Desarrollo Sostenible del Ecoturismo: Una compilación de buenas prácticas en la PYME. OMT.*
- OMT (2011) *Proceso Planificación Estratégica*
- OMT. (2017). *El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el. UNWTO, 2.*
- PNUD Argentina. (2005). *Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar. p. 23. Argentina.*
- Perera & Betancourt. (2016) *Sistemas de articulación de actores integrados en el desarrollo de la actividad turística*
- Porrás, D. (2015). *De la Planificación Territorial a las estrategias de dinamización y desarrollo turístico sostenible. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.*
- Rivera, M. (2010). *Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: Aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación. Andalucía: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía.*
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel. p. 224*
- Secretaría General de Turismo de España. (2004). *Estudios de Productos Turísticos: El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso. Madrid: U.T.E. Antar-Ecotono.*
- SECO. (2015) *Secuencia de desarrollo de un producto turístico*

- SECTUR. (2003). Planeación y Gestión del Territorio Turístico Municipal. Manual, México.*
- Solaris, V., & Pérez, M. (2005). Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. Economía y Sociedad volúmen 15, 49-64.*
- Tapia, G. (2017). Turismo Sostenible. p. 9. Argentina: BID.*
- UNCTAD, (2016). Revisión de la Política de Exportación y Plan de Acción de Productos Verdes del Ecuador: Status de la implementación. Conferencia de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas del 4 de febrero del 2016.*
- Vignati, F. (2009). Gestión de Destinos Turísticos: cómo atraer personas a polos, ciudades y países. p. 57. México: Trillas.*
- Wallingre, N. (2014). Turismo, territorio y municipio. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.*
- World Travel & Tourism Council. (2015). Tendencias de talento global y problemas para el sector de viajes y turismo. London: Oxford Economics.*
- Zamorano, F. (2008). Turismo Alternativo, México: Trillas.*
- Zuñiga, L., (2018). Suma de esfuerzos en la cadena de valor del turismo. Periódico Digital VayartaOpina, publicación 2 de febrero 2018.*

6. ANEXOS

ANEXO 1

FICHA DE GEOREFERENCIACIÓN DE ATRCTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

SITIO TUNEL DE MEMBRILLO		(1)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 618542	Y: 9905850	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 93 msnm	
BARÓMETRO: 1008hPa	FECHA Y HORA: 17/10/2017 10H00	
<p>OBSERVACIONES.</p> <p>El Túnel está ubicado a 47 km de la Cabecera cantonal de Calceta y a 2 km de la Parroquia Membrillo cuya vía es accesible hasta el lugar es a través de un camino lastrado y donde se puede observar especies de árboles de Bosque Seco como acacias y algarrobos.</p> <p>El sitio consiste en un dique de 18 km utilizado para el transporte de agua de la Represa Esperanza uniéndose estas aguas con el Río Rancho de Palo y Carrizal.</p> <p>Los habitantes del sector realizan caminatas al interior del túnel con el interés de explorar, por ello se organizan encuentros para realizar esta actividad, manteniéndose una comunicación permanente con los operarios de la compuerta para establecer parámetros de seguridad.</p> <p>Es muy concurrido en carnaval ya que el incremento del agua despeja los lechuguines permitiendo la formación de playa de río utilizada para el esparcimiento de los visitantes locales, también se realizan actividades competitivas como natación, pesca deportiva y regatas.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Luis Intriago	GAD Parroquial Membrillo	0996826270

Fotografías



SITIO COMPLEJO DE CASCADA LA MINA		(2)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 068871.88	Y: 9907668.64	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 128 msnm	
BARÓMETRO: 1011hPa	FECHA Y HORA: 17/10/2017 11H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicado en el sitio La Mina a 5 km de la Parroquia Membrillo, cuyo acceso vial comprende un camino lastrado, en el cual se observan fincas de cítricos y cacao.</p> <p>El sitio está constituido por varias caídas de agua que forman un complejo de 5 saltos de aguas, las cuales tienen una altura promedio de 5 a 8m y ancho 3 a 4m, su caudal es permanente, durante todo el recorrido del agua se observa pisos rocosas, y formaciones de talambuco.</p> <p>El sector es visitados con personas de la localidad en el verano ya que la vía es accesible carece de servicios turísticos. Pero cuando se observa que llegan visitantes, los habitantes de la localidad ofertan servicio de alimento.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Pedro Moreira	Habitante de la comunidad	0984689480

Fotografías



SITIO FINCA LA FORTUNA (3)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 619710.74	Y: 9906574.57	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 150 msnm	
BARÓMETRO: 1005hPa	FECHA Y HORA: 17/10/2017 13H00	
OBSERVACIONES.		
<p>La Fortuna es una finca orgánica que comprende 25 has. De las cuales 10 has. Están destinadas a la conservación de Bosque Primario, se encuentra a 1 km de la Parroquia Membrillo.</p> <p>El principal producto de cultivo es el cacao fino de aroma, otros productos que se cultivan en el sector son el café, naranja, mandarina. La finca forma parte de la Asociación La Pepa de Oro.</p> <p>El sector está dominado por el Bosque Húmedo Tropical por lo que se observa gran cantidad de bromelias, heliconias y helechos que crecen junto a los cultivos de cacao y cítrico; generando un ecosistema singular y la apreciación de nichos ecológicos diversos.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Dumar Dagoberto Moreira	Propietario	0983299246

Fotografías



SITIO DOS BOCAS (4)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 615145.51	Y: 9904987.86	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 135 msnm	
BARÓMETRO: 1007hPa	FECHA Y HORA: 18/10/2017 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Es una comunidad ubicada a 5 km. de la Parroquia Membrillo, cuyo tiempo de llegada es de 10 minutos.</p> <p>Dos Bocas es una comunidad en la cual se ha asignado uno puerto de río de la Represa Sixto Durán Ballén, en el cual se ofrece el servicio de transporte fluvial contando con 1 gabarra de servicio comunitario, con 12 canoeros y 25 lanchas los cuales permiten la comunicación con las comunidades como El Tigre, Camote, Cañas, entre otras</p> <p>El sitio es mantiene una diversidad de especies de aves, y una belleza paisajística dada a partir de las elevaciones montañosas que hay en los alrededores. Se destaca que en el lugar se puede realizar actividades de observación de aves y pesca deportiva.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Ramón Vargas	Canoero de Dos Bocas	0998602105

Fotografías



SITIO CASCADA EL TIGRE		(5)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 613434.64	Y: 9903356.70	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 122 msnm	
BARÓMETRO: 1012hPa	FECHA Y HORA: 18/10/2017 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada en la Comunidad del Tigre a 39 km de la cabecera cantonal Calceta. El recurso se encuentra en propiedad privada tiene una altura de 8m, ancho 4m, su caudal de agua es permanente durante todo el año.</p> <p>Se encuentra rodeado de vegetación bosque húmedo tropical (bromelias, heliconias, helechos, entre otros.) y afectado por la actividad agrícola. El atractivo se puede disfrutar durante todo el año.</p> <p>El atractivo puede disfrutarse durante todo el año, pero en la actualidad es utilizado por la comunidad local en días feriados.</p> <p>Entre las actividades potenciales que se pueden realizar en el sector están los deportes de aventuras como escalada y espeleología (río abajo), caminatas, paseos a caballo, visitas guiadas, observación de flora fauna, camping.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Tito Bravo Saltos	Propietario de Finca	0987113585

Fotografías



SITIO: ASOCIACIÓN ARTESANAL LA PEPA DE ORO (6)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 618609.26	Y: 9906112.95	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 110 msnm	
BARÓMETRO: 1007hPa	FECHA Y HORA: 18/10/2017 17H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada a 2 km. de la Parroquia Membrillo, esta es una asociación Agro – Artesanal destinada como centro de acopio de cacao fino de aroma, integrando a la mayoría de los agricultores y productores de cacao para mejorar la producción, dar valor agregado.</p> <p>La Asociación es una de las principales productoras del mejor cacao fino y de aroma de la región, así como su producción de cítricos.</p> <p>La Asociación junto a la Asociación Piedra de Plata de Pichincha, se han convertido en un bloque fuerte para la exportación de la pepa de cacao.</p> <p>Con esta potencialidad ambas asociaciones están trabajando en la elaboración un Proyecto Turístico del “corredor del cacao nacional ancestral” que empieza desde la comunidad de la liza, habilla pasando por la mina de Membrillo, subiendo por la contra y luego adentrándose al valle de piedra de plata con plantaciones de cacao de más de 100 años de edad.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Luis Intriago	Gerente	0996826270

