



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TITULO:**

**PLAN DE PROMOCION DE OPCIONES DE TURISMO DEPORTIVO EN LA  
CIUDAD DE BAHÍA DE CARAQUEZ PROVINCIA DE MANABÍ – ECUADOR  
PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD**

**AUTORAS:**

**Cristina Alexandra García Rivera**

**Paola Andreina Garofalo Valverde**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:**

**INGENIERAS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y  
HOTELERAS**

**TUTOR:**

**Ing. Ind. Jacinto E. Gallardo Posligua, MAE**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Cristina Alexandra García Rivera y Paola Andreina Garofalo Valverde**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTOR**

---

**Ing. Ind. Jacinto E. Gallardo Posligua, MAE**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Maria Belén Salazar Raymond, Mgs**

**Guayaquil, al 30 del mes de Agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Cristina Alexandra García Rivera**

Yo, **Paola Andreina Garofalo Valverde**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Plan de Promoción de opciones de Turismo Deportivo en la ciudad de Bahía de Caraquez provincia de Manabí – Ecuador para reactivar la economía de la ciudad** previa a la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido respetando derechos intelectuales de terceros citando sus ideas, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, al 30 del mes de Agosto del año 2014**

**AUTORAS**

---

**Cristina Alexandra García Rivera - Paola Andreina Garofalo Valverde**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Cristina Alexandra García Rivera**

**Yo, Paola Andreina Garofalo Valverde**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Promoción de opciones de Turismo Deportivo en la ciudad de Bahía de Caraquez provincia de Manabí – Ecuador para reactivar la economía de la ciudad** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, al 30 del mes de Agosto del año 2014**

**AUTORAS**

---

**Cristina Alexandra García Rivera - Paola Andreina Garofalo Valverde**

## **AGRADECIMIENTO**

Con especial deferencia a nuestros distinguidos maestros de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que nos educaron en la cultura de ser personas, de destino conquistado y para luego servir con nuestros conocimientos al engrandecimiento de nuestra gran patria.

Cristina García – Paola Garofalo

## **DEDICATORIA**

Tenemos el honor de dedicar este trabajo académico a nuestros queridos padres: Yoconda Valverde, Kathy Rivera, Xavier García, que con titánico esfuerzo nos alumbraron el camino para culminar nuestra meta universitaria, e incorporarnos luego al servicio de la sociedad con eficiencia y honestidad en homenaje a ellos que siempre vivirán en nuestra futura actividad profesional.

Cristina García - Paola Garofalo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CALIFICACION**

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Nota final del Tutor</b>
<b>CRISTINA ALEXANDRA GARCIA RIVERA</b>	
<b>PAOLA ANDREINA GAROFALO VALVERDE</b>	

---

**Ing. Ind. Jacinto E. Gallardo Posligua, MAE**

**TUTOR**

## INDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
TEMA	
1.1 Tema.....	3
1.1.1 Justificación.....	3
1.1.2 Contribución potencial de estudio.....	4
1.1.3 Antecedentes.....	4
1.2 Planteamiento del problema.....	4
1.2.1 Problemática de la ciudad.....	4
1.2.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Objetivo de la investigación.....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
CAPITULO II	
MARCO TEORICO	
2.1 Marco Teórico.....	6
2.2 Marco Conceptual.....	21
2.3 Marco Legal.....	24



### CAPITULO III

#### METODOLOGIA

3.1 Método de investigación.....	25
3.2 Enfoque de la investigación.....	25
3.3 Contacto de la comunidad.....	25
3.4 Elaboración del plan de acción.....	25
3.5 Implantación del curso de acción.....	26
3.6 Evaluación.....	26
3.7 Tamaño de la muestra.....	26

### CAPITULO IV

#### DIAGNOSTICO DE LA CIUDAD

4.1 Catastro de Bahía de Caraquez 2014.....	46
---	----

### CAPITULO V

#### ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 Objetivo de la encuesta.....	47
5.2 Análisis de los resultados de las Encuestas.....	47
5.3 Análisis final de las encuestas.....	65

## CAPITULO VI

### PROPUESTA

6.1 Objetivo de la propuesta.....	66
6.2 Mercado Objetivo.....	66
6.3 Oferta de la ciudad.....	66
6.4 Lugares destinados al deporte en Bahía de Caraquez.....	67
6.5 Análisis PESTEL.....	69
6.6 Análisis F.O.D.A.....	72
6.7 Análisis de las 5 Fuerzas Porter.....	73
6.8 Marketing Mix.....	74

## CAPITULO VII

### PLANEACION ESTRATEGICA DE LA INVESTIGACION

7.1. Cobertura.....	77
7.2 Campo de Interés.....	77
7.3 Beneficiarios.....	77
7.4 Áreas que intervienen en la investigación.....	77
7.5 Recursos.....	77
7.6 Objetivos de la investigación.....	78
7.7 Fuentes de información.....	78

7.8 Indicadores.....	78
7.9 Etapas de intervención, corrección y análisis.....	79
7.10 Diseño y descripción de procesos de la investigación propuesta.....	79
7.11 Mapa de procesos de la Investigación.....	80

## CAPITULO VIII

### ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO

8.1 Proyecciones de visitantes.....	83
-------------------------------------	----

## CAPITULO IX

### POSIBLES IMPACTOS

9.1 Impactos.....	84
9.11 Impacto ambiental.....	84
9.1.2 Impacto sociocultural – Económico.....	84

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
-------------------------------------	----

BIBLIOGRAFIA.....	88
-------------------	----

ANEXOS.....	91
-------------	----

## INDICE DE CUADROS

### **CUADRO 1**

Identificación de género.....48

### **CUADRO 2**

Identificación de edad.....49

### **CUADRO 3**

Encuesta pregunta #2.....51

### **CUADRO 4**

Encuesta pregunta #3.....52

### **CUADRO 5**

Encuesta pregunta #4.....54

### **CUADRO 6**

Encuesta pregunta #5.....55

### **CUADRO 7**

Encuesta pregunta #6.....57

### **CUADRO 8**

Encuesta pregunta #7.....58

### **CUADRO 9**

Encuesta pregunta #8.....59

### **CUADRO 10**

Encuesta pregunta #9.....61

### **CUADRO 11**

Encuesta pregunta #10.....63

<b>CUADRO 12</b>	
Análisis PESTEL.....	69
<b>CUADRO 13</b>	
Análisis F.O.D.A.....	72
<b>CUADRO 14</b>	
Proceso de la investigación.....	80
<b>CUADRO 15</b>	
Análisis Financiero - Promoción.....	82
<b>CUADRO 16</b>	
Administración de oficina.....	82
<b>CUADRO 17</b>	
Proyecciones Anuales (Calendario de Feriados).....	83

## INDICE DE GRAFICOS

### **GRAFICO 1**

Identificación de género.....47

### **GRAFICO 2**

Identificación de edad.....48

### **GRAFICO 3**

Encuesta pregunta #2.....51

### **GRAFICO 4**

Encuesta pregunta #3.....52

### **GRAFICO 5**

Encuesta pregunta #4.....54

### **GRAFICO 6**

Encuesta pregunta #5.....55

### **GRAFICO 7**

Encuesta pregunta #6.....57

### **GRAFICO 8**

Encuesta pregunta #7.....58

### **GRAFICO 9**

Encuesta pregunta #8.....59

### **GRAFICO 10**

Encuesta pregunta #9.....61

### **GRAFICO 11**

Encuesta pregunta #10.....63

**GRAFICO 12**

IDH (Índice de desarrollo Humano - 2014).....70

## INDICE DE FOTOS

### FOTO 1

Museo Bahía de Caraquez.....28

### FOTO 2

Mirador “La Cruz” .....31

### FOTO 3

Escalinata de la Cruz.....31

### FOTO 4

Deportista en Bahía.....33

### FOTO 5

Atardecer en Bahía.....33

### FOTO 6

Hostería Sainanda.....34

### FOTO 7

Deportista en Bahía.....36

### FOTO 8

Ciclo Vía “Puente los Caras”.....36

### FOTO 9

Surfistas en el Malecón de Bahía.....38

### FOTO 10

Deportistas del “Club el Faro” en el Malecón.....38

### FOTO 11

Bailo-terapia en la pista de patinaje en Bahía.....39



<b>FOTO 12</b>	
Punta “La Bellaca” .....	40
<b>FOTO 13</b>	
Reserva Ecológica “Cerro Seco” .....	41
<b>FOTO 14</b>	
Coliseo Eloy Alfaro .....	43
<b>FOTO 15</b>	
Cancha de Football Eloy Alfaro .....	43
<b>FOTO 16</b>	
Piscina Eloy Alfaro .....	44
<b>FOTO 17</b>	
Canchas de tenis – Bahía Tennis Club .....	44
<b>FOTO 18</b>	
Deportistas Club “El Faro” .....	45
<b>FOTO 19</b>	
Atardecer en Bahía de Caraquez .....	66

## INDICE DE FIGURAS

### FIGURA 1

Ruta Isla Corazón.....29

### FIGURA 2

Mapa de Turismo Deportivo.....76

## **RESUMEN**

Bahía de Caraquez no es mucho más grande que una ciudadela privada de Guayaquil o Samborondon, pero cuenta con más de 45 sitios estratégicos públicos y privados destinados al deporte. Con una creciente tendencia deportiva global, y una ciudad ya equipada para recibir turistas, nuestra propuesta se centra en promover el uso de estos espacios en el mercado nacional y extranjero. Siguiendo el método de acción participativa, trabajamos con la comunidad para la comunidad. Con un enfoque cualitativo, donde la toma de contacto será mediante acercamientos informales e intercambio de documentos y reuniones con miembros de la misma. Se agrupo la identificación de necesidades, la jerarquización de su importancia, y la selección de un problema entre las necesidades detectadas, con lo que se estableció un plan de acción y evaluación del mismo. Implantando la formula finita en el proyecto se encuestaron a 386 visitantes, de los cuales la mayoría hace deportes en vacaciones, conocen la ciudad y tienen un rango de gasto que va acorde a la misma. En cuanto a promoción, el municipio se encargara de promover mediáticamente a la ciudad, pero será iniciativa de los habitantes satisfacer las necesidades de los nuevos visitantes. Los espacios para practicar deporte están en perfectas condiciones y cuentan con buena accesibilidad. La ciudad ya cuenta con una cultura deportiva muy marcada entre sus habitantes, quienes seguro estarán felices de reactivar su economía potenciando la actividad turística de la zona.

Palabras Clave: Promoción, Turismo Deportivo, Comunidad

## **ABSTRACT**

Bahía de Caraquez is not much bigger than a private neighborhood in Guayaquil or Samborondon, but there are over 45 public and private strategic sites to do sports. With a growing global sports tendency, and a city that is already prepared to receive tourists, our purpose is intended to promote the use of these sites in the national and international market. Following the participative action method, we work with the community for the community. With a qualitative approach, informal contact, exchange of documents and meetings with members of the community is required; as in identifying needs, ranking their importance, and selecting a problem among the identified needs, stablishing an action plan and its evaluation. Applying the finite formula in the project, 386 people were respondents of a survey made to identify that most tourists like practicing sports in vacations, know the city of Bahia and have a spending range that commensurate with the city. According to the advertising, the local government is in charge of media promotion, but it will be the community's initiative to satisfy the new visitor's needs. The sites for sports practicing are in optimum conditions, and have good accessibility. The city already has a very solid sports culture among the habitants, who will for sure be happy to reactivate their economy potentiating the local touristic activity.

Key words: Promotion, Sports Tourism, Community.

## **INTRODUCCION**

Bahía de Caraquez está ubicada en el cantón Sucre, provincia de Manabí, en la costa norte del Ecuador. Casi totalmente rodeado por agua, podría llamarse una península, con un frente al Océano Pacífico, y otro frente a una bahía en la que desembocan los ríos Chone y Carrizales, formando un estuario con una flora y fauna muy rica. A los alrededores de esta bahía hay montañas donde la flora se caracteriza por bosque seco, húmedo y manglar y su fauna por anfibios, reptiles, mamíferos, aves e insectos. Tiene una temperatura que oscila entre los 24 a 30 grados en el año, por lo que su clima clasifica como primaveral.

La ciudad tiene una población de 24.000 habitantes pluriculturales y multiétnicos. Las principales actividades económicas del sector son la Avicultura, Pesca, Agricultura, Ganadería, Camaroneras y Turismo, de las cuales la Agricultura, las Camaroneras y el Turismo son las más rentables para la comunidad. Así mismo, cuenta con accesos de vía terrestre, marítimo y aéreo; en tierra es un punto importantísimo en la Ruta del Spondylus; cuenta con el puente más largo del país; es un lugar muy frecuentado por veleristas y sus características marítimas y submarinas le otorgan un gran potencial para la actividad portuaria.

El aeropuerto más cercano está a dos kilómetros de la ciudad, en el cantón San Vicente y en las ciudades de Portoviejo y Manta, a menos de dos horas de la ciudad. Sus fechas con mayor afluencia de turistas son el 3 de Noviembre (cantónización), año nuevo, y semana santa, un porcentaje significativo de departamentos y casas de la ciudad pertenecen a personas de otras ciudades que visitan Bahía por placer, mayormente en familia y en días feriados. La oferta turística es muy variada y al alcance de todos.

(Calderon, 2009) En el año de 1999 la ciudad fue declarada ecológica por la embajada Japonesa y desde entonces cuenta con proyectos armónicos con el medio ambiente tales como la creación del bosque Cerro Seco, reforestación de manglares, reciclaje de desechos sólidos, taxis ecológicos (triciclos), entre otros. Así mismo en Noviembre del 2013 fue declarada ciudad Patrimonial por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, por lo que existen diferentes proyectos relacionados a conservar su patrimonio histórico natural y cultural.

# **CAPITULO I**

## **TEMA**

### **1.1 Tema**

Promover opciones de turismo deportivo en la ciudad de Bahía de Caraquez, Provincia de Manabí - Ecuador para reactivar la economía de la ciudad.

#### **1.1.1 Justificación**

(En-Ecuador.com, 2014) A raíz del desastre natural del fenómeno del niño ocurrido en el año 1997 y el terremoto en 1998, La agricultura y acuicultura han ido recuperándose a buen ritmo, sin embargo el turismo se ha quedado estancado por la falta de una iniciativa que con un nuevo enfoque promocióne a Bahía explotando al máximo su patrimonio. Bahía, cuenta con los recursos necesarios para atraer a turistas durante todo el año, no solamente en feriado. Es importante identificar QUE tiene Bahía y para QUIEN, para poder definir, ofertar y adecuar los diferentes atractivos de la ciudad hacia un nuevo mercado objetivo.