Fotografías



SITIO BOSQUE PROTECTOR PRIMERA PIEDRA		(7)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 610942 m E	Y: 9906018 m S	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 118 msnm	
BARÓMETRO: 1013hPa	FECHA Y HORA: 18/02/2018 10H30	
OBSERVACIONES.		
<p>Se encuentra ubicada a 32 km de la cabecera cantonal Calceta, el Bosque Primera Piedra tiene una extensión de 35 km de extensión (áreas protegidas de mayor extensión en el cantón) consiste en un ecosistema de bosque húmedo tropical que es reconocido por poseer altos índices de biodiversidad.</p> <p>La vegetación se encuentra en estado de conservación, por lo que la humedad y el calor favorecen un rápido reciclaje de los nutrientes: hongos, microorganismos e insectos descomponen con rapidez los materiales muertos y los vuelven a integrar a la cadena de nutrientes que toman las plantas.</p> <p>El sitio está identificado como Bosque Protector ya que posee la Declaratoria a través del Programa Socio Bosque. El sitio no cuentan con estudios sobre la flora y fauna que contribuyan a definir las potencialidades turísticas del bosque y su área de influencia.</p> <p>Cabe mencionar que en las coordenadas X: 611571,1 Y: 9907012,0 Z191, se pueden encontrar una serie de cascadas que se forman en la temporada de lluvias en el sector.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Francisco de la Cruz	Propietario	0997578868

Fotografías



SITIO CASCADA PRIMERA PIEDRA		(8)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 611773	Y: 9906551	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 185 msnm	
BARÓMETRO: 1008 pHa	FECHA Y HORA: 19/10/2017 14H20	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada en el sector de Primera Piedra, se encuentra ubicada a 32 km. de la cabecera cantonal Calceta, cuyo ingreso está al lado izquierdo de la vía a Membrillo.</p> <p>La cascada tiene una altura de ocho m, y un ancho de dos m, su caudal es permanente, se encuentra rodeado de vegetación bosque húmedo tropical (brómelias, heliconias, helechos, entre otros.)</p> <p>Es parte del Bosque Primario Protegido Primera Piedra cuyo caudal procede del bosque, formando dos caídas de agua y dotando de agua a 3 estanques formados por persona de la comunidad</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
William Perdomo	Habitante de la comunidad	0967164355

Fotografías



SITIO CASCADA CHAPULI		(9)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 610942	Y: 9906018	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 95 msnm	
BARÓMETRO: 1007 pHa	FECHA Y HORA: 19/10/2017 14H40	
OBSERVACIONES.		
<p>Se encuentra ubicada a 26 kms de la cabecera cantonal Calceta, tiene una altura de 15mt, ancho tres mts, su caudal de agua no es permanente, aumentando el flujo de agua en los meses de estación lluviosa.</p> <p>El atractivo mantiene un ambiente rustico rural que puede disfrutarse durante todo el año, en la actualidad es utilizado por la comunidad local, demandado durante los días feriados por parte de la comunidad, quienes se organizan para ofrecer servicios de gastronomía tradicional.</p> <p>Las vías de es de doble riego y se encuentra en buenas condiciones, no existe señalización vial, ni turística. Los medios utilizados para poder acceder a la cascada es de manera terrestre, el tipo de transporte es el bus y las camionetas, motos.</p> <p>Cabe señalar que en la última época invernal el sitio se vio afectado, dificultando el acceso hasta la cascada que toma unos 5 minutos caminando desde la carretera principal.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Dolores Ganchozo Bravo	Habitante del sector	0986431063

Fotografías



SITIO REPRESA "SIXTO DURAN BALLÉN"		(10)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 602811	Y: 9901909	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 61 msnm	
BARÓMETRO: 1007 pHa	FECHA Y HORA: 20/10/2017 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>La Represa la Sixto Duran Ballén se encuentra dentro de la categoría manifestaciones culturales, es de tipo realizaciones técnicas y científicas y de subtipo obras técnicas.</p> <p>Fue construida con el propósito de almacenar agua y producir energía eléctrica, almacena aproximadamente 450000000 m3 de agua, proporcionando agua a todo el cantón un ordenamiento en la distribución de agua por medio de canales de riego a distintos sitios de la zona. Es de construcción moderna, íntegramente de cemento, hierro y equipamiento tecnológico propio de este tipo de construcción.</p> <p>El área de construcción de la presa es de 47 m. de altura sobre la cava del río Carrizal con una longitud de 700 m., soportan un núcleo arcilloso con un filtro de dren para recoger las pequeñas filtraciones que se pudieron haberse producido durante el proceso de construcción y posteriormente durante la fase de explotación del embalse.</p> <p>El represa permite genera una oportunidad de producción pesquera para los comuneros de la zona dedicados a esta actividad siendo muy usual la pesca de dama y tilapia.</p> <p>La temporalidad de acceso es de todo el año, durante las 24 horas al día preferiblemente en días feriados. Dentro de la represa se identifican tres puertos ubicados en distintas zonas como Puerto La Esperanza, Puerto Caña, Puerto Dos Bocas y el Puerto de Julián. El sitio tiene potencial para desarrollar actividades como pesca deportiva, deportes de aventura como Kayak, competencias deportivas como regatas, Caminatas, paseos en bote/Lancha, paseos a caballo, visitas guiadas, observación de Flora y/o Fauna, gastronomía, eventos programados, camping, ciclismo/Bicicleta de montaña.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Abel Chávez	Administrador Represa	0997000392



SITIO CASCADAS DE JULIÁN		(11)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 606181.64	Y: 9893933.34	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 113 msnm	
BARÓMETRO: 1008pHa	FECHA Y HORA: 04/11/2017 09H38	
OBSERVACIONES.		
<p>Consiste en un complejo de cavernas que cuenta con una caída de agua de aproximadamente cuatro metros de altura, formando finalmente una pequeña piscina natural de agua cristalina, río abajo el agua se filtra por formaciones rocosas o cuevas. El sitio puede ser visitado para realizar actividades de caminatas, escaladas, espeleología.</p> <p>Por la belleza paisajística es muy propicia para realizar otras actividades como camping y del aire libre. Entre los árboles maderables más representativas están: Guachapelí, guasmo, pasto, palmas, mate, entre su fauna se puede encontrar colibríes, mariposas, lechuzas, turrengas, frejoleras, carpinteros y platanera.</p> <p>La vía es lastrada y se encuentra en malas condiciones, posee señalización turística en estado de deterioro. En el sitio ofrece servicios de Alojamiento en finca agroturística y de alimentación.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Eduardo Velásquez	Propietario Finca Agroturística	0982881440 - 3025175
Sandra Rodríguez	Propietaria Servicios Alimento	053025008
María Loor	Propietaria Servicios Alimento	0959290218

Fotografías



SITIO LAGUNAS DE BIJAHUAL		(12)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 619725	Y: 9895401	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 179 msnm	
BARÓMETRO: 1009pHa	FECHA Y HORA: 10/12/2017 13H50	
OBSERVACIONES.		
<p>Las lagunas se encuentran ubicadas en la comunidad de Bijahual, se ingresa en el km 30 más 300 m. Vía Pichincha, y a partir de este tramo se demora 45 minutos de carretera sinuosa (X: 613440 Y: 9890940 A: 132) (X: 618934 Y: 9890012 A: 253).</p> <p>El sitio comprende de dos lagunas profundas se presumen de origen volcánico. A pesar que no se han hecho estudios de suelo y de las condiciones geográficas y climatológicas del sitio, pero en investigaciones académicas consultadas señalan que son cráteres de volcanes inactivos los cuales de forma natural se han convertido en reservorios de aguas subterráneas, cuyo mayor nivel se da con la intensidad de los inviernos, y donde según a los lugareños se pueden encontrar diferente especies de tortugas de agua dulce.</p> <p>Actualmente las lagunas se encuentran dentro de áreas agrícolas y ganaderas, por lo que se evidencia la deforestación del área y el escaso mantenimiento ya que se encuentra cubiertas de pajonales. El sitio mantiene una riqueza cultural muy viva por las leyendas que se detallan el origen de las lagunas; aspecto que lo hace el principal atractivo, pues el sitio no ha sido utilizado para explotación de pesca alguna o para el desarrollo de actividades turísticas. Cabe señalar que se evidencia presencia de bromelias signo de ser un bosque húmedo, que ha perdido su bosque primario, siendo observables pequeños remanentes de bosque secundario y deslaves en las riveras del camino.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Juan Carlos Moreira	Guía Local	0983764691

Fotografías



SITIO PUENTE CARRIZAL		(13)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 607906.94	Y: 9895114.14	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 59 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 19/11/2017 08H05	
OBSERVACIONES.		
<p>El puente de Julián ubicado a 26 km. de la Cabecera Cantonal de Calceta vía Quiroga Pichincha posee 100 metros de altura y una extensión de 230 metros.</p> <p>En el sitio se observa una gran belleza paisajística por las cadenas montañosas que lo rodean y el curso del río Carrizal.</p> <p>El puente tiene áreas de para la observación del entorno en ambos extremos, característica que le genera el potencial para el desarrollo de actividades deportivas como jumping, observación de aves y fotografía.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Juan Carlos Moreira	Guía Local	0983764691



SITIO: BALNEARIO DE Balsa		(14)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 0617117.09	Y: 9890539.38	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 119 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 19/12/2017 14H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Se encuentra ubicada a 28 km. de la Cabecera cantonal de Calceta, en este atractivo natural se puede apreciar una caídas de agua menores de metro y medio de altura, en el transcurso del río se hacen pequeños pozos de agua y áreas de descanso que permiten definirlo como playa de río.</p> <p>El ingreso se da por la comunidad de Balsa tiene la siguiente coordenada (X: 067127.98 Y: 9890909 A: 147).</p> <p>En los alrededores de la zona se desarrollan actividades agrícolas y de extracción de piedra.</p> <p>El mayor caudal se da en el mes de febrero hasta el mes de abril, se debe destacar que el área no presenta infraestructura para promover servicios turísticos, pero a mayor afluencia de visitantes se generan una serie de emprendimientos que ofrecen servicio de alimentos.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
José Pita	Habitante comunidad	0939602614
Ángel Almeida	Presidente Comunitario	

Fotografías



SITIO CASCADA DE MORMIUNDA		(15)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 603544.04	Y: 9895015.80	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 188 msnm	
BARÓMETRO: 1011pHa	FECHA Y HORA: 21/03/2018 11H20	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicado en la comunidad La Pita a 20 km de Calceta en la vía Quiroga – Pichincha; para llegar al sitio desde el ingreso a la comunidad (X: 603851 Y: 9896423) se transita por una vía lastrada de 3 km. la cual permanece en buenas condiciones. La Cascada tiene una altura de 16 metros, en la cual la caída de agua no es continua, ya que por acción de erosión natural se han formado 2 piscina que irrumpen la caída de agua.</p> <p>Para llegar al sitio desde la entrada del camino lastrado se debe caminar aproximadamente 30 minutos en dirección al cerro Mormiunda, en el trayecto se pueden encontrar fincas agrícolas y ganaderas, además que se observan espacios de Bosque Húmedo Tropical.</p> <p>La Cascada se halla en un remanente de Bosque que contiene agua de vertientes, las cuales alimentan la cascada, esta aparece en los meses de época lluviosa desde enero hasta junio. En el sitio no se han realizado estudios del potencial turístico de la zona necesarios para establecer el tipo actividades turísticas que se podrían desarrollar.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Diemen Moreira	Inspector Municipal	0996600035
ArminTalledo	Junta Parroquial de Quiroga	0994525050

Fotografías



SITIO BALNEARIO PLATANALES		(16)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 594707	Y: 9905943	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 25 msnm	
BARÓMETRO: 1006 pHa	FECHA Y HORA: 17/02/2018 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicado a 1 km. desde la Plaza Cívica de Calceta.</p> <p>El Balneario de Agua Dulce que posee un ancho del río de 15 – 17 m., el agua se presenta de color verde oscuro, con una transparencia media.</p> <p>Los meses de mayor afluencia de visitantes comprende los meses de febrero, marzo, octubre y noviembre. El sitio cuenta con servicios básicos, y con emprendimientos de servicio de alimentos donde se promociona la gastronomía del cantón.</p> <p>En el sitio se desarrollan actividades sociales y culturales como son: las festividades de carnaval y es el sitio de termino de competencias realizadas en el Festival del Balsero.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Horacio Almeida	Presidente Comunidad	0996826270

Fotografías



SITIO QUINTA EL ROCIO (17)

CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA
X: 591595.05	Y: 9905142.05
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 32 msnm
BARÓMETRO: 1007 pHa	FECHA Y HORA: 22/12/2017; 10H00

OBSERVACIONES.

Comprende un área natural con una extensión de 14 hectáreas en la cual se encuentran 5 lagos artificiales; originalmente es considerado un humedal cuya calidad de agua es buena; se pueden pescar chame, tilapia y camarones; también se encuentran variedad de aves patos de ciénagas. Hay plantaciones de pachaco, teca, coco, mango, entre otras.

El sitio se encuentra en el km 1 172 vía a Junín ofrece servicio de restaurante, bar cafetería. Además se pueden realizar actividades como senderismo, camping, pesca y disfrutar de las áreas de descanso.

PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Sandra Zamora	Propietaria	0986644114 - 0978755821



SITIO QUINTA ORGÁNICA SARITA		(18)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 598489	Y: 9903744	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 61 msnm	
BARÓMETRO: 1008pHa	FECHA Y HORA: 22/12/2017: 11H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicado en el Sitio San Miguel de Sarampión (X: 598503; Y: 9902944), vía a Quiroga.</p> <p>La finca posee 8 hectáreas en las cuales se puede identificar el bosque de alimento, parcela de madera sostenible y áreas de animales; se realizan actividades de agricultura orgánica y conservación y aplicación de conocimiento ancestrales en el cultivo de productos de la zona como el cacao.</p> <p>Posee áreas de alojamiento ecológico, uso de energías alternativas, tratamiento de agua grises y desechos sólidos; y se pueden realizar actividades como: pesca artesanal en el río, observación de aves, talleres de alfarería, prácticas de cosechas, entre otras.</p>		
PERSONAS	MAIL Y TELÉFONO	
ServioPachard	Propietario	
	088903902	

Fotografías



SITIO CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE		(19)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593747	Y: 9907247	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 30 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 20/12/2017; 10H15	
OBSERVACIONES.		
<p>Fortaleza del Valle produce y comercializa cacao “fino de aroma” con Denominación de Origen, considerado el mejor del mundo y muy cotizado por las grandes corporaciones chocolateras. El manejo del cacao se realiza a través de un riguroso sistema agroforestal y un exhaustivo control de calidad en la planta de proceso que garantiza su exquisito aroma y sabor suave y floral.</p> <p>En la actualidad se cuenta con una superficie de 17 000 hectáreas en sistemas agroforestales que contribuyen a la conservación de la biodiversidad y el ambiente.</p> <p>La principal función de esta corporación es la recepción, almacenamiento, secado, fermentación y derivados de la materia para la comercialización a distintos destinos de Unión Europea.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Lidia Zambrano	Gerente	0987166299

Fotografías



SITIO FINCA AGROTURISTICA OASIS		(20)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 604761	Y: 9903052	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 98 msnm	
BARÓMETRO: 1008pHa	FECHA Y HORA: 20/04/2018	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada a 18 km. desde Calceta, por la vía a Membrillo, el atractivo tiene 30 has. de extensión, cuya propiedad está destinada para la producción agrícola de mangos de exportación y plátano para el consumo local.</p> <p>Por estar situado en las riberas de la Represa Sixto Durán Ballén tiene características naturales para el desarrollo propicio de actividades concernientes al turismo de naturaleza, posee implementos para realizar actividades como kayak y remo. Además se puede desarrollar otras actividades como observación de aves y pesca deportiva.</p> <p>Cabe señalar que el sitio posee un área de alojamiento tipo albergue con camas de cujas, además posee un área para la preparación de alimentos para los visitantes que deseen preparar sus alimentos, trapiche de caña, y áreas destinadas para el cultivo.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Sarmineto	Propietario	0985423814

Fotografías



SITIO FINCA AGROTURISTICA JULIÁN (21)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 606271.76	Y: 989440.03	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 195 msnm	
BARÓMETRO: 1009pha	FECHA Y HORA: 12/11/2017	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada a 34,5 km de la Cabecera Cantonal de Calceta, por la Vía Quiroga Pichincha, en la cual se procede a ingresar a una vía lastrada de 2 km. aproximadamente hasta llegar al sitio.</p> <p>La finca Agroturística se dedica al desarrollo de actividades de agricultura y ganadería propias del sector, ha incursionado en el turismo ofertando servicio de hospedaje, gastronomía típica y propiciando actividades como caminatas hasta la cascada de Julián y a la Cueva Los Murciélagos.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Eduardo Velásquez	Propietario	0982881440 - 3025175

Fotografías



SITIO COLINAS DEL SOL		(22)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593966	Y: 9907762	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 27 msnm	
BARÓMETRO: 1006 pHa	FECHA Y HORA: 21 /11/2018	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada a 2 km. de Calceta, el atractivo es conocido por la gran variedad de actividades culturales y en la cual se refleja la preservación de manifestaciones propias de la cultura del montubio manabita; dando lugar a un museo antropológico y el servicio de hospedaje en cabañas tradicionales y gastronomía típica.</p> <p>El propietario del lugar Eumeny Álava desarrolla artesanías con materiales del medio como troncos de madera, zapán, etc.</p> <p>En este sitio se desarrollan actividades culturales y festivales gastronómicos como: Festival del Dulce y la Bebida Típica Manabita, Festival del Viche y la Salprietá.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Eumeny Álava	Propietario	099742805 - 0999710504

Fotografías



SITIO CENTRO AGROPECUARIO ROBETH PARRAGA		(23)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 605095	Y: 9900848	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 75 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 13/01/2018 – 11H45	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada en el margen derecha de la Represa Sixto Durán Ballén, tiene 75 has., dedicadas a la agricultura de yuca, arroz, maíz, y a la ganadería.</p> <p>Al sitio se puede acceder a través de transporte de lanchas o en gabarra. Debido a su ubicación geográfica es un ideal para realizar actividades como observación de los alrededores de la represa, siendo un buen lugar para la observación de aves, senderismo en la rivera de la represa y fotografías.</p> <p>En el sitio se oferta servicios de alimentación y de estadía con reservación previa al propietario.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
RoberthPárraga	Propietario	0523024656

Fotografías



SITIO PUERTO LA ESPERANZA (24)

CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA
X: 602832.23	Y: 9901296.84
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 63 msnm
BARÓMETRO: 1008pHa	FECHA Y HORA: 13/01/2018 – 11H00

OBSERVACIONES.