Entre los principales deportes que se realizan actualmente se encuentran: el trotar, montar bicicleta, surf, caminatas, motos, deportes acuáticos, entre otros; así como también los lugares adecuados para realizarlos. Existe una oferta deportiva muy interesante en Bahía de Caraquez, que gracias a factores como la falta promoción e investigación no se ha descubierto y está en uso solo para habitantes locales. En esta época existe una nueva tendencia de vida saludable y el deporte es un pilar fundamental para esto. Creemos firmemente que un plan de promoción de la ciudad enfocado al deporte, incentivaría a locales, turistas frecuentes y a deportistas a visitar la ciudad cada vez más, lo cual lograría un intercambio cultural deportivo, mientras la ciudad crece económica, social y culturalmente.

### **1.1.2 Contribución potencial del estudio**

En primera instancia el objetivo es reactivar la economía de la ciudad por medio del deporte, así como también contribuir al desarrollo de vida saludable de sus pobladores y turistas en general. Siendo una ciudad eminentemente ecológica, incentivar las prácticas amigables con el medio ambiente para el disfrute de las presentes y futuras generaciones, generando impactos positivos de crecimiento económico y social para todos los pobladores de la ciudad.

### **1.1.3 Antecedentes**

En la actualidad los habitantes de la ciudad han creado una nueva tendencia deportiva entre ellos, formando clubes o grupos de deportistas quienes organizan y participan de campeonatos internos, carreras, etc.; Los mismos que podrían ampliarse a otros deportes. La propuesta busca crear conciencia y apoyo de los propios ciudadanos para reinventar la imagen de la ciudad por medio del deporte con el consiguiente desarrollo sustentable del turismo en general, en este sector de la patria.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

### **1.2.1 Problemática de la ciudad**

Los bahienses son agricultores y acuicultores históricos. La acuicultura se ha visto afectada durante mucho tiempo por los precios internacionales del camarón y pescados. Su actividad turística fue siempre una fuente de ingresos significativa para la ciudad, el mismo que se vio fuertemente afectado por desastres naturales a finales de los 90 y desde entonces le ha costado volver a posicionarse como uno de los principales destinos turísticos del país. Este escenario ha afectado directamente a la economía de la ciudad generando un alto índice de desempleo, lo que ha causado problemas colaterales como la inseguridad o desfase en el desarrollo de su infraestructura urbanística.

Durante el levantamiento de información para el desarrollo de la presente propuesta se pudo observar el poco interés mostrado por los propios moradores de la



ciudad, en relación a definir y enfrentar el problema económico que los afecta desde hace algunos años atrás.

### **1.2.2 Formulación del problema**

¿Cómo atraer turistas a Bahía de Caraquez para mejorar el desarrollo económico de la ciudad?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Impulsar diferentes opciones de turismo deportivo en la ciudad de Bahía de Caraquez, Provincia de Manabí – Ecuador, como actividades generadoras de inversión en la ciudad, en base a sus atractivos turísticos y recursos naturales, reactivando la economía de la comunidad.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Realizar el levantamiento de información que sirva de base para elaborar el diagnóstico de la situación actual de la ciudad.
2. Desarrollo de la parte técnica del presente trabajo de titulación.
3. Elaborar la propuesta, junto a sus estrategias de marketing mix.
4. Realizar el estudio económico – financiero referencial de la propuesta.
5. Elaborar el estudio de posibles impactos a partir de la presente propuesta

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Marco Teórico**

##### **El Turismo**

La industria del turismo es considerada una de las maneras más productivas para obtener recursos económicos para un país o región, convirtiéndose en uno de los sectores de la economía de más amplio crecimiento en la actualidad. (Fuster, 1991) “El turismo como fenómeno de masas, tal como se conoce y se vive hoy en día es reciente”. El turismo posee todas las características de un mercado, en él se hallan dos elementos que conforman la producción. El primero es la oferta turística y el segundo es el consumo, es decir, la demanda, la cual se da de manera conjunta entre bienes y servicios.

La oferta turística está constituida por elementos económicamente intangibles como son: paisaje naturales, costumbres, cultura, arte, religión, salud, músicas, gastronomía, sol, cultura nativa, etc., y de infraestructura como son: hoteles, restaurantes, monumentos y demás utilizados. En donde interactúan la oferta y la demanda turística de ese mercado.

Para definir el concepto de turismo, ya que es un poco complicado dar una definición precisa, la OMT ha tenido que recurrir a definiciones tales como (OMT, 2014) “una persona que viaja a más de 100 kilómetros de su domicilio habitual y pernocta allí, es un turista”, o considerar que el turismo está determinado únicamente por los viajes de placer junto a los recursos y patrimonio de los lugares, que incluso pueden ser aprovechado por un residente, lo cual nos permite entender que este sector aunque se da en función de los viajes, es mucho más amplio que las estrictas definiciones que se dan del turista. Por lo que podemos concluir que se considera al Turismo como (Burkart, 1981) ‘Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del

lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destino’

### **Tipos de Turismo**

La siguiente es una tipología de turismo que ha definido la (OMT, 2014), y que han sido apropiados en cada uno de los países, según sus fortalezas.

**Turismo individual:** Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

**Turismo de masas:** Es aquel que se realiza masivamente por 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. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

**Turismo Histórico – Cultural:** Se realiza en las zonas que cuentan con un gran valor histórico. Y que ofrecen al turista un recorrido por la historia de la región y el conocimiento de esta y de su cultura.

**Etnográfico:** Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.

**Arqueológico:** Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

**Urbano:** Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.

**Itinerante:** Se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

**De compras:** Vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.

**Literario:** Motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

**Gastronómico:** Vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.

**Religioso:** Una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela.

**Termal o de salud:** Está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.

**Turismo científico:** Cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos. Se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

**Social:** Aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

**Turismo de negocios:** Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.

**Fam trips:** Los viajes de familiarización (fam trips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

**Turismo natural:** Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno.

**Rural:** Es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

**Ecoturismo:** Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

**Agroturismo:** Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.

**Agro ecoturismo:** Es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.

**Ornitológico:** Es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

**Cinegético:** Turismo enfocado a la caza deportiva de animales, existen lugares específicos (ranchos cinegéticos) donde se permite cazar a los animales que han sido criados específicamente para este fin.

**Turismo activo:** Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

**Ictio-turismo:** Es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.

**Aventura:** Aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).

**Deportivo:** La principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

## **Planes Estratégicos**

### **El Proceso de Descentralización**

La descentralización y la participación de las comunidades locales en la gestión turística constituyen un proceso basado en el diálogo y la concertación, en donde juega un papel fundamental el apoyo a la iniciativa local para que sea la propia comunidad organizada la que se convierta en la gestora de su desarrollo. (Calero, Manakin, 2014) Esta metodología permite desarrollar procesos sostenibles e integrados de gestión local, los cuales se operan a través de la elaboración del Plan Estratégico Cantonal de Turismo con el objeto de generar respuestas para garantizar la permanencia del proceso en el tiempo, que parte del consenso de una visión del lugar, priorizando actividades que comprometen y corresponsabilizan a todos los actores.

El Plan se convierte en el principal instrumento de planificación del futuro del lugar donde se ejecuta, pero no una planificación tradicional, sino a través de un amplio y rico proceso de participación ciudadana, construido de forma colectiva con los diversos sectores sociales, instituciones, organizaciones y en general representantes de la sociedad civil del lugar. Es el instrumento que recoge los principales problemas del lugar, los confronta con nuestras potencialidades y define las grandes estrategias para construir un presente con responsabilidad y solidaridad con las generaciones futuras.

### **La Planificación Local Participativa**

El proceso de concertación tuvo dos fases importantes, la primera correspondiente al proceso logístico administrativo, y la segunda referente a la conducción misma del proceso. La organización del proceso logístico administrativo, estuvo a cargo del Grupo de trabajo conformado por el Municipio y el Ministerio de Turismo, con el apoyo del coordinador del Plan Cantonal de Desarrollo. Se elaboraron las listas de participantes, se cursaron las invitaciones respectivas para poder lograr un mayor número de participantes.

El objetivo central del proceso de concertación es contribuir al debate y a la generación de consensos sobre políticas y estrategias orientadas al fomento y desarrollo del turismo a nivel cantonal en coordinación con todos los actores tanto públicos, como privados y de la comunidad.

En el Plan de Desarrollo Estratégico de Turismo servirá para realizar cambios de mejora con el propósito fundamental para conducir a un lugar por los caminos de la recuperación del turismo urbano, rural, económico–social y orientar la inversión municipal hacia las verdaderas obras de desarrollo que necesita el municipio principalmente el departamento de turismo. Y así poder establecer el Plan Operativo para el cumplimiento de las actividades.

### **Plan Operativo**

(Calero, Panakin, 2014) El plan operativo anual es un documento formal en el que se enumeran fundamentalmente, por parte de los responsables de una entidad (compañía, departamento, sucursal u oficina), los objetivos a conseguir y las acciones que permitirán alcanzarlos. El plan operativo anual debe estar perfectamente alineado con el plan estratégico, y su especificación sirve para concretar, además de los objetivos a conseguir cada año, la manera de alcanzarlos que debe seguir cada entidad pública o privada.

### **Objetivo General**

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población mediante la prestación de servicios municipales efectivos; planificando, regulando, impulsando y facilitando el desarrollo integral, con aporte de su talento humano e involucrando a los actores sociales en la gestión municipal para lograr el buen vivir.

## **Deporte**

El ser humano siempre ha tenido la necesidad de explorar, conocer y comprender el medio que lo rodea. Al principio con la finalidad primaria de sobrevivir. Esta conducta ha evolucionado hasta el presente, donde esa comprensión y conocimiento se han convertido en actividades de ocio, fundamentadas en la interacción con la naturaleza y la interpretación cultural de sus elementos. Las prácticas recreativas al aire libre en contacto con la naturaleza en el ámbito turístico reciben el nombre de Turismo Alternativo, que a su vez se desglosan en dos grandes acepciones: Ecoturismo y Turismo de Aventura. Se entiende al Turismo Alternativo como los 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. De sus grandes acepciones, el Ecoturismo se puede definir como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma. Entre los principales deportes encontramos:

### **Bungee**

El bungee consiste en lanzarse al vacío sujetado con cuerdas por los pies o la cintura con un elástico especialmente diseñado para estos efectos. En cuanto a la altura puede ser variable, puede ser desde los 30 a 50 metros, por la seguridad del participante se utiliza una cuerda y el arnés con se segueta.

### **Swing o Péndulo**

Esta disciplina se realiza a más de 100 kilómetros por hora de velocidad. Consiste en una especie de hamaca donde se recuestan los deportistas. Una cuerda sostiene a 50 metros de altura a máximo 3 personas. Y como los trapezistas, desde una plataforma, se lanzan disparados por los aires. Es algo así como el barco pirata. Caes, subes y bajas. Movimiento pendular que se repite hasta que no hay más velocidad. En esta disciplina se puede experimentar la sensación de volar.



## **Escalada libre**

La escalada es una disciplina que se realiza en una estructura de cemento irregular que imita las escabrosas murallas de piedra de las montañas. Muchos deportistas la escalan asegurados con un elástico y casco.

## **Canyoning**

El canyoning o descenso de barrancos consiste en descender por el curso de un río en sus etapas de formación, antes de ser navegable en cualquier tipo de embarcación, combinando técnicas de montañismo, espeleología y natación. Baños es definitivamente el lugar ideal para la práctica de este novedoso deporte, hágalo siempre en compañía de una operadora especializada.

## **Tuning**

Una carrera de pique es básicamente una competencia de aceleración entre dos carros que parten de la posición de parada y recorren una distancia de 1/4 de milla (402.336 Mts.), siendo el ganador el primero en llegar a la meta, es decir el que haya hecho el menor tiempo en dicho recorrido. En un deporte relativamente nuevo en el Ecuador, lleva solo 2 años. Quito e Ibarra son los lugares donde más se ha desarrollado esta actividad y existen clubes oficiales que practican las competencias en El Belén y Yaguarcocha.

## **Rafting**

Esta disciplina se la práctica en los ríos de gran afluencia donde hay la presencia de aguas rápidas que llegan su recorrido a 50 kilómetros por hora, este deporte extremo se lo practica sobre una canoa especial inflable, donde puede caber hasta 6 personas. Para la práctica de este deporte extremos se requiere usar chaleco salvavidas, casco, y las ganas de recorrer ciertos tramos del río a una velocidad considerable, donde la adrenalina se hace presente en cada rápido que se entra.

## **Kayak**

El kayak es un deporte extremo que se practica en los rápidos de los ríos en forma personal lo cual lo hace muy emocionante, a diferencia del rafting donde se puede navegar con varias personas en una balsa de goma, La práctica de este deporte es posible durante todo el año, pero al ser ríos de montañas su mayor caudal lo traen en el verano donde el río es medido por su nivel de dificultad. Fuera de la época de verano al tener menor caudal es prácticamente apto para todo tipo de público nos referimos a personas principiantes.

## **Surf**

Deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar de pie sobre una tabla, dirigiéndola gracias a unas o varas quillas situadas en la parte trasera de la tabla. (SURF, 2012)

## **Vóley de playa**

El vóley de playa o voleibol playero, es una variante del deporte de las mayas altas que se juega sobre arena, al aire libre y en trajes de baño, el equipo está integrado por solo dos jugadores a los que se les denomina dupla.

## **Bailo terapia**

Una de las actividades físicas que ha ganado muchos seguidores, su práctica se ha extendido más allá de los Gimnasios. El éxito obtenido por esta manifestación se debe a que combina la exigencia física y la autodisciplina a la que acostumbran los aeróbico, incorporándosele un contenido más lúdico aportado por el baile y la música de moda. Aunque no exclusivamente son los ritmos caribeños como el merengué, la salsa y el reggaetón los más solicitados y que disfrutan los practicantes de esta actividad física, también hay cabida para la música disco, tecno y hasta la romántica.

### **Futbol de playa**

Consiste prácticamente en el futbol tradicional, solo que este se lo realiza sobre una superficie de arena en la orilla del mar.

### **Tenis de playa**

Es un juego que se realiza entre dos jugadores cada jugador con su raqueta y una pelota, sobre la arena.

### **Correr**

Moverse con impulso y velocidad de manera que al dar los pasos, los pies quedan sin topar el suelo por un momento. (thefreedictionary)

### **Trotar**

Marcha que lleva mayor velocidad que la caminata común y corriente pero menos velocidad que el correr.

### **Caminata**

Ejercicio que se basa justamente en el caminar de manera rítmica, constante y a la velocidad o intensidad que uno desee.

### **Natación**

La natación es un deporte que se realiza en agua, sin ningún tipo de asistencia artificial y puede llevarse a cabo en espacios cerrados como piletas, así como también a cielo abierto, en grandes lagos y ríos.

### **Buceo**

El buceo es un deporte acuático que se basa en sumergirse en el agua y llegar a importantes profundidades contando siempre con la asistencia del equipo mecánico apropiado.

## **Ciclismo**

El ciclismo es una actividad física en que se usa una bicicleta para recorrer circuitos al aire libre o en pista cubierta. (ismaelfl, 2012)

## **Parapente**

El parapente es un planeador ultraligero flexible que no necesita un motor como sucede con los aviones, ni ser más ligero que el aire, como lo son por ejemplo los globos ultraligeros porque pesan menos que el piloto que lo conduce. Permite el despegue y el aterrizaje a pie sin ayuda y solamente con nuestros propios medios, flexible porque está compuesto por tejidos y materiales textiles que no conforman ninguna estructura rígida.

## **Velerismo**

Deporte náutico que consiste en controlar la dinámica de un barco propulsado solamente por el viento en sus velas.

## **Patineta**

Consta de una pequeña plataforma con ruedas sobre la que se apoya un pie mientras que con el otro se da impulso contra el suelo, y un manillar sobre una barra para dirigirlo.

## **Downhill**

Es la actividad que se realiza sobre bicicleta de montaña en terrenos montañosos.

## **Windsurf**

Es una modalidad del deporte a vela que consiste en desplazarse en el agua sobre una tabla algo similar a una de surf, provista de una vela

## **Equipos deportivos**

Para la mayoría de estos deportes es recomendable utilizar los siguientes equipos:

**Bolsa Ventral:** Permite tener a la mano pequeños objetos necesarios durante la jornada; esta bolsa puede resultar muy útil al tiempo que se lleva una mochila de espalda.

**Mochila o saco de espalda:** Una buena mochila de espalda no debe rozar, cortar o lastimar, debe proporcionar un centro de gravedad a la altura adecuada, ofrecer buena ventilación a la espalda y alta capacidad para cargas pesadas. Esta debe ser a la medida del usuario, lo cual actualmente ya no representa un gran problema, pues hoy en día casi todas las mochilas son ajustables con cintos de cintura y pecho y, cuentan con suspensión independiente.

**Mochila de Ataque:** Una mochila para caminata ligera debe proporcionar el espacio necesario para portar alimentos y agua suficientes para un día, manga, aparato fotográfico, mapa, brújula, botiquín de primeros auxilios, material de supervivencia y ropa de abrigo.

**Bastones:** Utilizados como elementos de progresión, ofrecen un gran apoyo sobre terrenos con pendientes pronunciadas; ayudan a dosificar el esfuerzo realizado, restando una gran carga de trabajo a extremidades inferiores, principalmente a las rodillas. Existen bastones rígidos o con sistema telescópico, algunos poseen un sistema de amortiguamiento adicional que absorbe en cierta medida el impacto sobre la superficie.

**Cantimploras:** Recipiente para el transporte de agua de consumo personal; puede ser fabricado de diversos materiales y/o capacidades. El modelo en la ilustración presenta las siguientes características: irrompible, material de aislamiento hecho a partir de espuma de poliuretano inyectado, cuerpo exterior en polietileno anti choque, compartimiento interior en polietileno alimentario, tapón de cierre hermético, banda de transporte ajustable y amovible, y de fácil lavado.

**Manta Térmica:** Se trata de una ligera manta metalizada de tamaño amplio para cubrir el cuerpo; tiene una doble función, ya que de acuerdo con el lado por el cual se use, puede mantener el calor reduciendo la transpiración reflejar los rayos solares para combatir el calentamiento.

**Manga o impermeable:** Para la protección contra la lluvia, se puede utilizar una manga o poncho largo de material ligero e impermeable hasta en los más mínimos detalles. Existe también vestimenta especialmente diseñada, como chamarras corta lluvia, pantalones y capuchas impermeables.

**Lámpara:** Una lámpara de mano y una más de manos libres, siempre son indispensables cuando se realizan actividades nocturnas, siempre es recomendable contar con focos y baterías de repuesto.

**Navaja de Bolsillo:** Una navaja de hoja robusta y bien afilada es indispensable para todo campista, ya que la hoja plegadiza al mantenerse doblada ayuda a evitar accidentes. Pendiendo de un cordón resistente, atada a la cintura o al cuello se puede tener siempre a la mano y evitar extraviarla.

**Bolsas de dormir:** Los criterios de selección para una bolsa de dormir deben considerar: tipo y nivel de actividad, material del tejido, resistencia e impermeabilidad del tejido, material de relleno, espacio (número de personas), forma (sarcófago o rectangular), tipo de cerradura, temperatura deseada, capacidad de aislamiento, peso, volumen y polivalencia, diseñada para transportarse en la mochila

**Colchoneta:** Un saco de dormir, aún de la mejor calidad, no aísla completamente el cuerpo del contacto con el suelo frío; las colchonetas mejoran el aislamiento y constituyen una barrera contra la humedad. Existen algunas colchonetas inflables, provistas de espuma plástica.

## **Kit de aseo personal**

Los elementos básicos son: Jabón neutro, cortaúñas, lima para uñas, espejo metálico, rastrillo, crema hidratante, crema para labios, peine, toalla (se recomienda la de tipo natación por ser ligeras, absorbentes no guardan olores), fibra para baño, cepillo y pasta dental, bloqueador solar.

## **Componentes del sistema de Señalización**

Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad. Estos pueden ser iconos, flechas o pictogramas, el crear representaciones simbólicas implica que estas sean de fácil comprensión para los usuarios al que se dirigen. Esto se logra equilibrando las divisiones semióticas acorde a su contexto. El uso adecuado del color también debe considerarse un elemento determinante en el mensaje.

## **Señalización**

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter autodidáctico, entendiéndose este como un modo de relación entre los individuos y su entorno. Precisamente la señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma instantánea y universal. (TURISMO, 2013)

## **Características**

- La señalización tiene por objetivo la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.
- Es un sistema determinante de conductas.
- El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
- Las señales preexisten a los problemas.
- Las señales han sido ya normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.
- Es indiferente a las características del entorno.
- Aporta al entorno factores de uniformidad.
- No influye en la imagen del entorno.
- La señalización concluye en sí misma.

## **Señalética**

Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos (COSTA, 1987). Es una de las formas específicas y evidentes de la comunicación funcional, cuyo campo de acción es un didactismo inmediato a través de la interacción gracias a un lenguaje que permite que la información llegue sin errores e inmediatamente al receptor al tiempo que se atiende a las características del entorno. Esta disciplina técnica colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio, y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico.

## **Características**

- La señalética identifica, regula y facilita el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno definido.
- Es un sistema optativo de acciones. Las necesidades particulares determinan al sistema.
- El sistema debe ser creado o adoptado en cada caso particular.
- Las señales son consecuencias de los problemas específicos.
- Las señales deben ser normalizadas y homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
- Se supedita a las características del entorno.
- Aporta factores de identidad y de diferenciación.
- Refuerza la imagen pública.
- Se prolonga en los programas de identidad más amplios.

## **Tipos de Señalización**

### **Señales Regulatorias (Código R)**

Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplican un requerimiento legal. La falta de incumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.

### **Señales Preventivas (Código P)**

Advierten a los usuarios de las vías sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía en sectores adyacentes.



### **Señales de Información (Código I)**

Informa a los usuarios de las vías sobre las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.

### **Señales Especiales Delineadoras (Código D)**

Delinean el tránsito que se aproximan a un lugar con cambio brusco (ancho, altura y dirección) de la vía o la presencia de una obstrucción en la misma.

### **Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales (Código T)**

Advierten, informan y guían a los usuarios viales a transitar con seguridad por los sitios de trabajos en las vías y aceras. Además alerta sobre otras condiciones temporales y peligrosas que podrían causar daño a los usuarios viales.

## **2.2 Marco conceptual**

(Burkart, 1981) **Turismo:** ‘Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destino’

(Amparo Sancho, 2008) **Sistema Turístico:** En el 2008 la OMT se refirió al sistema turístico como el conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente, como la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

(Organización Mundial del Turismo, 2014) **Sector del turismo:** El sector turismo, tal y como se contempla en la CST, es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.

(Bertoncello & Meethan, 2014) **Atractivos turísticos:** lugares con condiciones aptas para la realización de esparcimiento, también vistos como recursos.

(Crosby, 1996) **Viajero:** Cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades en su país de residencia habitual.

**Visitante:** todo tipo de viajero relacionado con el turismo.

**Visitante Interno:** son aquellos que residen en un país y que viajan por una duración no mayor a 12 meses a un lugar dentro del país pero distinto del lugar habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**Visitante Internacional:** incluyendo a toda persona que viaja por una duración no superior a 12 meses, a un país distinto del que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

(Murcia, 2014) **Turismo emisor:** es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound)

**Turismo receptor:** es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él (inbound, incoming)

**Turismo interno:** es el que realizan los residentes de un país cuando viajan dentro de él (domestic)

(Margarita Latiesa, 2006) **Turista deportivo:** turistas que tienen como refuerzo la participación activa o pasiva en algún deporte.

**Turismo deportivo:** la intencionalidad e inversión temporal del turista en actividades deportivas es el motivo fundamental de su desplazamiento.

(Española, 2014) **Deporte:** recreación, pasatiempo o ejercicio físico, por lo común al aire libre

(Galeon.com, 2014) **Deportes atléticos:** atletismo, gimnasia, halterofilia, natación o ciclismo.

**Deportes de pelota:** fútbol, béisbol, rugby, baloncesto, balonmano, voleibol o tenis.

**Deportes de combate:** boxeo, lucha libre, esgrima o artes marciales (judo, kárate...).

**Deportes de motor:** automovilismo, motociclismo o motocross.

**Deportes náuticos o de navegación:** vela, remo o piragüismo.

**Deportes de deslizamiento:** esquí o patinaje sobre hielo.

Además, existen algunos deportes que están casi más cerca de la aventura (se los suele llamar deportes de riesgo), otros que son juegos (billar, bolos, petanca) y otros relacionados con la inteligencia (como el ajedrez).

(Kotler, 2008) **Marketing:** El marketing se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales. Una de las definiciones más fuertes de marketing es “satisfacer necesidades de manera rentable”.

**Planeación estratégica orientada al mercado:** Es el proceso gerencial de lograr y mantener una congruencia viable entre los objetivos, las habilidades, y los precursores la organización, y sus cambiantes oportunidades de mercado.

(Talancón, 2014) **Análisis FODA:** alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales.

(destinos y productos turísticos del mundo, 2014) **Oferta:** en cambio, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.

**Demanda:** a demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes.

(Espanola, 2014) **Encuesta:** Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

**Población o la unidad muestral:** es el conjunto del cual se quiere conocer su opinión. (Orfelio.G.leon, 2003)

### **2.3 Marco Legal**

Para llevar a cabo el proyecto debemos regirnos a las normativas vigentes referentes a señalización y accesibilidad. (Norma RTE INEN 042 adjunta).

Además es importante que se garantice el cumplimiento de la Ley del Turismo en la ciudad, por parte del municipio. (Ley de Turismo, ver ANEXO #1).

Este proyecto se ampara dentro de las líneas de acción del MINTUR de la República del Ecuador tal como lo podemos ver en el recuadro del ANEXO #2.

El proyecto se rige en base a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir:

- Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas.
- Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.
- Objetivo 12: Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA**

La acción participativa es el proceso de la investigación que desarrolla esta idea con el fin de que la comunidad se involucre (ORFELIO LEON, 2002).

#### **3.1 Método de investigación**

El método de investigación que se utilizara en el proyecto será el método de acción participativa, este es un método que se pasa de investigar para la comunidad a investigar desde la comunidad.

#### **3.2 Enfoque de la investigación**

Para este proyecto de investigación se utilizara un enfoque cualitativo, es aquel que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas habladas o escritas, el cual puede ser mixto.

#### **3.3 Contacto con la comunidad**

Dentro de este primer paso englobamos los tres primeros puntos que enumera (MONTERO, 1984), la toma de contacto o selección de una comunidad mediante contactos informales e intercambio de documentos y el inicio formal del proceso a través de reuniones con miembros de la comunidad o grupos organizados dentro de la misma. Se trata de establecer los contactos entre comunidad e investigadores para que el proceso que puede ser motivado tanto por la llamada de la comunidad como por el interés de los investigadores.

Conviene indicar que el grado de participación de los diferentes miembros de la comunidad no tiene por qué ser el mismo, en cada proceso será configurando el equipo investigador en el que siempre habrá algunas personas de la comunidad y se establecerán las vías de integración para los demás.

#### **3.4 Elaboración del plan de acción**

En este paso se agrupan la identificación de necesidades, la jerarquización de su importancia, la selección de un problema entre las necesidades detectadas y el establecimiento de un plan de acción. En este momento del proceso es importante que las relaciones entre comunidad y equipo de investigación estén claras y que las diferentes vías de participación estén bien implantadas para que estos procesos de

recogida de información y toma de decisiones sobre las necesidades y problemas, modos de abordarlos sean lo más valioso posible.

### **3.5 Implantación del curso de acción**

Es fundamental implicar el mayor número de participantes teniendo en cuenta el tipo de tareas, el nivel de adiestramiento y el propio plan de intervención. Es necesario establecer los indicadores mediante los cuales se van a registrar los diferentes aspectos de la actividad en desarrollo y entrenar en su uso a los miembros de la comunidad encargados de hacerlo. El proceso de aplicación debe de estar en continua revisión para que la implantación sea exitosa. Es necesario dejar claro cuáles son los indicadores relativos al impacto del mismo.

### **3.6 Evaluación**

En la última fase del proceso se lleva a cabo la evaluación del mismo: su implantación, su impacto y la calidad del proceso, en un primer momento, es el equipo quien se hace cargo del análisis utilizando todo tipo de estrategias, pero el proceso finaliza con la devolución sistemática a la comunidad de la información y el conocimiento generado mediante el mismo. En este sentido se recomienda el uso de técnicas de comunicación y lenguaje que hagan ese conocimiento accesible para todos. En las propuestas de los defensores de la investigación-acción participativa late la crítica a las prácticas investigadoras en las que un grupo de expertos, habitualmente académicos, se acerca a un ámbito determinado a proponer una investigación que, por regla general, solo tiene impacto inmediato en el currículo de los investigadores.