Ubicada a 18 km. desde la Cabecera cantonal de Calceta, se ubica en el interior de la Represa Sixto Durán Ballén.

En el Puerto La Esperanza se realizan actividades de transporte fluvial que es ofertado por los lancheros de la Asociación de Pescadores “13 de Noviembre”, quienes a su vez combinan la actividad con la pesca artesanal siendo el principal rubro en esta localidad.

A través del servicio de gabarra se oferta a la colectividad la conectividad a las comunidades rurales que se encuentran en otros sectores de la represa.

Además que es el sitio donde se efectúa la Regata Aldo Cano Patiño, evento anual que permite un aumento de la afluencia de los visitantes en los meses de octubre

PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Diemen Moreira	Inspector Municipal	0996600035
Manuel Velásquez	Presidente Aso. de Pescadores	



SITIO PARQUE ABDÓN CALDERON		(25)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593017.68	Y: 9906257.88	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 23 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>El área de construcción es de 80 m. de ancho por 80 m. de largo, consta de varios pasadizos que conducen a la parte central en la cual se halla el monumento a Simón Bolívar obra del artista Gonzalo Endara Crown y en un esquina hallamos la Glorieta; sus pasadizos están adoquinados y posee alrededor áreas verdes con pasamanos y bancas de hierro.</p> <p>También se puede observar El Templo de la ciudad, la Iglesia de San Agustín que fue construida en el año de 1993.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Zamora	Director de Servicios Públicos GAD Bolívar	0981537670

Fotografías



SITIO IGLESIA DE SAN AGUSTIN		(26)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593017.68	Y: 9906257.88	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 23 msnm	
BARÓMETRO: 1007 pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>El Templo de la ciudad, la Iglesia de San Agustín que fue construida en el año de 1993. En la actualidad presenta un estilo barroco, en el cual se aprecia el trabajo en metales como son adornos con hierro, cobre y estaño.</p> <p>En el vitral superior se aprecia la figura del Patrono San Agustín. La iglesia tiene una altura de 20 metros y en el interior se aprecian figuras de alto relieve; en las paredes se encuentran las 14 estaciones de la pasión y muerte de Jesucristo. Posee vitrales que expresan el s</p> <p>Cabe señalar que la iglesia no cuenta con columnas en el centro, sino que la nave se apoya en 4 diafragmas, lo que permite que no se obstruya el paso, mantiene su estructura de hormigón y bóveda de arco de medio punto, haciéndolo una de las infraestructuras únicas en Manabí.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Zamora	Director de Servicios Públicos GAD Bolívar	0981537670

Fotografías



SITIO PARQUE SIMÓN DAVID VELASQUEZ (27)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593152.58	Y: 9906154.13	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 23 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 09H30	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicado en el Sector entre puentes El Parque Malecón está en la rivera del Río Carrizal.</p> <p>Además se haya el emblemático Puente Rojo, el cual fue construido de hierro con piso de madera de 52 m. de largo por 4 de ancho, propios de la época de su construcción, fue construida por el Ing. Jacobo Verning en el año de 1921.</p> <p>Actualmente es de uso peatonal pero en sus inicios era la vía de comunicación con el barrio San Bartolo.</p> <p>El sitio es una de las áreas de mayor expectación en el Festival del Balsero que se realiza anualmente en el mes de octubre.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Zamora	Director de Servicios Públicos GAD Bolívar	0981537670

Fotografías



SITIO: PARQUE FERROVIARIO		(28)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 592821.17	Y: 9906897.90	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 20 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Esta ubicado en el Barrio Norte, donde nace la calle 10 de Agosto a orillas del río Mosca, posee una construcción contemporánea de espacios verdes y descanso.</p> <p>El parque consiste en dos vagones de tren donados por Ferrocarriles del Estado, el sitio ha ido condicionándose de a poco; en un principio era solo un terreno en donde se ubico los vagones del tren, el tren recorrido la ruta Bahía – Chone desde el año de 1911 hasta 1950, transportaba mercaderías y pasajeros a lo largo de 70 Km.</p> <p>Los vagones que son el atractivo principal están en buenas condiciones, en la actualidad no se haya en funcionamiento los servicios de museos que ofrecía al público.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Zamora	Director de Servicios Públicos GAD Bolívar	0981537670

Fotografías



SITIO PLAZA CÍVICA DE BOLÍVAR		(29)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 592909.15	Y: 9906433.43	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 20 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Se encuentra ubicado entre las calles Ricaurte entre Salinas y 10 de agosto, fue construido en el año 2003.</p> <p>En este espacio se presenta una explanada y un escenario en forma de concha acústica y un mural que posee la figura de Simón Bolívar, en el sitio se llevan a cabo actividades sociales, cívicas y culturales</p> <p>Entre otros atractivos se presenta además el Monumento al Balsero del Carrizal que expresa su navegación desde la montaña hasta el centro principal. También en la plaza fueron incorporados elementos promocionales con las letras corpóreas de CALCETA.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Iván Zamora	Director de Servicios Públicos GAD Bolívar	0981537670

Fotografías



SITIO FESTIVAL DE LA REGATA ALDO CANO PATIÑO (30)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 602832.23	Y: 9901296.84	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 62 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 22/10/2017 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>El Festival de la Regata Aldo Cano Patiño se realiza en el mes de Octubre de cada año. En el año 2019 celebrará su edición número 11.</p> <p>Este evento consiste en la competencia náutica en la que participan hombres y mujeres adultos y adultos mayores que se han dedicados como canoeros en el sector.</p> <p>En esta festividad hay ferias que exponen los productos de Manabí y se genera el servicio de paseos en gabarras y lanchas para el disfrute de los visitantes locales y regionales que llegan a este evento deportivo.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Martha Chávez	Turismo GAD Bolívar	
Manuel Velásquez	Presidente Aso. Pescadores	

Fotografías



SITIO: FESTIVAL DEL BALSERO DEL CARRIZAL		(31)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 598741.00	Y: 9903380	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 26 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 24/02/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>El Festival de los Balseros se realiza anualmente en el mes de octubre, formando parte de las festividades de cantonización de Bolívar. Esta actividad inicia en el sector La palizada a 10 km. de Calceta y concluye en el sector de Platanales.</p> <p>El evento sintetiza las vivencias e identidad del cantón, que antes tenía al río como medio de transporte para sacar la producción de la tagua, madera, caucho, y otros importantes rubros de la economía nacional. Por lo que los participantes deben adecuar sus balsas con todo lo necesario para el trayecto.</p> <p>Los grupos que participan se someten a la calificación de un jurado, que considera el material que se utiliza en la elaboración de la balsa, la recreación y representación de los participantes, entre otros aspectos.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Martha Chávez	Turismo GAD Bolívar	

Fotografías



SITIO: FESTIVAL DE SAN JUAN		(32)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 593152.58	Y: 9906154.13	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 26 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 08/10/2017 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Cada 24 de junio se recuerda la conmemoración de San Juan Bautista, por lo que el GAD Municipal del Cantón Bolívar organiza cada 23 de junio un festival bailable en el Parque Simón David Velásquez conocido también como el sector de entre Puentes.</p> <p>En esta festividad se puede encontrar bebidas típicas como el champú de san Juan (Bebida ancestral a base de maíz criolla se lo pone a cocinar con maduro y panela), loscanelazos (aguardiente y canela), comida criolla o bocados típicos y el tradicional baño en el río a las 12 de la noche (ya 24 de junio), que según la creencia sirve para no dejar envejecer a las personas que lo hacen.</p> <p>“Este baño da energía y limpia el cuerpo de todo mal”, esto se lo hace como una mezcla de fe y tradición”.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Martha Chávez	Turismo GAD Bolívar	

Fotografías



SITIO CASCADAS TRANCA DE PIEDRA (33)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: MEMBRILLO	
X: 613369,09E	Y: 9907019,94S	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 124 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 09/06/2018 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Se encuentra ubicada a 35 km de la cabecera cantonal Calceta, las Cascadas se encuentran dentro de las terrenos de Don José Tuarez, quién posee 109.000 has de tierra, utilizadas en un 50% principalmente para actividades agrícolas y ganaderas conservando espacios de bosque húmedo tropical en el cual se puede apreciar la biodiversidad de fauna y flora, además de contener en diversos áreas de cascadas en todo el recorrido.</p> <p>Cabe mencionar que las coordenadas de ingreso son X: 613564,32E Y: 9906464,11S.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
José Tuarez	Propietario	0988828491

Fotografías



SITIO CASCADA SEVERINO		(34)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 607683,99	Y: 9891952.16	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 110 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 12/06/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Ubicada a 100 mtrs. de la Escuela de Policía de Severino. La Cascada es de aproximadamente 6 mtrs. de altura, se encuentra dentro de propiedad privada y es un sitio visitado por los cadetes y sus familias en los días de visita.</p> <p>Su caudal aumenta en las épocas de lluvias y en la época seca no hay presencia de agua en el sector.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Inés Mejía Mosquera	Propietaria	0988099885

Fotografías



SITIO CERRO MIL PESOS		(35)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 606303	Y: 9904586	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 157 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 28/06/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>Se llama Cerro Mil Pesos por un tipo de palmeras que crece en la cima. Esta variedad crece de forma abundante en zonas húmedas y pluviales; se parece a la palma real y el fruto es como chonta duro, el cual es comestible. La importancia del sitio radica en la exuberante vegetación de Bosque Húmedo que se aprecia en la zona y en la simbiosis que se evidencia entre los pobladores en el mantenimiento de las áreas naturales combinados con el cultivo de productos agrícolas.</p> <p>Hay dos ingresos al sitio: La Mina: (X 606438; Y 9904213; Z 82); Puerto Alto: (X 605116; Y 9903562; Z 56). Ambas son de camino lastrado, por lo que no se evidencia servicios turísticos en los alrededores.</p> <p>Está situado a unos 18 Km. al noreste de la ciudad de Calceta, en unos de los ramales de la Cordillera de Chongón y Colonche que nace cerca de Guayaquil y que en Manabí, se divide en varios ramales. En este cerro se encuentran un conjunto de picachos que empiezan a partir de la parroquia Quiroga. Dicho ramal sirve como divisoria de aguas entre los cantones Bolívar y Chone, hasta más allá de la parroquia Membrillo. Por su altura respecto al nivel del mar, este cerro considerado es el más alto de la región. Allí en esa pequeña cadena de montañas, están los sitios La Chorrera, Chata en la parte correspondiente a la parroquia Canuto. La Mina, La Bóveda, La Laguna, Trancapiedra, El Algodón en la parte correspondiente a nuestro Cantón Bolívar.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Jacinto Ortiz Loor	Morador	0986262302

Fotografías



SITIO **ARTESANIAS SOMBRERO DE PAJA MOCORA** **(36)**

CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA
X: 593666	Y: 9906245
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 22 msnm
BARÓMETRO: 1008 pHa	FECHA Y HORA: 28/06/2018 09H00

OBSERVACIONES.

El material que usa para la elaboración de la artesanía llega desde los sectores rurales de Bolívar, se lo extrae del árbol denominado mocora. En su mayoría se obtiene la materia prima de los campos de Membrillo y Quiroga.

Los sombreros de paja mocora se elaboran en el barrio San Bartolo y el producto terminado se vende en el mercado local, pero se lo lleva también a otros sitios para su venta, así tenemos: Quito, Santo Domingo, Cuenca y Loja. La calidad del producto es buena, y sobre todo se debe tomar en cuenta que es una artesanía hecha a mano.

Los materiales utilizados son la paja mocora, cuchillo, recortadora rudimentaria, azufre, ollas para hervir la paja, hilo, colores artificiales, plancha de carbón, y máquina de coser.

- 1) La hoja es espinosa y se procede a sacar las espinas con una cuchilla afilada para acto seguido cortar la vena interior que posee.
- 2) Luego se junta la mocora en montones que quepan en la mano y se realiza una especie de nudo con todo el manojito de paja mocora y se procede a hervir en una olla en la que se deposita de 10 a 12 atados de paja, y se deja hervir de 10 a 15 minutos por cada lado. Se saca de la olla, se saca el nudo y se pone a secar por 3 días (paja amarilla) y por una semana (paja verde).
- 3) Cuando está bien seca se usa la recortadora para darle el grosor necesario, luego viene la tejida que puede ser de 3 hebras o más.
- 4) Si se desea dar color a la paja se pone a hervir con anilina de diferente color o de un solo color.
- 5) Se plancha la trenza que se elabora con la paja y luego se confecciona el sombrero con la ayuda de una máquina de coser. Se elaboran también petates, trajes típicos, carteras, etc.

PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Familia Cuzme	Propietario	



SITIO ARTESANÍAS EN BARRO		(37)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 594374	Y: 9908434	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 22 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 28/06/2018 09H00	
OBSERVACIONES.		
<p>La materia prima (barro) se la trae del sitio llamado Cabello (vía a Canuto) antes lo regalaban pero hoy lo venden por quintales (0,50 centavos el saco).</p> <p>El día sábado se vende las artesanías en la feria. Es común que se haga gran cantidad de artesanías en barro en una semana pues el proceso se realiza durante toda la semana (desde majar el barro hasta obtener el producto terminado). La calidad del producto es buena y más que todo son objetos elaborados a mano. Los materiales que se usan son: el barro, agua, piedras y cucharas para pulir la artesanía y arena. La persona que elabora las artesanías es la Sra. Lucia Loor y el proceso de elaboración es el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) se mezcla el barro con agua y se deja reposar por tres días aproximadamente. 2) seguidamente se mezcla con una porción de arena y se amasa hasta obtener una masa suave. 3) Luego con la ayuda de moldes y de la experiencia de la artesana se da forma a la artesanía (grande, mediana o pequeña) y se deja secar unas 24 horas. 4) Luego con la cuchara de mate para emparejar y se deja otras 24 horas. 5) Seguidamente se pule o se saca brillo con una piedra recogida en los márgenes de los ríos, y se deja por 48 horas para pasar a quemar. 6) Se procede a hacer una fogata con leña que se consume hasta quedar en braza se coloca tres piedras medianas según el tamaño de la olla. La colocamos encima y tapamos con lata de caña y se prende fuego hasta que las ollas se tornen rojas. 7) Se espera que se apague el fuego y se retira las ollas y están listas para vender. 		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Jacinto Ortiz Loor	Morador	0986262302

Fotografías



SITIO CASCADA DEL AGUACATE		(38)
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 618974	Y: 9895408	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 103 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 01/09/2018 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>A la comunidad del Aguacate se ingresa en el km 30 de la Vía Quiroga - Pichincha, y a partir de este tramo se demora 30 minutos de carretera sinuosa. La cascada nace de la confluencia del Estero Camarón y el Río Bijahual, naciente de las lagunas del mismo nombre. Antes de las caídas de agua de unos 5 metros de altura se evidencia un área de balneario.</p> <p>En la zona hay presencia de fauna diversa destacándose las guantas, guatusa, tortugas mordedoras, charapas, etc. En lo que respecta a la fauna destacan arboles maderables como Boya, Guayacán, Fernán Sánchez, entre otras.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Manuel Calderón	Líder Comunitario	0994664492

Fotografías



SITIO CASCADA DE KIMBA (39)		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: CALCETA	
X: 619267	Y: 9894020	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 129 msnm	
BARÓMETRO: 1007pHa	FECHA Y HORA: 01/09/2018 11H00	
OBSERVACIONES.		
<p>A la comunidad de Kimba se ingresa en el km 30de la Vía Quiroga - Pichincha, en la entrada al sitio Chontillal y a partir de este tramo se demora 25 minutos de carretera sinuosa, hasta llegar a la entrada de ingreso del atractivo (X; 619239 Y: 9893827 Z: 127). La cascada se forma a partir de un río de gran caudal el cual a 200 metros desde el punto de entrada presenta dos saltos de agua uno de 3 metros y otro de 10 metros.</p> <p>La cascada se encuentra en una zona agrícola que mantiene remanentes de bosques secundarios por lo que sus alrededores presentan sembríos de cacao y cítricos.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Víctor Morales	Habitante de la comunidad	0991091233

Fotografías



FLORA Y FAUNA DEL CANTÓN BOLÍVAR

Flora

La vegetación constituye uno de los elementos importantes en la cobertura y protección de los suelos, porque la interrelación entre el animal-planta permite la perpetuación de las especies y el equilibrio de la cadena alimenticia.

Entre las especies frutales, maderables y leñosas nativas que se encuentran en el cantón destacan:

Principales especies de Flora del Cantón Bolívar

Nombre común	Nombre científico	
Cacao Fino de Aroma	<i>Theobroma cacao L.</i>	
Café	<i>Coffea arabica</i>	
Zapallo	<i>Cucúrbita pepo</i>	
Toquilla	<i>Carludovicapalmata</i>	
Piñón	<i>Jatropha curcas</i>	
Grosello	<i>Phyllanthus acidus</i>	
Yuca	<i>Manihot sculenta</i>	

Maní	<i>Arachishypogaea</i>	
Fréjol de palo	<i>Cajanuscajan</i>	
Cedro colorado	<i>Ocoteasp.</i>	
Aguacate	<i>Persea americana</i>	
Caoba	<i>Trichiliapleena</i>	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar, 2015

Elaboración: Equipo consultor

Fauna

La fauna de la zona es diversa, la misma que se encuentra presente en fincas y bosques con variadas características de vegetación.