El resumen está organizado en función de las características de cada uno de ellos incluyendo su definición, tipos, las disciplinas en las que se originaron, las técnicas recogidas de datos más usuales y los pasos en los que se articula cada uno de ellos.

### **3.7 Tamaño de la Muestra**

Para el cálculo de tamaño de muestra escogeremos la formula finita, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" ó sea el número total de turistas que visitan el norte de la Costa Ecuatoriana.

Dónde:

- N:** Total de la población
- Z $\alpha$ :** 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- P:** Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- Q:** 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- D:** Precisión (en su investigación use un 5%).

Basada en la información obtenida en el Boletín #5 de los Indicadores de Turismo del Ministerio de Turismo e información otorgada por la Dirección de Turismo del Cantón Sucre, hemos calculado un número de 385.459 visitantes hacia la ciudad de Bahía y ciudades cercanas para nuestro cálculo de muestra.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = 385.459 * 1.96 (0.05*0.95) / 0.05*(385.459-1) + 1.96*0.05*0.95= 386$$

La muestra es de 386 encuestas y parte de ellas se realizaron en la ciudad de Guayaquil (terminal terrestre y aeropuerto de la ciudad), en la ciudad de Manta (Aeropuerto y terminal terrestre) así como también en la ciudad de Bahía.

El cuestionario de preguntas utilizadas en la encuesta, se puede observar en el ANEXO #3.

## CAPITULO IV

### DIAGNÓSTICO DE LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARAQUEZ

Bahía de Caraquez es una ciudad con mucho potencial turístico. Durante muchos años el turismo fue una fuente fundamental del crecimiento económico del lugar, pero gracias diferentes factores se ha ido estancando.

Esta ciudad no ha sido estudiada de la manera correcta, ni han implantado planes estratégicos necesarios que la hagan crecer al largo plazo en cuestiones económicas, es por esto que se decide realizar un diagnóstico de sus atractivos turísticos y deportivos como eje fundamental de una propuesta de promoción y crecimiento de la ciudad.

Esta información fue recolectada en base a fichas de atractivos turísticos del MINTUR, observación directa y en una reunión con la Directora de Turismo Cantonal.

Bahía de Caraquez posee diferentes atractivos turísticos como:

#### El Museo de Bahía de Caraquez

##### Foto 1. Museo Bahía de Caraquez



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo



Está ubicado en el Malecón Alberto F. Santos y Aguilera en el centro de la comunidad urbana. Es un atractivo cultural donde el arte, la prehistoria y la cultura de toda la costa norte del Ecuador se encuentra. Se puede disfrutar todo el año menos los días lunes que son de descanso para el personal, tiene un horario de atención de las 9am – 5pm y es utilizado por turistas nacionales, extranjeros y la comunidad ya que cuenta con biblioteca, cyber, sala de cine, sala de talleres, auditorio, cuartos para huéspedes en eventos especiales (artistas, músicos, cuentacuentos, políticos, etc.). De acuerdo a la información de la administración del museo cuenta con una cantidad de 15 visitantes entre semana, 11 los fines de semanas y un aproximado de más de 10 visitantes los días de feriado.

Existen regulaciones en cuanto a no tocar las piezas valiosas del museo, como vasijas, piedras preciosas, figuras de cerámica, cuadros, etc. Este lugar produce impactos sociales positivos, ya que se integra al visitante con la historia del lugar y se incentiva a recorrer más la zona. Las vías de acceso al atractivo están en buenas condiciones todo el año y están asfaltadas y pavimentadas. Existe señalética vial para llegar al lugar ya sea en bus local, camioneta, taxis de Bahía o San Vicente y triciclos de Bahía todo el tiempo; En el Museo existe el servicio de guianza local gratuito y cerca hay quioscos y restaurantes donde se puede comer y/o comprar artesanías.

## **La Isla Corazón**

**Figura 1.** Ruta Isla Corazón



**Fuente:** Pagina de Isla Corazón en Facebook

Es un Área Protegida que se localiza a 8 kilómetros de Bahía de Caraquez, tiene influencia directa de los ríos Chone y Carrizal. Se encuentra vinculada con los cantones: Tosagua, Bolívar, Junín, Chone, San Vicente y Sucre que conforman la cuenca hidrográfica del Estuario del Río Chone. Puede ser visitada durante todo el año y los lugareños son los encargados de guiar a los turistas. El atractivo actualmente se encuentra conservado y está a cargo de la misma comunidad con ayuda de diferentes instituciones nacionales e internacionales que trabajan con la Dirección de Turismo Cantonal.

La Isla está en tierra comunal y ha estado en constante reforestación para conservarla en buen estado. Existen restricciones en el atractivo ya que es un área protegida y tiene que ser manejada y utilizada con cuidado sin dañarla. Tiene un impacto natural positivo ya que alberga a muchas especies de flora y fauna. Así mismo es un sitio muy importante para la sociedad ya que pescadores realizan sus actividades dentro de la isla y sus alrededores. Entre las actividades más comunes a realizar son observación de flora y fauna, caminatas, gastronomía, paseos en canoa por dentro del manglar, kayak, pesca artesanal y picnics planeados. La isla posee un muelle, senderos, un mirador, refugio y ofrece servicios de guianza, un poco de historia sobre la isla por medio de videos audiovisuales, caminatas y almuerzos para grupos en la comunidad.

Las vías de acceso a la isla están en buen estado. Existe señalización en San Vicente y Bahía para la identificación del atractivo y se puede llegar en buses locales de bahía y San Vicente, en buses Intercantoniales como la Tosagüña, en taxis de las mismas ciudades o en lancha por el muelle de Bahía.

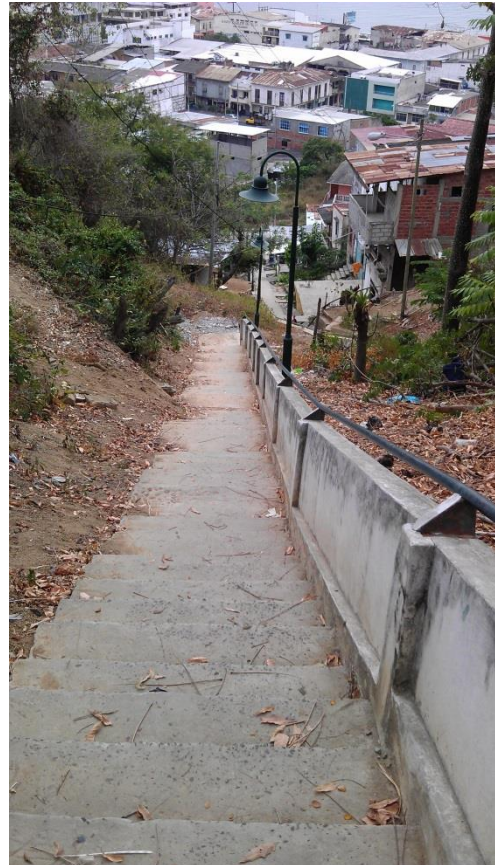
## Mirador La Cruz

**Foto 2.** Mirador la Cruz



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

**Foto 3.** Escalinatas de la Cruz



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

El mirador está ubicado en el punto más alto de Bahía de Caraquez, en el barrio “La Cruz”. El atractivo forma parte del patrimonio cultural de Bahía. Es una pieza arquitectónica tradicional que no solo puede ser apreciada desde todo Bahía sino que otorga una panorámica que abraza toda la ciudad. Está abierto los 365 días del año, con horarios (7am – 8pm). La entrada no cuesta y el acceso es muy fácil, por lo que no solo turistas sino también locales disfrutan del sitio regularmente. Se puede subir por las gradas o en carro por el barrio.

Diariamente unas 20 personas visitan el mirador en días normales, pero en feriados no es extraño encontrar filas para ingresar, según datos de residentes aledaños. Se encuentra en un buen estado de conservación general y a cargo del gobierno seccional. Fue construido hace 6 años aproximadamente y no ha tenido problemas significativos más allá de un deterioro natural de la pintura. La estructura se encuentra bien, aunque por precaución se recomienda el uso de las escaleras una persona a la vez.

El mirador ha aportado a la sociedad brindándole un lugar con una vista increíble, fácil acceso, buen mantenimiento y limpieza. Sin embargo, una vez cerrado no es muy difícil ingresar por el cerramiento, por lo que pasada la hora del cierre se suele volver un lugar de recreación nocturna para la que no fue construido el mirador. La incidencia ambiental del mirador no ha sido significativa. Durante todo el año podemos acceder al mirador por una pequeña vía pavimentada de dos carriles y debidamente señalizada vial y turísticamente. Se puede llegar en bus, carro particular, taxis, bicicletas o caminando por las gradas.

En el mirador no existe ningún local comercial. Por el flujo de personas sería conveniente un bar o quiosco en las inmediaciones. Es uno de los mejores puntos de observación del patrimonio cultural y natural de Bahía de Caraquez.

## La playa

**Foto 4.** Deportista en Bahía



**Fuente:** Club “El Faro”

**Foto 5.** Atardecer en Bahía



**Fuente:** Cristina García

La playa rodea Bahía de Caraquez. Es el atractivo natural más visitado de Bahía. Gracias al clima se puede disfrutar durante todo el año. Es muy concurrido a diario por los habitantes, quienes realizan eventos deportivos como campeonatos de futbol playero, o volley o tenis de playa, además de surf, natación, kayak etc. Entre 50 y 100 personas visitan la playa cada día en días normales. En feriados pueden superar los 1000. Se encuentra siempre en buen estado de conservación, ya que los bahienses no tienen la costumbre de dejar sus desechos en la arena, y normalmente recogen desperdicios que se hubieren encontrado previamente en el lugar.

Se realizan con frecuencia actividades de minga y limpieza. No se puede ingresar con vehículos a motor a la arena. Muchos pescadores realizan sus actividades de pesca de camarón y pescados en la playa, y es un sitio de sano esparcimiento para deportistas y

turistas, a la vez que forma parte del ecosistema del lugar. Existen ingresos con escaleras del malecón a la playa alrededor de todo el malecón en muy buen estado de conservación, al igual que la señalización informativa vial y turística acerca de los accesos y uso de la playa. Alrededor de la playa hay muchos locales comerciales que satisfacen la demanda de turistas y locales.

## **Saiananda**

**Foto 6.** Hostería Saiananda



**Fuente:** Hostería Saiananda

Saiananda es una eco - hostería ubicada en el km 8 de la ciudad de Bahía. La comunidad más cercana es la parroquia de Leónidas Plaza a unos 4km. Esta sobre el estuario y su apertura es de todo el año. Era un zoológico, ahora sus animales forman parte de la maravillosa experiencia que este sitio brinda. La hostería tiene visitantes durante todo el año, la mayoría extranjeros que llegan en veleros, fanáticos de los animales, la comida vegetariana y el budismo. El lugar se encuentra conservado y es privado, se han integrado más cosas al lugar como cabañas sobre el estuario y equipo de deportes acuáticos. Según el reglamento interno de la hostería existen reglas sobre el cuidado del lugar y los animales.

Saiananda impacta de manera positiva al medio ambiente ya que son amantes de la naturaleza y la protegen con proyectos armónicos y refugiando animales sin hogar. Las vías terrestres de acceso al lugar están pavimentadas y se encuentra en la carretera principal del ingreso a Bahía y la fluvial sería por el gran estuario con llegada al muelle del atractivo. Se puede llegar en Bus intercantonal al terminal y 1km después está el lugar, también en buses locales. En camioneta, velero, canoa, lancha, y taxis de la ciudad también es una opción.

En el atractivo existe un restaurante, un bar, servicio de guianza, y se puede disfrutar de la paz y tranquilidad de la naturaleza, se pueden realizar deportes acuáticos o extremos, picnics, camping, paseos en canoa, caminatas, entre otros. Las instalaciones cuentan con refugio de animales, muelle, circuito de senderos, casa antigua, templo y un túnel que une el lugar a la montaña de al frente.

## **Ciclo Vía**

**Foto 7.** Deportistas de Bahía



**Fuente:** Club “El Faro”

**Foto 8.** Ciclo vía – Puente “Los Caras”



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo



El atractivo se encuentra en la carretera Bahía – Canoa, la comunidad más cercana es Bahía y se lo considera un atractivo para el deportista. La carretera está abierta todo el año. Se encuentra pavimentada, en muy buen estado, es pública, y es restaurada ya que antes era de 2 carriles, ahora de 4. Tuvo un impacto natural negativo ya que la mayoría de vegetación donde está esta carretera de 4 carriles desapareció, pero tiene impactos positivos sociales ya que las personas disfrutan menos horas de viaje, sin baches, y ruta larga para realizar deportes de bicicleta o trote.

Tiene una buena señalética turística y urbana, a lo largo de ella hay restaurantes, bares, hosterías, campings, tiendas que satisfacen las necesidades de visitantes o deportistas. Se puede llegar en todo bus inter - cantonal o local y taxi de la ciudad de Bahía de Caraquez o San Vicente.

### **Refugio de la Tortuga Galápagos Miguelito**

El atractivo se encuentra dentro de la ciudad de Bahía, en una escuela llamada Miguel Valverde, se puede ingresar durante los días de semana en el horario de 1 – 5 pm y es cuidado por las personas que trabajan en la escuela. El refugio ha sido restaurado dándole un mejor lugar donde vivir a la tortuga Miguelito, ya que no se puede sacarla de ahí porque ese fue siempre su hogar. El atractivo está a cargo de la oficina de turismo del municipio y las visitas a Miguelito son al público sin costo.

Hay reglas de acuerdo al cuidado del lugar ya que es el refugio de un animal muy viejo y legendario y aparte porque es una escuela. Este lugar ha tenido impactos sociales positivos son la comunidad ya que los niños y visitantes interactúan entre si y aprenden sobre la especie y sus cuidados. Se accede al lugar por el centro de la ciudad en taxi o camioneta particular llegando al barrio San Roque donde está la escuela. La zona esta asfaltada, y empedrada y no posee ninguna actividad recreativa o servicios turísticos. Solo información en carteles.

## El malecón

**Foto 9.** Surfistas en el Malecón de Bahía



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

**Foto 10.** Deportistas del club “El Faro” en el Malecón



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

El malecón se encuentra bordeando la ciudad de Bahía, está a disposición de los turistas durante todo el año, se lo utiliza para descansar, ver las caídas del sol, escuchar música, y hacer deportes como bicicleta, patines, trote y caminatas. En si bordea la playa y tiene entradas a ella. Es un sector público, y ha sido restaurado. Ha tenido un impacto

social positivo ya que es el lugar preferido de locales y turistas para estar con amigos o familia viendo el mar. Se puede llegar en taxi, camioneta o triciclo. Existe señalética turística y urbana en todo el malecón y posee locales de comida, restaurantes, tiendas, etc.