Principales especies de Mamíferos del Cantón Bolívar

Mamíferos		
Nombre común	Nombre científico	
Ardilla	<i>Sciurusgranatensis</i>	
Zaino	<i>Toyassutapacu</i>	
Cuchucho	NasuaNasua	
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	
Armadillo	<i>Dasypusnovemcinctus</i>	
Conejo	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>	
Ratón de agua	<i>Caluromysderbianus</i>	
Ratón de huerta	<i>Phyllanderappasum</i>	
Venado	<i>MasameRufina</i>	

Tigrillo	<i>Felis pardales</i>	
Mono aullador	<i>Alouattapalliata</i>	
Machín Blanco	<i>Cebusalbifrons</i>	
Mapaches o tejón	<i>Procyoncancryvoru</i>	
Cabeza de mate	<i>Eirabarbara</i>	
Zorro	<i>Didelphys virginiana</i>	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar, 2015

Elaboración: Equipo consultor

Principales especies de Aves del Cantón Bolívar

Aves		
Nombre común	Nombre científico	
Perdiz	<i>Chupturellussoni</i>	
Paloma santa cruz	<i>Columba cayennensis</i>	
Lora cabeciroja	<i>Aratingaerythrogyens</i>	
Garrapatero	<i>Crotophagasulcirostris</i>	

Carpintero negro	<i>Dryocopus lineatus</i>	
Azulejo	<i>Thraupis coelestis</i>	
Pava de monte	<i>Penélope purpuracens</i>	
Perico	<i>Brotogeris pyrropterus</i>	
Cacique	<i>Psarocolius</i> sp.	
Gallinazo	<i>Cathartes aura</i>	
Pájaro toro	<i>Cephalopterus ornatus</i>	
Diostedé	<i>Andigena hypoplancia</i>	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar, 2015

Elaboración: Equipo consultor

Principales especies de Reptiles del Cantón Bolívar

Réptiles		
Nombre común	Nombre científico	
Culebra equis	<i>Botroxatrox</i>	
Coral	<i>Micrurus</i> sp.	
Boa matabalho	<i>Boa constrictor</i>	
Chonta lisa	<i>Cleliaclelia</i>	
Iguana común	<i>Iguana iguana</i>	
Tortuga mordedora	<i>Chelydra serpentina</i>	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar, 2015

Elaboración: Equipo consultor

Principales especies de Peces del Cantón Bolívar

Peces		
Nombre común	Nombre científico	
Huayja	<i>Lebiasinabimaculatus</i>	
Guanchiche	<i>Hopliasmicrolepis</i>	
Guambina	<i>Eleotrispicta</i>	
Liza	<i>Mugil</i> sp.	
Barbudo	<i>Rhamdiawagneri</i>	
Chame	<i>Dormitatorlatifrons</i>	
Tilapia	<i>Sarotherodon</i> sp.	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar, 2015

Elaboración: Equipo consultor

ANEXO 3

JUSTIFICACIONES LEGALES DE LA GESTIÓN CANTONAL DEL TURISMO

Concerniente al marco legal en el cual el desarrollo turístico está sujeto como parte de la matriz productiva del país y del cantón se basa en una serie de documentos legales que establecen la responsabilidad del gobierno y su actuación dentro de la promoción del turismo del cantón Bolívar, los cuales a continuación se detallan.

Constitución Política del Ecuador

La carta magna establece las normativas que determinan los derechos y libertades, permitiendo la organización del Estado y de las instituciones democráticas e impulsan el desarrollo económico y social del territorio Ecuatoriano, por lo que enmarca los siguientes articulados:

Art. 24. Determina que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 238. Establece que los GAD gozan de autonomía política, administrativa y financiera.

Art. 276.

Numeral 7. Determina que se debe proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.

Numeral 5. Determina que para la consecución del buen vivir el Estado debe impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

Numeral 6. Indica que es deber del Estado promover e impulsar la ciencia, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 278.

Numeral 2. Establece para la consecución del buen vivir que se debe producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 377. Determina que el sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 383. Garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2022

El Plan nacional del Buen Vivir establece la importancia de generar sistemas de apoyo al desarrollo de la actividad turística como parte del fomento de protección y conservación de los aspectos culturales del territorio, por lo que se consideran los siguientes objetivos y políticas que se muestran a continuación:

Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.

Políticas

2.3 Promover el rescate, reconocimiento, investigación y protección del patrimonio cultural, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.

2.4 Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, valorización y desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad estética y expresiones individuales y colectivas.

2.8 Estimular los encuentros comunes de la diversidad y su interacción con el desarrollo, mediante la promoción y circulación de las artes, culturas, memorias y patrimonios tangibles e intangibles.

Objetivo 3. Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

3.1 Conservar, recuperar y regular el aprovechamiento del patrimonio natural y social, rural y urbano, continental y marino-costero, que asegure y precautele los derechos de las presentes y futuras generaciones.

3.2. Profundizar la distribución equitativa de los beneficios por el aprovechamiento del patrimonio natural y la riqueza originada en la acción pública.

3.3. Promover buenas prácticas ambientales que aporten a la reducción de la contaminación, a la conservación, a la mitigación y a la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global.

3.4. Impulsar la economía urbana y rural, basada en el uso sostenible y agregador de valor de recursos renovables y la bio-economía, propiciando la corresponsabilidad social.

Objetivo 4. Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización

4.3. Promover el acceso de la población al crédito y a los servicios del sistema financiero nacional y fomentar la inclusión financiera en un marco de desarrollo sostenible, solidario y con equidad territorial.

4.8. Incrementar el valor agregado nacional en la compra pública, garantizando mayor participación de la MIPYMES y actores de la economía popular y solidaria.

4.9. Fortalecer el fomento a los actores de la economía popular y solidaria mediante la reducción de trámites, acceso preferencial a financiamiento, acceso a compras públicas y mercados nacionales e internacionales, capacitación y otros medios.

Objetivo 5. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria

5.2. Diversificar la producción nacional, a fin de aprovechar nuestras ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

5.3. Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, en articulación con las necesidades sociales, para impulsar el cambio de la matriz productiva.

5.7. Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, promoviendo el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.

Objetivo 6. Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

6.2. Fomentar el trabajo y empleo digno en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado, impulsando el emprendimiento, el acceso a mercados y la asociatividad para fomentar organizaciones sociales productivas y eficientes, y garantizando precios justos y control del contrabando.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

El COOTAD considera las normativas que determina el desarrollo de la actividad turística como parte de las competencias de los municipios, considerando y contando con el apoyo técnico del Ministerio de Turismo. A continuación se establecen los siguientes articulados

Artículo 54. Las funciones que tienen los gobiernos autónomos descentralizados municipales y dice lo siguiente:

Literal a: Promover el desarrollo sustentable de la circunscripción territorial cantonal para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

Literal g: Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás Gobiernos Autónomos Descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.

Literal m: Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y de manera particular el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización.

Artículo 55. Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal:

Literal g: Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la Ley.

Literal h: Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para éstos fines.

Literal j: Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas de lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la Ley.

Literal k: Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.

Artículo 135: El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

Ley de Turismo

En el articulado de la Ley Orgánica de Turismo establece la función de los municipios en la administración para el desarrollo de la actividad turística, los cuales a continuación se determinan:

Capítulo I: Generalidades

Artículo 3

Literal b, se menciona los principios que rigen la actividad turística en los territorios. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

Artículo 4 establece que se debe cumplir con los siguientes objetivos, en cada uno de ellos se encuentra implícita la actividad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, pero se hace especial énfasis en el literal d como se ve a continuación:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y el Estado debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II: De las actividades turísticas y de quienes las ejercen.

Artículo 10. El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley,
- b) Dar publicidad a su categoría,
- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento,

- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Capítulo IV: Del Ministerio de Turismo.

Artículo 16. Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales (GAD), la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Capítulo IV: Del Ministerio de Turismo.

Artículo 26. Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo.

En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte.

Estos bienes no podrán ser enajenados (vendidos) dentro del plazo de 5 años desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

Los Municipios y los Gobiernos Provinciales están en la potestad de establecer incentivos para aquellas inversiones en servicios turísticos que fomenten la actividad turística en sitios específicos pero bajo ciertas reglas tal y como se muestra en el artículo 33 y 34 respectivamente.

Artículo 33. Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Artículo 34. Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a) Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b) Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio - económico; y,
- c) Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Capítulo X: Protección al Consumidor de Servicios Turísticos.

Art. 46. Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

Artículo 58. Que los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador PLANDETUR 2020

Considerando los lineamientos emitidos en el presente documento, el cual se basa en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, siendo la premisa para la implementación de acciones concretas para el desarrollo del turismo del país, se reseñan las políticas como criterios rectores que guían la promoción de la actividad en el territorio, los cuales deben estar sustentada en el establecimiento de relaciones y sinergias interinstitucionales para el cumplimiento de cada línea de acción del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Bolívar.

3. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
4. La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
5. Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
6. Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.

7. Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.
8. Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
9. Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

ANEXO 4

FORMATO DE ENCUESTA

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLIVAR						
UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO			DEPARTAMENTO DE TURISMO GAD BOLIVAR			
1. DATOS GENERALES						
Ciudad	Hombre..... Mujer.....	Nacionalidad	Residente Sí..... No.....			
Profesión: Empresario.....Empleado Público.....Jubilado.....Estudiante.....Profesionista..... Empleado privado.....Trabajador Cta. propia.....Otros.....						
Edad. -20.....; 21-25.....; 26-30.....; 31-35.....36-40.....; 41-45.....; 46-50.....; +50.....						
¿Qué hace los fines de semana y feriados? Sale de la ciudad..... No sale.....		¿Si sale, a donde va? Dentro del cantón..... Fuera del cantón..... Fuera de la provincia.....			Viaja. Solo..... Grupo..... Familia..... Pareja.....	
2. MOTIVACIÓN DEL VIAJE						
a) Ocio, recreo y vacaciones..... d) Tratamientos de salud..... b) Visita a parientes y amigos..... e) Religión, peregrinaciones..... c) Negocios y motivos profesionales..... f) Otros.....						
3. ÍNDICES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA						
1. Muy Malo; 2. Malo; 3. Bueno; 4. Excelente						
		1	2	3	4	Calific.
1)	¿Cómo considera la calidad de la infraestructura hotelera?					
2)	¿Como considera la planta de restaurantes?					
3)	¿Cómo califica el servicio de las líneas de transporte?					
4)	¿La limpieza en el terminal terrestre es?					
5)	¿La comodidad en el terminal terrestres?					
6)	¿La señalización de la ciudad y del cantón es?					
7)	¿La cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar?					
8)	¿La calidad de actividades turísticas que se pueden realizar?					
9)	¿Información para visitar lugares y realizar actividades?					
10)	¿La accesibilidad a los sitios turísticos del cantón?					
11)	¿Cómo califica la limpieza en general?					
12)	¿La Gastronomía de la zona es?					
13)	¿Los servicios básicos de la ciudad y el cantónson?					
14)	¿Cómo califica el trabajo de las instituciones en turismo?					
4. Indique las tres cosas que más le gustan del cantón			5. Indique las tres cosas que más le molestan del cantón			
.....					
.....					
.....					
6. ¿Qué considera que se debe hacer para desarrollar el turismo?						
.....						
.....						
.....						
.....						
7. ENCUESTADOR.....						
8. FECHA.....			FIRMA.....			
9. LUGAR.....						

ANEXO 5

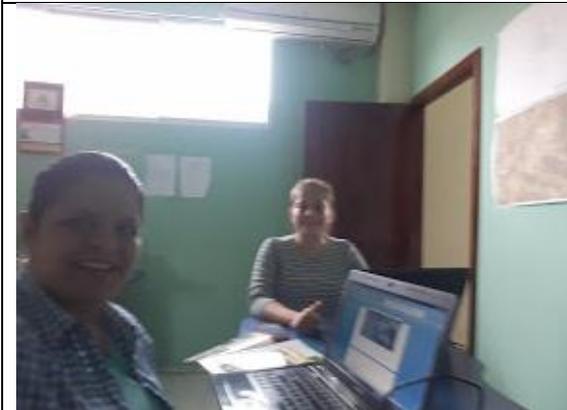
FOTOGRAFÍAS SALIDAS DE CAMPO Y ACTIVIDADES



Encuestas realizadas en feriado de carnaval –
Cuevas y Cascadas de Julián



Encuestas realizadas en feriado de carnaval



Realizado en la Parroquia Membrillo



Entrevista Canal de Cable Tv Calceta Socialización
Plan Estratégico Desarrollo Turístico del Cantón
Bolívar.



Socialización del proyecto en comunidades



Realización de encuestas en comunidades



Planificación recorridos en la Jefatura Turismo



Sesión de trabajo Capacitaciones y Asamblea Cantonal



Participación en la Sesión de Trabajo Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Manabí



Técnico de P. Membrillo Luis Intriago



Cascada El Talambuco de la Mina



Visita Finca Orgánica La Fortuna



Puerto Dos Bocas



Cascada El Tigre



Recorrido a comunidades de Membrillo



Sector Cañas - Membrillo



Georeferenciación entrada del sitio La Mina



Recorrido en Bus a la Aso. Piedra de Plata



Árbol de Cacao Ancestral – Aso. Piedra de Plata



Sitio el Tigre - Membrillo



Puerto Dos Bocas - Membrillo



Recorrido en Chiva-asistencia fiestas de Membrillo



Concejal Ledy Laura Muñoz Comisión de Turismo de Bolívar



Desfile Cívico Membrillo



Proclamación de Reinas Fiestas de Membrillo



Recorrido Bosque Primario Primera Piedra



Cascada Bosque Primario Primera Piedra



Comunidad de San Pablo Ceverino



Capacitación Turismo Sostenible



Emprendedores y Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Bolívar



Regata Aldo Cano Patiño. Paseo en Gabarra



Regata Aldo Cano Patiño



Finca Agroturística Julián



Cascada de Julián



Descenso a la cueva de los Murciélagos en Julián



Cuevas de Julián



Cueva Los Murciélagos



Entrevista con prestadores de Servicios Turísticos Julián



Entrevista con prestadores de Servicios Turísticos Julián



Elección de Reinas de Reinas Quiroga



Puente de Julián



Visita comunidades Río Chico



Socialización del Plan con comunidad Tigre 1



Socialización del Plan comunidad La Pita



Visita comunidad San Pablo



Lagunas de Bijagal



Recorrido con personal Municipio y comunidad



Recorrido con el Director de la Represa La Esperanza Abel Chávez, Inspector Municipal Diemen Moreira y Jefa de Turismo Martha Chavéz



Puerto La Esperanza – Represa



Gabarra en Represa Sixto Durán Ballén



Centro Turístico Oasis



Recorrido con Maestranes de Turismo USGP



Visita a prestadores de servicios de alimentos
Quiroga



Visita comunidad La Pita



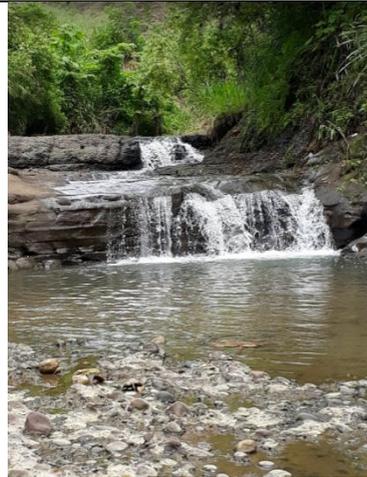
La Pita Cascadas de Murmiunda



La Pita Cascadas de Murmiunda



Recorridos del Territorio



Cascada de Balsa



Capacitación Turismo Sostenible a prestadores de Quiroga



Feria Gastronómica Colinas del Sol



Colinas del Sol - Historiador Eumeny Álava



Socialización Paseo Gastronómico de Calceta



Recorrido Quinta El Rocío



Recorrido Finca Orgánica La Sarita



Balneario Platanales



Balneario Sarampión



Monumento El Balsero – Recorrido patrimonial



Iglesia San Agustín – Recorrido patrimonial



Balneario Las Brisas



Festival del Balsero del Carrizal

ANEXO 6 TRIPTICOS DE RUTAS TURÍSTICAS

PUNTOS PRINCIPALES DE VISITA

-  Punto de inicio—Parque Ferroviario
-  Carro Antiguo del Cuerpo de Bomberos
-  Plaza Cívica donde se encuentra el monumento Balsero del Carrizal
-  Parque Abdón Calderón sitio en el que se observan el monumento a Bolívar obra de Gonzalo Endara Crow y la Iglesia San Agustín
-  Parque Simón David Velásquez en el cual se presencia el icónico Puente Rojo.
-  Visita al Centro de elaboración de Sombreros de Paja Mocora para ser partícipes de una demostración en la elaboración del sombrero.
-  Corporación Fortaleza del Valle
-  Visita al lugar de venta de artesanías utilitarias en barro para evidenciar la técnica ancestral de elaboración de productos para uso gastronómico y ornamental.
-  El recorrido concluye con la visita al Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol, en el cual se degustará la gastronomía típica Manabita y se podrá acceder a las áreas como el taller de elaboración de cuadros de zapán, el Museo Etnográfico, realizar una caminata para conocer la laguna de los patos y concluir el recorrido en el Mirador del Valle.