### **Pista de Patinaje**

**Foto 11.** Bailo terapia en la Pista de Patinaje - Bahía



**Fuente:** Cristina García - Paola Garofalo

La Pista se encuentra dentro de la ciudad en el inicio del nuevo malecón, es un atractivo deportivo y familiar. Se tiene acceso todo el año sin costo. Todas la tarde y noches turistas y locales llevan a sus hijos a que practiquen su deporte favorito entre ellos bicicleta, patinaje, y football; Como también adultos practican el baile. Fue restaurado y modernizado, es abierto al público sin costo. Tiene un impacto social positivo muy bueno por que une a distintas personas a intercambiar cultura y conocimientos. Se puede llegar a él por Bahía en Taxi, camioneta, triciclo y a pie. Existe señalética adecuada y cuenta con bares, restaurantes y tiendas a su alrededor.

## **Playa de Chirije**

Está rodeado por 238 hectáreas de Bosque Seco Tropical y kilómetros de playas vírgenes. Este valle es un lugar donde la prehistoria y la arqueología se juntan. Se puede acceder a la playa en carro particular o taxi desde Bahía, o en panga o lancha desde la playa dependiendo de la Marea. Existe un sendero que viene de Bahía de Caraquez por donde se puede llegar en bicicleta o caminando.

Gracias a muchos arqueólogos y científicos que han contribuido a las investigaciones en Chirije, localizaron piezas faltantes del rompecabezas de la antigüedad de la costa del Ecuador. (Tamariz, 2014) En este sitio se pueden encontrar muchas cerámicas, piedras y conchas arqueológicas, así como también restos de huesos de las culturas Bahía, Jama Coaque, Chirije y Manteño (500 aC a 1534 dC). En el lugar a hay un museo donde se puede disfrutar y aprender mucho de la arqueología y aparte se considera un punto muy especial para realizar un Astro Turismo y Turismo Ufológico.

## **Playa “La Bellaca”**

**Foto 12.** Punta “La Bellaca”



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

También conocida como ‘La Gringa’, La Bellaca es una playa de un aproximado de 4km, localizada a 5 minutos de la ciudad de Bahía que se encuentra a disposición de los turistas todo el año. Se puede acceder desde Bahía por la playa dependiendo de la Marea y por la parroquia de Leónidas Plaza en carro particular o taxi.

La playa está en buen estado de conservación, locales y visitantes practican el surf o windsurf como actividades deportivas, también se realizan trotes o caminatas. Tiene una zona de montaña rocosa con 4 capas bien resistentes donde se puede realizar escaladas para los amantes de este deporte.

No existen locales o quiscos de comida a su alrededor por lo que hay que llevar refrigerios ya que esta apartada de la ciudad.

### **Reserva Privada Cerro Seco**

**Foto 13.** Reserva ecológica “Cerro Seco”



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

La reserva Cerro Seco es un punto muy atractivo para esta eco ciudad, ha sido utilizada para investigaciones de Andes Tropicales como sector de avistamiento y protección de aves; es nombrada reserva por el Sub sistema de reservas privadas, se clasifica como sitio natural de bosque seco y se encuentra en el barrio de Bella Vista de

la ciudad de Bahía. Se puede acceder al lugar en taxi y/o caminando, ya que las vías son de tierra. Existe desde el año de 1996 y trabaja con diferentes fincas (9) que se encuentran en el mismo sistema de montañas del lugar con un sendero que va desde la ciudad de Bahía que comienza en Cerro Seco, pasando por la Bellaca, Chirije y hasta San clemente.

Es un sendero de 47km, de los cuales 12 km están señalizados. La entrada sin guianza cuesta \$1.50 y con guianza \$10 ya que es muy informativo y pedagógico, dura más o menos 20 minutos el recorrido y hay planes de construcción de una hostería ecológica, que pretende recibir máximo a 12 personas hasta Agosto del 2014 como primera prueba.

Este sistema de montañas y el sendero en ellas permite a turistas realizar caminatas y bicicleta, y se une con otra entrada por la comunidad Las Coronas a 20 km de la Ciudad de Bahía, que pasa por diferentes montañas y comunidades como La Florida, Los Pechiches, Los Caras, Punta Blanca, hasta Bahía. Torneos de Downhill se pueden realizar en esta zona de 37km por el bosque seco y la gran vista que se tiene a las diferentes playas del sector.

También existen localidades donde se pueden hacer deportes grupales con solo pedir un permiso en la Liga de la ciudad como:

- El Coliseo Eloy Alfaro Bahía donde se juega básquet y se hacen torneos de artes marciales y eventos de baile.

**Foto 14.** Coliseo Eloy Alfaro



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

- La Cancha de Football Eloy Alfaro y la cancha sintética del barrio el Astillero donde se hacen torneos de balón pie.

**Foto 15.** Cancha de Football Eloy Alfaro



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo

- La Piscina Eloy Alfaro donde se realizan campeonatos de natación.

**Foto 16.** Piscina Eloy Alfaro



**Fuente:** Alejandra García

- Bahía Tenis Club, donde se realizan torneos de tenis.

**Foto 17.** Canchas de Tenis - Bahía Tenis Club



**Fuente:** Cristina García – Paola Garofalo



- La cancha de Volley.

En el área del faro de Bahía, se reúne un club llamado ‘El Faro’ creado por la comunidad de Bahía, a realizar deportes todas las mañanas y las tardes, más de 100 personas se encuentran y con entrenadores estadounidenses realizan un sin número de ejercicios que fortalecen el cuerpo y alma ya que se apoyan mutuamente al mejoramiento constante y es totalmente gratuito.

**Foto 18.** Deportistas Club “El Faro”



**Fuente:** Club “El Faro”

Todos estos lugares y atractivos destinados al deporte son ideales para el deportista, ya que tienen la naturaleza a su lado, paisajes inolvidables, buena infraestructura y planta turística y lo mejor es que la comunidad tiene esta cultura deportiva e incentiva cada vez más al resto de personas a seguirlos.

#### **4.1 Catastro Bahía de Caraquez 2014**

(Sucre, 2014) El Catastro indica que entre Cabañas, Hostales, Hostales Residencia, hoteles y pensiones de primera, segunda y tercera categoría da un total de 230 habitaciones, 565 plazas, 102 Mesas y 408 sillas para recibir a visitantes.

En la Parroquia de Leónidas Plaza indica que entre Cabañas, Hostales, Hosterías, Moteles y Pensiones de primera, segunda y tercera categoría da un total de 56 habitaciones, 87 plazas, 18 Mesas y 80 sillas para recibir a visitantes.

En cuanto a restaurantes, fuentes de soda y bares de primera, segunda, tercera y cuarta categoría en Bahía de Caraquez hay un total de 904 plazas y 227 de mesas.

Véase en ANEXO #4 - CATASTRO 2014

## CAPITULO V

### ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

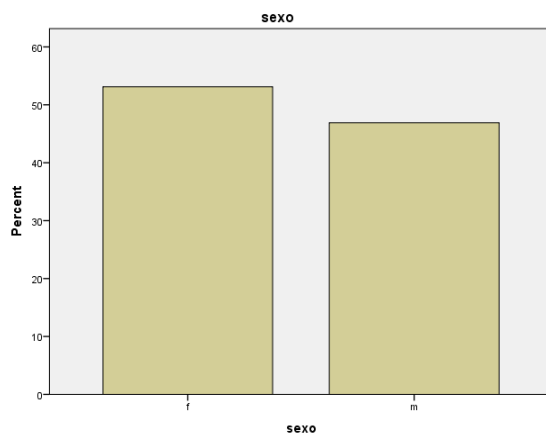
#### 5.1 Objetivo General de la Encuesta

Saber si los turistas que viajan a la Costa Norte del Ecuador están interesados en realizar deportes en un destino de sol y playa (en este caso Bahía), mientras disfrutan de sus vacaciones.

#### 5.2 Análisis de los resultados de las Encuestas

Para la tabulación y análisis de la encuestas se utilizó el Programa de IBM SPSS Statistics (Véase en ANEXO #5), el cual nos permitió saber si el proyecto de Titulación es factible o no, con respecto a las opiniones de turistas nacionales sobre el tema propuesto.

##### 1. Genero



**Grafico 1.** Identificación de Genero

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 1.** Identificación de Genero

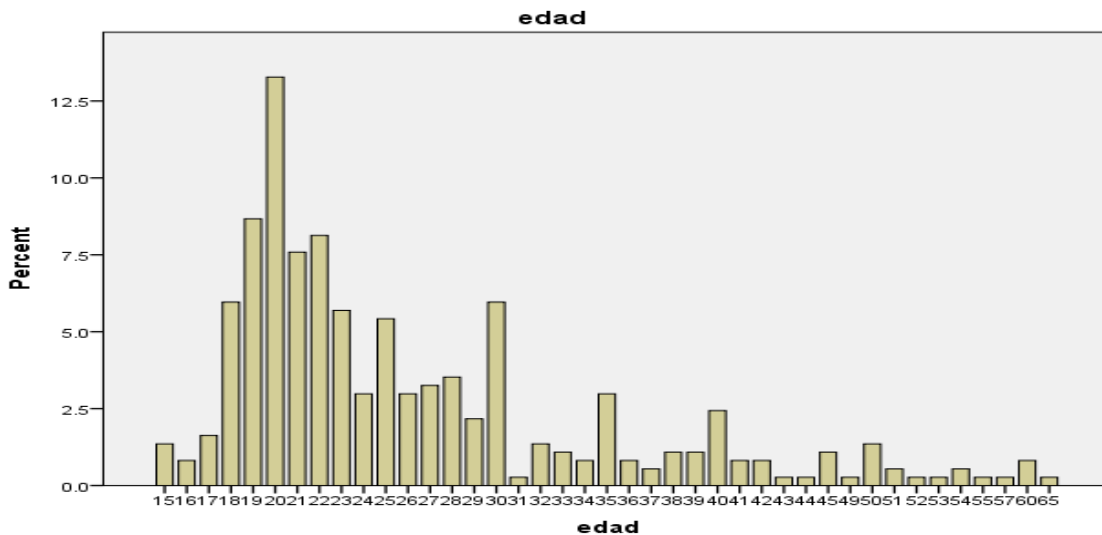
<b>Sexo</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
F	205	53.1	53.1	53.1
Valid M	181	46.9	46.9	100.0
Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Se puede observar que la mayoría de encuestados fueron mujeres con un 53.1 % .

**2. Edad**



**Gráfico 2.** Identificación edad

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 2. Identificación edad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
15	5	1.3	1.4	1.4
16	3	.8	.8	2.2
17	6	1.6	1.6	3.8
18	22	5.7	6.0	9.8
19	32	8.3	8.7	18.4
20	49	12.7	13.3	31.7
21	28	7.3	7.6	39.3
22	30	7.8	8.1	47.4
23	21	5.4	5.7	53.1
24	11	2.8	3.0	56.1
25	20	5.2	5.4	61.5
26	11	2.8	3.0	64.5
27	12	3.1	3.3	67.8
28	13	3.4	3.5	71.3
29	8	2.1	2.2	73.4
30	22	5.7	6.0	79.4
31	1	.3	.3	79.7
32	5	1.3	1.4	81.0
33	4	1.0	1.1	82.1
34	3	.8	.8	82.9
35	11	2.8	3.0	85.9
Valid 36	3	.8	.8	86.7
37	2	.5	.5	87.3
38	4	1.0	1.1	88.3
39	4	1.0	1.1	89.4
40	9	2.3	2.4	91.9
41	3	.8	.8	92.7
42	3	.8	.8	93.5
43	1	.3	.3	93.8

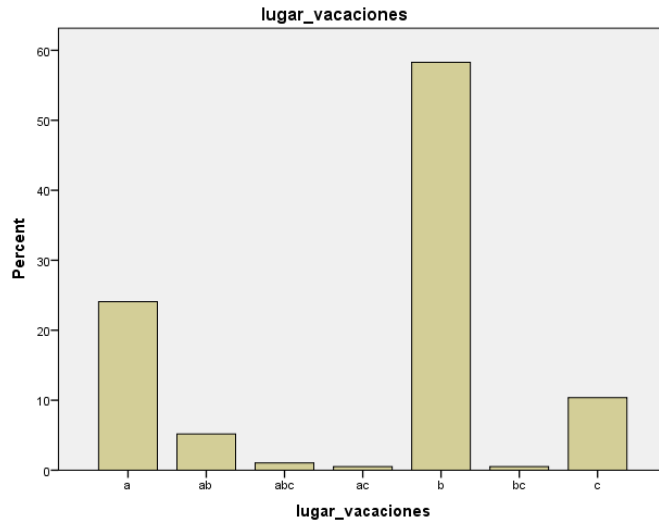
44	1	.3	.3	94.0
45	4	1.0	1.1	95.1
49	1	.3	.3	95.4
50	5	1.3	1.4	96.7
51	2	.5	.5	97.3
52	1	.3	.3	97.6
53	1	.3	.3	97.8
54	2	.5	.5	98.4
55	1	.3	.3	98.6
57	1	.3	.3	98.9
60	3	.8	.8	99.7
65	1	.3	.3	100.0
Total	369	95.6	100.0	
Perdida Sistema	17	4.4		
Total	386	100.0		

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Se puede observar que existen rangos de edad entre 15-20 años en un 30%, de 20-30 años en un 50%, de 30 a 40 años en un 12% y entre 40 a 65 años en un 8%.

**3. ¿Con que frecuencia visita otras ciudades por vacaciones?**



**Grafico 3.** Encuesta pregunta #2

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 3.** Encuesta pregunta #2

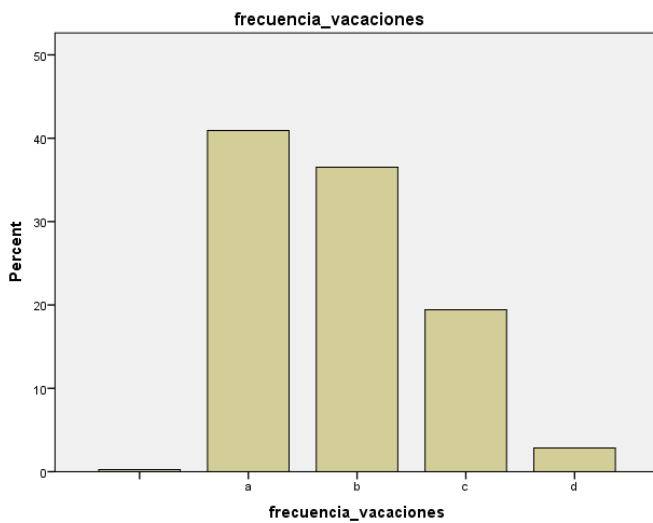
		<b>lugar_vacaciones</b>			
		Freuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valid	A	93	24.1	24.1	24.1
	Ab	20	5.2	5.2	29.3
	Abc	4	1.0	1.0	30.3
	Ac	2	.5	.5	30.8
	B	225	58.3	58.3	89.1
	Bc	2	.5	.5	89.6
	C	40	10.4	10.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que el lugar más visitado en vacaciones por el turista es la opción B que corresponde a playa, seguido de A que corresponde a sierra y luego C que corresponde a Oriente.

**4. ¿Con que frecuencia visita otras ciudades por vacaciones?**



**Grafico 4.** Encuesta pregunta #3

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 4.** Encuesta pregunta #3

		frecuencia_vacaciones			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
		1	.3	.3	.3
Valid	A	158	40.9	40.9	41.2
	B	141	36.5	36.5	77.7
	C	75	19.4	19.4	97.2



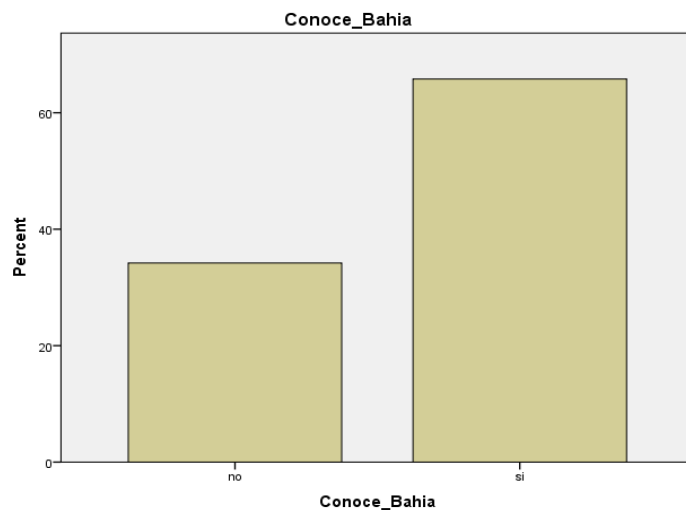
D	11	2.8	2.8	100.0
Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que de acuerdo a la frecuencia con la que viajan, la mayoría de turistas eligió la opción A de 1-2 veces al año, seguida de la opción B 3-4 veces al año, seguida de la opción C 5-6 veces al año y muy pocos la opción D de nunca.

**5. ¿Conoce usted la ciudad de Bahía de Caraquez?**



**Gráfico 5.** Encuesta pregunta #4

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 5.** Encuesta pregunta #4

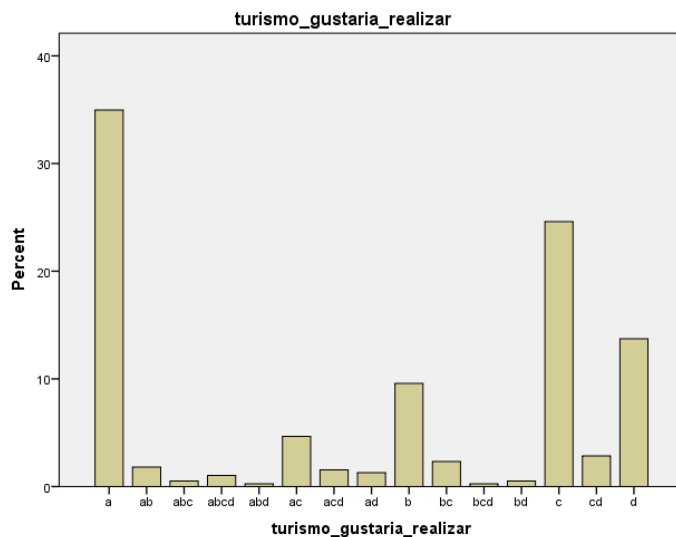
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
no	132	34.2	34.2	34.2
Valid si	254	65.8	65.8	100.0
Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de encuestados conocen la ciudad de Bahía con un 65.8%.

**6. ¿Qué clase de turismo le gustaría realizar?**



**Grafico 6.** Encuesta pregunta #5

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 6.** Encuesta pregunta #5

turismo_gustaria_realizar				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
A	135	35.0	35.0	35.0
ab	7	1.8	1.8	36.8
abc	2	.5	.5	37.3
abcd	4	1.0	1.0	38.3
abd	1	.3	.3	38.6
ac	18	4.7	4.7	43.3
acd	6	1.6	1.6	44.8
ad	5	1.3	1.3	46.1
B	37	9.6	9.6	55.7
bc	9	2.3	2.3	58.0
bcd	1	.3	.3	58.3
bd	2	.5	.5	58.8
Valid				

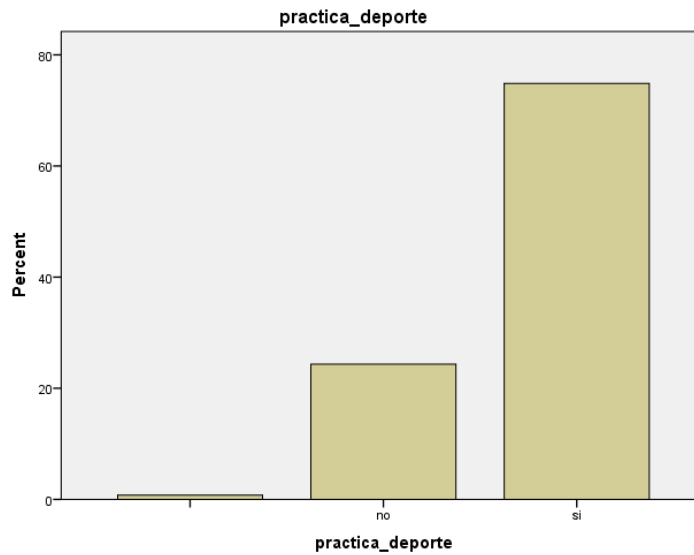
C	95	24.6	24.6	83.4
cd	11	2.8	2.8	86.3
D	53	13.7	13.7	100.0
Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de encuestados prefieren realizar la opción A que corresponde Turismo de Aventura, le sigue la opción C que corresponde a Turismo Deportivo, la opción D que corresponde a Turismo de Naturaleza y la opción B que corresponde a Turismo Ecológico.

**7. ¿Practica algún deporte?**



**Grafico 7.** Encuesta pregunta #6

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 7.** Encuesta pregunta #6

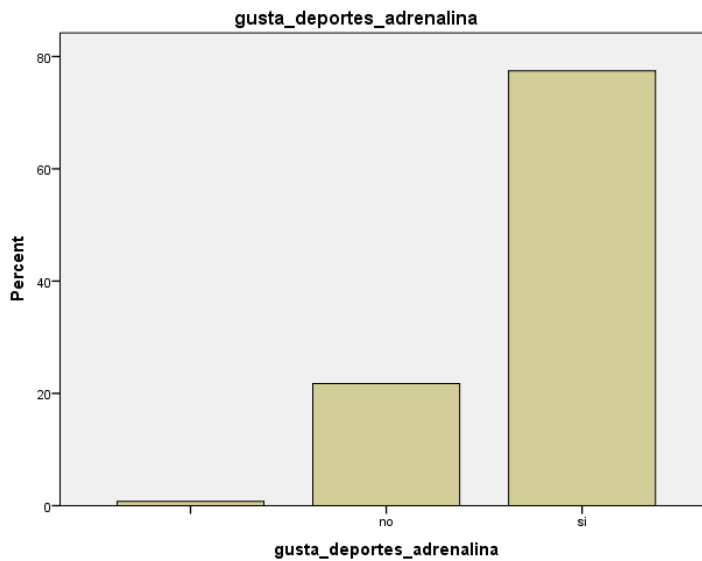
		practica_deporte			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valid	No	3	.8	.8	.8
	Si	289	74.9	74.9	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de encuestados con un 74.9% practican deportes.

**8. ¿Gusta de los deportes que proporcionan adrenalina?**



**Grafico 8.** Encuesta pregunta #7

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 8.** Encuesta pregunta #7

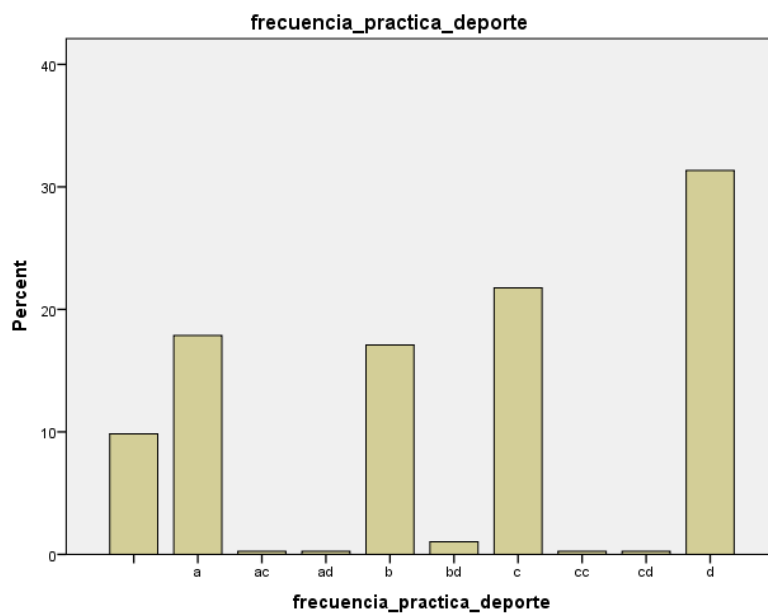
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valid	No	3	.8	.8	.8
	Si	84	21.8	21.8	22.5
	Si	299	77.5	77.5	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de encuestados con un 77.5% dijeron que si les gusta los deportes que proporcionan adrenalina y el resto con un 21.8% dijo que no.

### 9. ¿Con que frecuencia lo practica?



**Grafico 9.** Encuesta pregunta #8

Fuente: Información del proceso de encuesta

Elaboración: Propia

**Cuadro 9.** Encuesta pregunta #8

frecuencia_practica_deporte				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valid	38	9.8	9.8	9.8

A	69	17.9	17.9	27.7
Ac	1	.3	.3	28.0
Ad	1	.3	.3	28.2
B	66	17.1	17.1	45.3
Bd	4	1.0	1.0	46.4
C	84	21.8	21.8	68.1
Cc	1	.3	.3	68.4
Cd	1	.3	.3	68.7
D	121	31.3	31.3	100.0
Total	386	100.0	100.0	

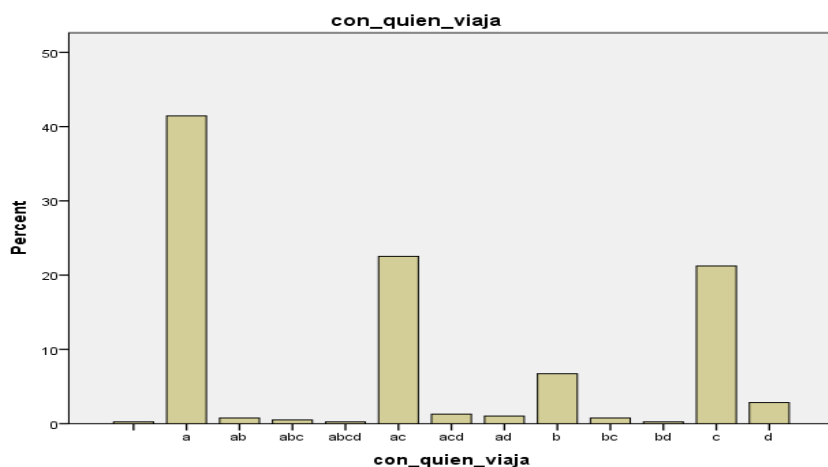
**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que con un 31.3% eligieron la opción D que corresponde a realizar deportes en vacaciones, seguida de la opción C con un 21.8% que corresponde a el fin de semana, luego la opción A con un 17.9% que corresponde a 1 vez a la semana, la opción B con 17.1% que corresponde a 3 veces por semana y por último la opción blanca de 9.8% que es nunca.



### 10. ¿Con quién viaja fuera de la ciudad?



**Grafico 10.** Encuesta pregunta #9

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 10.** Encuesta pregunta #9

con_quien_viaja				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
	1	.3	.3	.3
A	160	41.5	41.5	41.7
Ab	3	.8	.8	42.5
Abc	2	.5	.5	43.0
abcd	1	.3	.3	43.3
Valid Ac	87	22.5	22.5	65.8
Acd	5	1.3	1.3	67.1
Ad	4	1.0	1.0	68.1
B	26	6.7	6.7	74.9
Bc	3	.8	.8	75.6
Bd	1	.3	.3	75.9

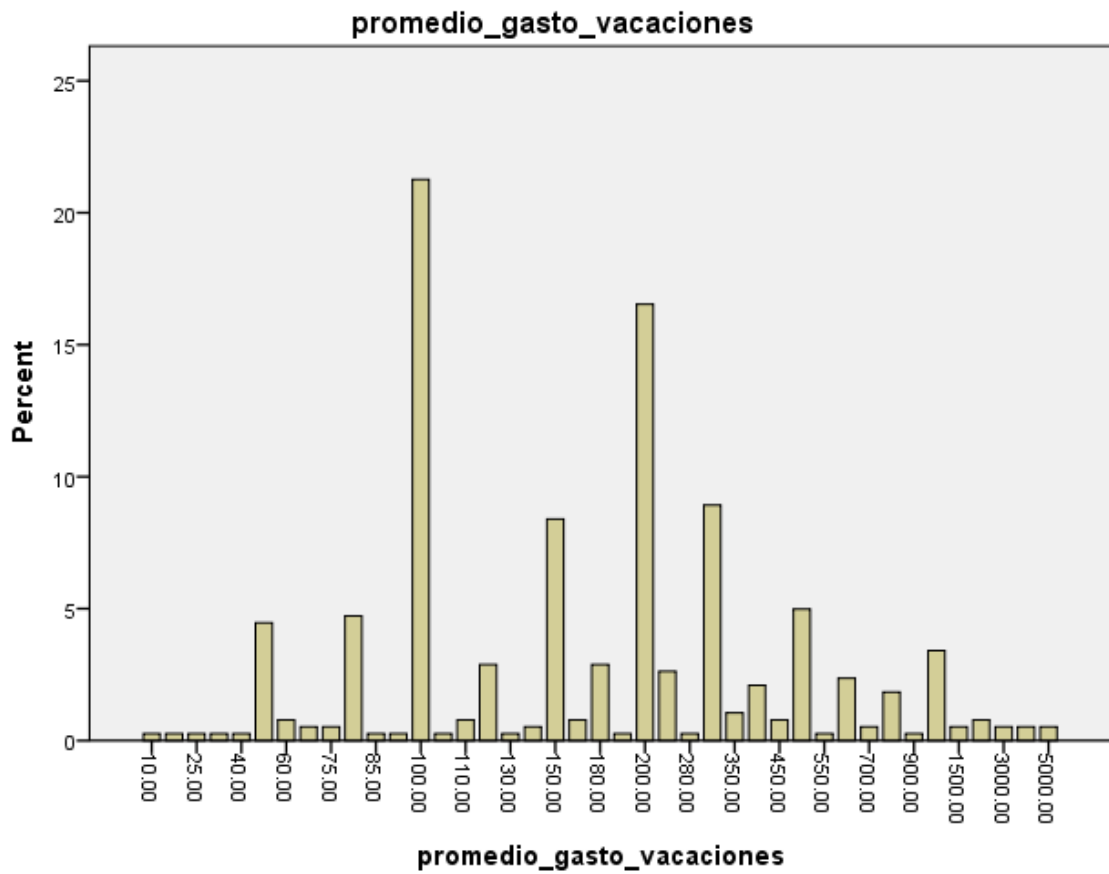
C	82	21.2	21.2	97.2
D	11	2.8	2.8	100.0
Total	386	100.0	100.0	

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de visitantes viaja con la familia y con amigos.