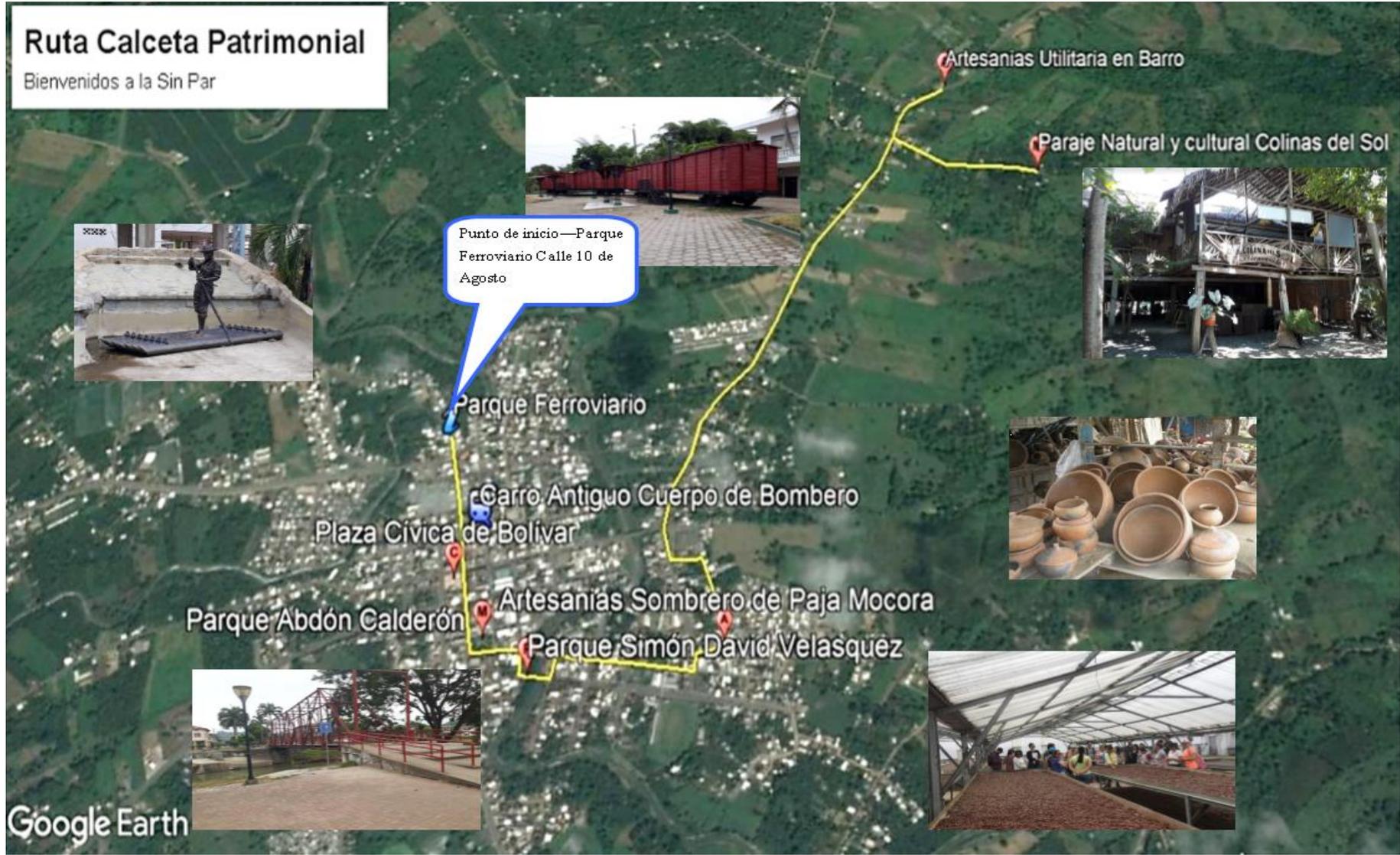


City Tour *Calceta Patrimonial*



Ruta Calceta Patrimonial

Bienvenidos a la Sin Par



PUNTOS PRINCIPALES DE VISITA

El Recorrido comienza con un City Tour en Calceta para conocer el Parque Abdón Calderón sitio en el que se observan el monumento a Bolívar y la Iglesia San Agustín, posteriormente se pasa por el icónico Puente Rojo, a continuación se direcciona a la Corporación Fortaleza del Valle para degustar de los productos de chocolate a base de cacao fino de aroma.

La ruta resalta el sendero del Río Carrizal, continuando la visita a la Finca Orgánica Sarita, en la cual se puede apreciar el cultivo orgánico de productos de la zona y el proceso de secado de la pepa de cacao para exportación.

Represa Sixto Durán Ballén donde se resalta la importancia de la provisión de agua en distintos de la Provincia de Manabí.

Se toma la dirección de la vía Quiroga – Pichincha hasta el Puente Carrizal para llegar al puerto fluvial de Julián donde se realizará un paseo en lancha por el Río Carrizal hasta el sector de Severino y se podrá disfrutar de belleza paisajística y de las especies de fauna y flora de este tipo de ecosistema lacustre.

El recorrido continúa hasta Julián donde se puede degustar la gastronomía típica y recrearse con los recursos naturales como la cueva de los murciélagos en cuyo interior se encuentra una cascada de gran caudal, además de opciones de agroturismo en la Finca Agroturística Julián.



Ruta Travesías del Agua





PUNTOS PRINCIPALES DE VISITA

El Recorrido comienza con un City Tour en Calceta para conocer el Parque Abdón Calderón sitio en el que se observan el monumento a Bolívar y la Iglesia San Agustín, posteriormente se pasa por el icónico Puente Rojo.

En el recorrido se atraviesa la parroquia rural de Quiroga donde se encuentra la Represa Sixto Durán Ballén, en la cual se realiza un descenso para tomar fotografías y disfrutar por unos momentos de la belleza paisajística que ofrece el sector.

Se continúa con el recorrido hasta llegar al Bosque Protector Primera Piedra en cuyo trayecto se llevará a cabo la interpretación de la flora y fauna perteneciente al bosque hasta llegar al mirador que permite una vista privilegiada de la zona.

Posteriormente en la parroquia Rural de Membrillo, zona donde se han identificado matas de cacao de 150 años de antigüedad; se visita la Asociación de Agricultores "Pepa de Oro", lugar donde se prepara la pepa de cacao para su exportación, y se procesa para la elaboración de rompopo de cacao, manjar de cacao y trufas de cacao de excelente calidad con opción de visita a plantaciones de cacao y cítricos.

Se concluye con un breve paseo en el puerto fluvial de Dos Bocas, un importante puerto en uno de los brazos de la represa; aquí se podrá disfrutar de paseo en lanchas artesanales, observación de aves y pesca deportiva.



Ruta Cacao Ancestral Fino de Aroma





PUNTOS PRINCIPALES DE VISITA

En este recorrido se prioriza la visita de La Iglesia San Agustín y del Monumento a Bolívar, continuando con el Puente Rojo. Se realiza una breve visita a la Corporación Fortaleza del Valle para la degustación de barras de Chocolate.

Se continúa por la vía Quiroga hasta llegar a la Represa Sixto Durán Ballén donde se hace un recorrido en lanchas.

Posteriormente en la parroquia Rural de Membrillo, zona donde se han identificado matas de cacao de 150 años de antigüedad; se visita la Asociación de Agricultores "Pepa de Oro", lugar donde se prepara la pepa de cacao para su exportación, y se procesa para la elaboración de rompopo de cacao, manjar de cacao y trufas de cacao de excelente calidad con opción de visita a plantaciones de cacao y cítricos.

Se toma la dirección de la vía Quiroga – Pichincha hasta el Puente Carrizal para llegar al puerto fluvial de Julián donde se realizará un paseo en lancha por el Río Carrizal hasta el sector de Severino y se podrá disfrutar de belleza paisajística y de las especies de fauna y flora de este tipo de ecosistema lacustre.

El recorrido continúa hasta Julián donde se puede degustar la gastronomía típica y recrearse con los recursos naturales como la cueva de los murciélagos en cuyo interior se encuentra una cascada de gran caudal, además de opciones de agroturismo en la Finca Agroturística Julián.



Ruta del Balsora



Vive Bolívar



ANEXOS 7

AGRADECIMIENTOS		
Arq. Gregorio Montes Jefe de Departamento de Planificación	Sr. Ramón González Álava Alcalde GAD Cantón Bolívar	Lic. Elizabeth Berrú Asistente Técnica Maestría en Turismo USGP
Lic. Jhonny Mero Jefe de Departamento de Comunicación	Lic. Nino Uquillas Vice – Alcalde GAD Cantón Bolívar	Eumeny Álava Gestor Cultural
Ing. Iván Zambrano Director de Servicios Públicos	Abg. Ledy Muñoz Peñarrieta Concejal GAD Cantón Bolívar	Juan Carlos Moreira Loor Comunidad de Quiroga
Lic. Merly Zambrano Jefe de Departamento de Cultura	Sonia Zambrano Pita Concejal GAD Cantón Bolívar	Ramón Vargas Canoero de Dos Bocas
Lic. Yadira Sánchez G. Secretaria Departamento de Turismo	Andrés Pita Montes Concejal GAD Cantón Bolívar	Eduardo Velásquez Comunidad de Julián
Franklin Párraga Analista Diseño de obras	Jaime Moreno Félix Concejal GAD Cantón Bolívar	Dumar Dagoberto Moreira Parroquia Membrillo
Yandry Muñoz Especialista estudios y proyectos	Sr. Carlos Intriago Presidente Junta Parroquial Membrillo	Francisco de la Cruz Almeida Parroquia Membrillo
Sr. Diemen Moreira Loor Inspector Municipal	Lic. Armín Talledo Presidente Junta Parroquial Quiroga	Ángel Almeida Presidente Comunidad Balsa
Sr. Eduardo Roca Inspector Municipal		Manuel Calderón Presidente Comunidad El Aguacate
Luis Intriago Técnico GAD Membrillo		