**11. ¿Cuál es el promedio de dinero que usted gasta al salir de vacaciones?**



**Grafico 11.** Encuesta pregunta #10

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Cuadro 11.** Encuesta pregunta #10

		<b>promedio_gasto_vacaciones</b>			
		Freuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valid	10.00	1	.3	.3	.3
	20.00	1	.3	.3	.5
	25.00	1	.3	.3	.8

30.00	1	.3	.3	1.0
40.00	1	.3	.3	1.3
50.00	17	4.4	4.5	5.8
60.00	3	.8	.8	6.6
70.00	2	.5	.5	7.1
75.00	2	.5	.5	7.6
80.00	18	4.7	4.7	12.3
85.00	1	.3	.3	12.6
90.00	1	.3	.3	12.9
100.00	81	21.0	21.3	34.1
105.00	1	.3	.3	34.4
110.00	3	.8	.8	35.2
120.00	11	2.8	2.9	38.1
130.00	1	.3	.3	38.3
140.00	2	.5	.5	38.8
150.00	32	8.3	8.4	47.2
160.00	3	.8	.8	48.0
180.00	11	2.8	2.9	50.9
190.00	1	.3	.3	51.2
200.00	63	16.3	16.5	67.7
250.00	10	2.6	2.6	70.3
280.00	1	.3	.3	70.6
300.00	34	8.8	8.9	79.5
350.00	4	1.0	1.0	80.6
400.00	8	2.1	2.1	82.7
450.00	3	.8	.8	83.5
500.00	19	4.9	5.0	88.5
550.00	1	.3	.3	88.7
600.00	9	2.3	2.4	91.1
700.00	2	.5	.5	91.6
800.00	7	1.8	1.8	93.4
900.00	1	.3	.3	93.7
1000.00	13	3.4	3.4	97.1

1500.00	2	.5	.5	97.6
2000.00	3	.8	.8	98.4
3000.00	2	.5	.5	99.0
3500.00	2	.5	.5	99.5
5000.00	2	.5	.5	100.0
Total	381	98.7	100.0	
Missing System	5	1.3		
Total	386	100.0		

**Fuente:** Información del proceso de encuesta

**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Podemos observar que existen rangos de gastos de entre 10 -100 dólares en un 34%, de 100 – 300 dólares en un 46.3%, de 300 – 500 en un 18%, de 500 – 1000 en un 9% y de 1000 – 5000 en un 3%.

### 5.3 Análisis final de las encuestas realizadas

Con el correcto manejo de la metodología de la recolección de datos y el tamaño de la muestra, hemos podido llegar a la conclusión que las cifras más altas de las encuestas son las de turistas de 18 -43 años, que conocen la ciudad de Bahía de Caraquez, que realizan Turismo de Aventura y Deporte, que viajan con amigos y familia, que gustan de actividades que proporcionen adrenalina, que suelen practicar deporte en vacaciones y que su promedio de gasto es de 100-300 dólares que va muy de acuerdo a la oferta de Bahía, la propuesta y los objetivos de este proyecto, por lo tanto podemos decir que nuestra propuesta es factible.

## CAPITULO VI

### PROPUESTA

#### 6.1 Objetivo de la propuesta

Impulsar diferentes opciones de turismo deportivo en la ciudad de Bahía de Caraquez, Provincia de Manabí – Ecuador, como actividades generadoras de inversión en la ciudad, en base a sus atractivos turísticos y recursos naturales, reactivando la economía de la comunidad.

#### 6.2 Mercado Objetivo

Como podemos observar en las encuestas existe una gran aceptación de turistas nacionales en rango de edad de entre 15-20 años en un 30%, de 20-30 años en un 50%, de 30 a 40 años en un 12% y entre 40 a 65 años en un 8% que gustan de hacer deportes en época de vacaciones y que conocen la ciudad de Bahía de Caraquez. Nuestro mercado meta está interesado en conocer y explorar un nuevo destino para poder practicar su deporte favorito y al mismo tiempo disfrutar de todas las actividades recreativas que ofrece Bahía, en forma personal, con sus amigos o familiares; así como el rango de gasto es atractivo para el mercado objetivo.

#### 6.3 Oferta de la Ciudad

**Foto 19.** Atardecer en Bahía de Caraquez



**Fuente:** Cristina García

Bahía de Caraquez ofrece al visitante, buena gastronomía típica e internacional, variedad de alojamientos para todo tipo de turistas desde primera clase hasta eco-hostales y residencias, puntos de entretenimiento para el día y la noche: como playa, reservas naturales, estuario, islas, senderos, miradores, zoológico, ciclo vías, entre muchas cosas más; que están acompañadas de un gran paisaje natural de montañas, bosque y playa que ayudan al visitante, ya sea para los propios pobladores y turistas nacionales e internacionales, a sentirse motivados a visitar y explorar desde cualquier punto de vista.

#### **6.4 Lugares destinados al deporte en Bahía de Caraquez**

**Estuario:** Tiene un área aproximada de 20km<sup>2</sup>. No es apta para la navegación de embarcaciones grandes. Es común ver pescadores, pangas cruzando de Bahía a San Vicente y deportistas. Entre otros, algunos de los deportes que se pueden practicar son:

- Kayak
- Velerismo
- Natación
- Windsurf
- Parasailing
- Wakeboard
- Esquí
- Remo

**Mar:** Bahía tiene una costa de aproximadamente 4km de largo de cara al Océano Pacífico. Hay olas adecuadas para surfear frente al malecón principal de Bahía, pero no es el único deporte que se puede practicar.

- Surf
- Kayak
- Windsurf

**Playa:** Con una extensión total de 6km, es uno de los atractivos principales de Bahía, todo el año se puede ver a deportistas disfrutando de la playa, los deportes más frecuentemente practicados son:

- Tenis playero
- Vóley playero
- Fútbol playero
- Entrenamiento físico

**Puente “Los Caras”:** Tiene una ciclo vía que se conecta con la ciclo vía de la Ruta del Spondylus.

- Caminata / Trote / Carreras
- ciclismo

**Cerro Seco:** Esta reserva marca el límite urbano de Bahía hacia el sur, donde inicia el sendero ecológico.

- Caminata
- Ciclismo

**Complejos deportivos privados:** Encontramos muchos lugares destinados al deporte, entre otras, las disciplinas que se pueden practicar son:

- Tenis
- Básquet
- Gimnasia
- Natación
- Fútbol

**Espacios públicos destinados al deporte:** Además de contar con un circuito en su perímetro totalmente asfaltado ideal para correr, caminar patinar o andar en bicicleta, hay lugares que han sido destinados especialmente para las prácticas deportivas.

- Caminata / Trote / Carrera
- Ciclismo
- Patinaje
- Entrenamiento físico
- Básquet
- Natación
- Fútbol
- Tenis

Todos estos espacios donde se pueden practicar los deportes mencionados no están siendo utilizados en su totalidad por los habitantes de Bahía de Caraquez. Toda esta variedad de opciones en un área tan reducida, que además está absolutamente preparada para brindar atención y hospedaje a turistas, sin hablar del patrimonio cultural tradicional que han hecho de Bahía de Caraquez un destino reconocido a nivel internacional.



## 6.5 Análisis PESTEL

(De Gerencia, 2014) El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de nuestro mercado. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, y funciona como un marco para analizar una situación externa de nuestro mercado, y como el análisis FODA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea.

El análisis PEST se puede convertir en PESTEL si es necesario y hay factores más importantes como ambientales y legislativos que pueden influir en la campaña.

**Cuadro 12.** Análisis PESTEL

<p><b>Políticos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección de turismo Cantonal</li> <li>- Plan de desarrollo turístico</li> </ul>	<p><b>Económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variaciones del PIB</li> <li>- Índice de desarrollo humano</li> </ul>	<p><b>Sociales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas tendencias saludables</li> <li>- Grandes eventos deportivos</li> <li>- Publicidad deportiva</li> </ul>
<p><b>Tecnológicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información y comunicación (uso de redes sociales)</li> <li>- Predisposición del municipio para implementar tecnológicamente el departamento de turismo deportivo</li> </ul>	<p><b>Ecológicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fenómeno natural “El Niño”</li> </ul>	<p><b>Legislativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adoptar normativas legales municipales en relación al turismo</li> </ul>

**Fuente y Elaboración:** Cristina García - Paola Garofalo

## Factores Políticos

- Hemos mencionado a la dirección de Turismo Cantonal ya que podrían tener planes de desarrollo para la ciudad en cuanto a promoción turística, lo cual sería favorable para nuestro proyecto porque contaríamos con su apoyo para implantar la estrategia.
- También mencionamos al plan de desarrollo turístico como lo es el PLANDETUR 2020 el cual nos menciona en uno de sus objetivos el generar una oferta turística sostenible y competitiva, que es lo que mayoritariamente queremos para la ciudad de Bahía de Caraquez con nuestro Plan.

## Factores Económicos

- Mencionamos una variación de PIB, ya que generaría un aumento de los recursos de los turistas y su capacidad de viajar y consumir, si es que este aumentara. También es posible que disminuyera, y al contrario, generaría una disminución de recursos de los turistas y poca capacidad de viajar y consumir.
- (datos macro, 2014) Mencionamos el aumento de Índice de desarrollo Humano en el Ecuador para este año 2014, con respecto a tres variables: vida larga y saludable, conocimientos y nivel de vida digno; Que ha aumentado significativamente desde años anteriores, lo cual es favorable para todo el sector turístico del Ecuador.

## Grafico 12. IDH

Ecuador - Índice de Desarrollo Humano		
Fecha	IDH	Ranking IDH
2013	0,711	98º
2012	0,708	98º
2011	0,705	99º
2010	0,701	99º
2008	0,697	90º
2005	0,687	87º
2000	0,658	76º
1990	0,643	63º
1980	0,605	49º

Fuente: <http://www.datosmacro.com/idh/ecuador>

### **Factores Sociales**

- Hemos mencionado nuevas tendencias, ya que el mundo y los gustos de las personas cambian y esto podría afectar notablemente a nuestro plan, como también podría ayudar notablemente al mismo. Sin embargo se puede ver una tendencia creciente a las prácticas deportivas.
- Gracias a la existencia de grandes eventos deportivos en el Ecuador y en el mundo, motivan a las personas a seguir esta tendencia y vivir esta fiebre deportiva.
- La buena publicidad sobre los deportes y eventos deportivos en el país motiva a turistas a realizar viajes, y en la actualidad existen muchos eventos deportivos alrededor del país donde el turista demuestra sus capacidades y motiva al resto a seguirlo.

### **Factores Tecnológicos**

- Debido al flujo de información y la buena comunicación que existe en la actualidad, mediante redes sociales y páginas web, el proyecto propone que con una correcta estrategia se lograría atraer turista a la ciudad de Bahía invitándolos a disfrutar de todo lo que tiene para ofrecer.
- Existe potencial de innovación en el departamento de turismo en el Cantón sucre y creemos firmemente que con su apoyo existiría un sitio web destinado al deporte en la ciudad de Bahía, donde se muestre toda la información de lo que se puede hacer, un calendario de actividades deportivas, etc.

### **Factores Ecológicos**

- Podemos decir que los fenómenos naturales inesperados podrían causar impactos negativos en el plan de desarrollo turístico para la ciudad. En la actualidad se menciona un Fenómeno del Niño que podría obstaculizar el acceso de turistas hacia la ciudad, daño de sitios naturales donde se realizan deportes, bajas y altas de marea inesperada, entre otras cosas que impediría nuestra correcta promoción y adecuación de los lugares.

### **Factores Legislativos**

- Se ajustara a las políticas vigentes de la Ley del turismo, Plandetour 2020 y normativas municipales.

## 6.6 Análisis F.O.D.A.

Este análisis nos muestra las fortalezas vs las debilidades como características internas que tiene el sector con respecto a nuestra propuesta, así mismo nos indica las oportunidades vs amenazas con respecto al mercado externo. La información base recolectada para este análisis, la podemos encontrar en los capítulos I y III conjuntamente.

**Cuadro 13.** Análisis F.O.D.A.

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Áreas naturales destinadas al deporte.</li><li>- Infraestructura adecuada para torneos o campeonatos deportivos.</li><li>- Planta turística preparada para recibir a visitantes.</li><li>- Comunidad receptora interesada en integrar el deporte como parte de su cultura.</li><li>- Existencia de clubs deportivos que impulsan el deporte a nivel cantonal.</li><li>- Deportistas locales con experiencia en la realización de actividades deportivas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dirección de Turismo cantonal buscando un impulso económico turístico para la ciudad.</li><li>- Tendencia de vida saludable de la población.</li><li>- Fomento representativo del turismo en el Ecuador a nivel nacional e internacional</li><li>- Presencia de la ciudad como destino turístico en eventos de turismo nacional</li><li>- Crecimiento del sector turístico.</li><li>- Incremento del aporte al PIB del Ecuador del sector turismo</li><li>- Oportunidades de inversión local o extranjera en la ciudad.</li><li>- Generación de empleo para habitantes locales.</li><li>- Desarrollo económico directo e indirecto del turismo</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercambio cultural entre pobladores locales y visitantes.</li> <li>- Mejora de la redistribución de riquezas en el Ecuador (IDH).</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deficiente infraestructura de servicios de alquiler de equipos deportivos.</li> <li>- Débil capacitación de servicio al cliente en planta turística.</li> <li>- Poco incentivo empresarial para invertir en el desarrollo turístico de la Ciudad.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inesperado aumento de visitantes que cause impactos ambientales negativos.</li> <li>- Efectos negativos del fenómeno natural “El Niño”</li> <li>- Baja participación de la comunidad para relanzar la ciudad como destino turístico.</li> </ul>

**Fuente y elaboración:** por Cristina García – Paola Garofalo

## 6.7 Análisis de las 5 Fuerzas Porter

### Rivalidad entre competidores

Entre los cantones que conforman la provincia de Manabí existe un gran nivel de competitividad ya que cada uno de ellos se caracteriza por el encanto de sus hermosas playas, rodeado de una cómoda infraestructura. Debido al nivel de competitividad cada cantón realiza sus propias estrategias para así darse a conocer más dentro y fuera del país con el objetivo de que visiten más la provincia, no solo en épocas de vacaciones, si no durante todo el año.

La ciudad de Bahía de Caraquez, como mucho de los otros lugares, posee toda esta belleza de playas, aventura, deporte, naturaleza, y sería una excelente opción como un sitio para realizar turismo, no solo turismo de playa, si no turismo deportivo. Con el apoyo del departamento de turismo y de la comunidad se crearía una nueva imagen turística.

### **Productos sustitutos**

Las múltiples opciones de recreación, buena infraestructura, deporte, gastronomía, cultura, naturaleza, son los elementos primordiales para una oferta turística. Tal es el caso de Bahía donde existen estas alternativas, al igual que otros lugares como por ejemplo Montañita en la ruta de la Spondylus donde podemos realizar el Surf y una serie de deportes acuáticos. También tenemos la ciudad de Baños con excelentes opciones de turismo tanto deportivo como de aventura.

### **Amenaza de nuevos competidores**

Generalmente en todas las regiones del Ecuador se realizan deportes, por ende la aparición de nuevos competidores puede ser posible en cualquier momento. El presente proyecto está ubicado en Bahía de Caraquez, declarada ecológica, lo que le da el efecto diferenciador en relación a otras ciudades y regiones del Ecuador. Igualmente es importante recordar el clima primaveral del sector, la tranquilidad, la calidez y amabilidad de la gente y las dimensiones propias de la ciudad, lo cual la hace única, convirtiéndola en un excelente escenario deportivo.

### **Poder de Negociación con proveedores**

El proyecto que se quiere implementar en la Ciudad de Bahía de Caraquez, es necesario la negociación de proveedores, para la implantación de señalética, diseño del mapa deportivo, etc. que van a necesitar los lugares que se elijan para realizar los deporte, como guía para el turista.

### **Poder de Negociación con compradores**

El mercado al que se apunta como posibles compradores, son los turistas nacionales, extranjeros y las personas de la misma comunidad. Deportistas, familias, jóvenes, con el objetivo de que practiquen el deporte realizando turismo dentro de la ciudad de Bahía de Caraquez.

## **6.8 Marketing Mix**

El plan de desarrollo de la propuesta contempla el uso de las 4 P del Marketing, es decir la basaremos en los principios de Producto, Precio, Plaza y Promoción.

## **Producto**

El mercado turístico está saturado de ofertas de turismo tradicional. La diversificación de los productos turístico que ofrece la ciudad de Bahía de Caraquez es positiva.

Nuestra propuesta se centra en ofrecer una NUEVA alternativa, de turismo deportivo. De acuerdo a nuestras investigaciones, existe una marcada tendencia creciente global hacia las actividades deportivas, y la ciudad cuenta con espacios donde se pueden realizar estas actividades. Queremos aprovechar la tendencia actual sobre turismo deportivo, como una alternativa viable para el mejoramiento de la salud, recreación sana entre jóvenes y adultos.

## **Precio**

Estas actividades se las puede realizar sin costo alguno, ya que casi todas las áreas son espacios públicos. Lo que tendría un costo para el turista es el alojamiento y alimentos y bebidas, y en este campo se encuentra una amplia gama de opciones que van desde \$10 la noche hasta \$200 por persona en hospedaje.

## **Plaza**

Todo lo ofertado se encuentra dentro del perímetro urbano de Bahía de Caraquez.

## **Promoción.**

Nuestra promoción sería inicialmente en medios impresos e internet. Luego sería totalmente a través de internet y por redes sociales. La promoción sería dinámica y los deportistas participarían de esta promoción, creando tablas de líderes y registros de desempeño en páginas y cuentas oficiales de la ciudad.

La tendencia actual es cuidar de la salud especialmente por medio del deporte, así como, recordemos que el actual gobierno está inmerso en que los ecuatorianos lleven una vida sana a tal punto que está desarrollando: ciclo vías, posibles impuestos a la comida chatarra, parques con infraestructura adecuada para realizar ejercicios, pistas, instructores, etc.; Por lo expuesto consideramos en este proyecto que la idea está ya en la mente del consumidor pero igual se hace énfasis en ello constantemente, paralelamente con la realización y difusión de eventos deportivos en las diferentes temporadas

**Figura 2.** Mapa de Turismo Deportivo



**Elaboración:** Propia



## CAPITULO VII

### PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 7.1. Cobertura

El área de estudio corresponde a la ciudad de Bahía de Caraquez, provincia de Manabí perteneciente a la región costa norte del país. Su extensión territorial es de 764 km<sup>2</sup>, en ella desembocan los ríos Chone y Carrizales al lado opuesto del pacifico y su población es de 24.000 habitantes.

#### 7.2 Campo de Interés

El proyecto va dirigido a la Dirección de Turismo del Cantón Sucre ya que dentro del mismo se encuentran las personas claves para hacer posible el desarrollo del plan de promoción por el cual se está trabajando; e indirectamente para a la comunidad.

#### 7.3 Beneficiarios

La comunidad tanto como los turistas serán directamente beneficiados por el plan de promoción. No solo se dará a conocer espacios públicos y privados deportivos para los visitantes y pobladores, sino una oportunidad de inversión y mejoramiento de los servicios y planta turística de la ciudad.

#### 7.4 Áreas que intervienen en la investigación

Dentro de la disciplina de turismo y hotelería existe una rama de consultoría donde se realizan proyectos enfocados en determinar un problema entre las necesidades de una organización o un lugar con el fin de crear un plan estratégico para el mejoramiento de la situación actual, vinculado al deporte y correcta promoción mediante el mercadeo.

#### 7.5 Recursos

Los recursos a utilizarse en este Proyecto de investigación están basados en:

- **Materiales:** computadora, encuestas físicas, teléfono, traslado en auto, libreta, cámara fotográfica, refrigerios, pendrive, carpetas, plumas, hojas, cuaderno, viáticos, investigación de campo, investigación documental.

- **Técnicos:** computadora, IBM SPSS Statistics, internet, celular, cámara fotográfica, pendrive, Skype.

- **Financieros:** por ser un proyecto que se desarrolla en Bahía y parte de los participantes provienen de esa localidad, todos los gastos previstos e imprevistos debieron ser compartidos igualitariamente, ya que en parámetros como alimento, hospedaje y transporte, tuvimos aportes imprevistos.

### **7.6 Objetivos de la investigación**

- **Estratégicos:** Determinar el grado de interés de los turistas con respecto a realizar actividades deportivas en un destino de sol y playa en época de vacaciones ajustándose al calendario de feriados establecidos y vigentes en el Ecuador.

- **Sociales:** Incentivar a la comunidad a participar de la nueva propuesta con el fin de estructurar la oferta turística.

### **7.7 Fuentes de información**

- Público en general

- Personal administrativo del departamento de turismo del cantón Sucre

- MINTUR (Internet)

- Repositorio de Universidades

- Empresarios locales del sector turístico de la zona

### **7.8 Indicadores**

- **Indicadores técnicos y económicos:** Ajustándose a los parámetros de la investigación descriptiva, así como, valores económicos referenciales actuales.

- **Indicadores de organización:** Una importante parte de esta investigación fue posible gracias a la participación de la Directora de Turismo del Cantón Sucre junto a su personal de trabajo y empresarios locales.

- **Indicadores de impacto social:** Desde el punto de vista cualitativo se considera la participación activa de todos los sectores sociales de la comunidad en la toma de decisiones, y desde el punto de vista cuantitativo el beneficio económico directo e indirecto que va a tener el presente proyecto.

## **7.9 Etapas de intervención, corrección y análisis**

En la etapa de intervención del proyecto, se hace un diagnóstico de la ciudad donde se determina que existen lugares o puntos clave para hacer deportes, puntos que cuentan con accesibilidad y mantenimiento que junto a una equipada planta turística para atraer visitantes ha sido fuente de motivación para la comunidad a involucrarse con el proyecto; ya existiendo una fuerte tendencia deportiva y de vida saludable de los mismos.

Se recoge toda la información necesaria, se estudian estos lugares y se entrevista y encuesta a personal administrativo de turismo, empresarios locales y pobladores de la ciudad y ciudades principales como Guayaquil y Manta, para ver si el estudio es factible. Con respecto a eso se realiza un correcto análisis de cómo mercadear esta nueva oferta turística para la ciudad, así dándole un valor agregado al destino que le permita generar nuevas oportunidades de inversión como ganancia para negocios locales en fechas claves.

## **7.10 Diseño y descripción de procesos de la investigación propuesta**

### **Líneas de Acción del MINTUR**

- Plan del Buen Vivir
- Atlas Geográfico del Ecuador
- Sistemas de Información
- SNI Didáctico

### **Problemas con enfoque descriptivo / participativo**

- Actualización del Catastro Turístico del Cantón Sucre
- Actualización de estadísticas de flujo de visitantes
- Deficiente servicio en alquiler de equipos deportivos
- Débil participación activa en la solución de problemas de la comunidad

### **Justificación Pertinencia: Importancia Social y Académica**

- El proyecto busca mejorar la calidad de vida de los pobladores de Bahía
- Vincular el accionar de las instituciones educativas con la comunidad en la formulación y solución de sus problemáticas

## Objetivo

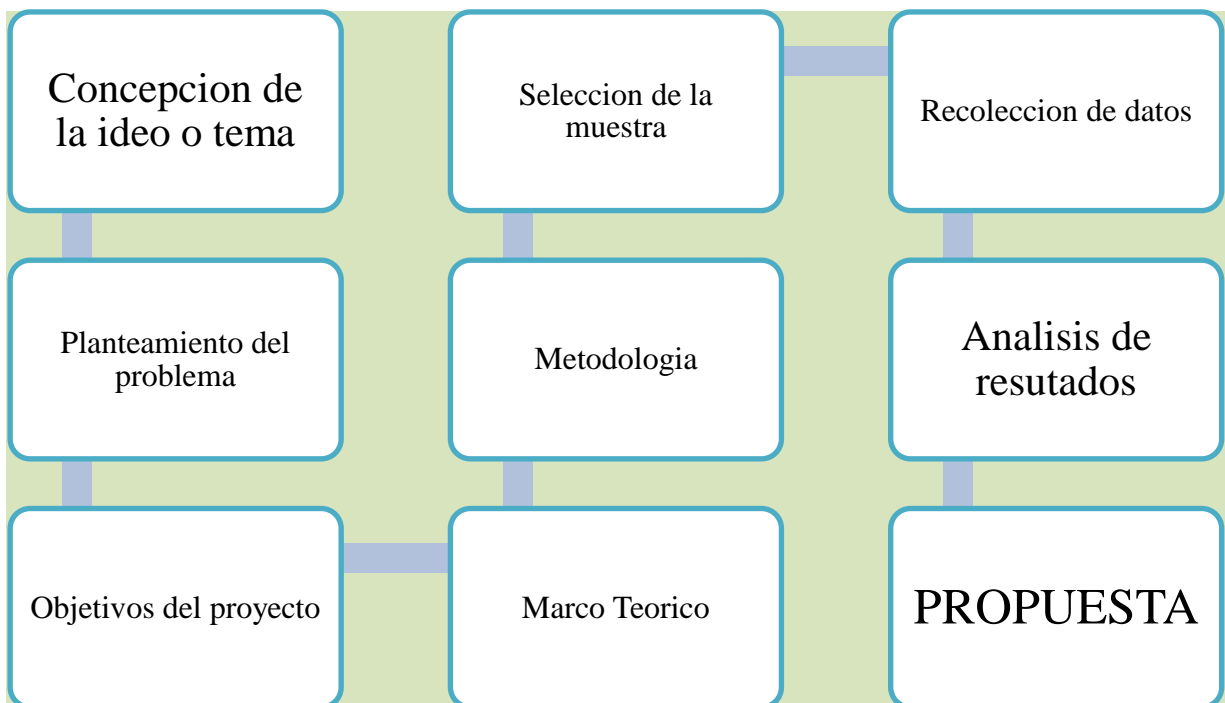
- **General:** Levantar información y su respectivo diagnóstico que sirva de base para futuro emprendimiento.
- **Específico:** Plantear nuevas opciones orientadas al deporte dentro de la oferta turística en zonas costeras.

## Enfoque Metodológico

- **Mixto:** Utilizando el Método Descriptivo y Participativo se trabajó en conocer y exponer los problemas y las diferentes necesidades existentes de la comunidad, para la comunidad. Los métodos utilizados fueron las encuestas y entrevistas, así como también, conversaciones directas con los pobladores y observación directa de las investigadoras.

## 7.11 Mapa de procesos de la Investigación

**Cuadro #14** – Procesos de la investigación



**Elaboración:** Cristina García – Paola Garofalo

## **CAPITULO VIII**

### **ESTUDIO ECONOMICO - FINANCIERO**

Considerando que el presente proyecto es de investigación se ha de mencionar valores referenciales del entorno actual Dentro del tema de Marketing, tenemos:

- 90 letreros de señalización informativa (180 c/u): **16,200.00**
- Diseño de un logotipo que identifique a Bahía como ciudad deportiva: **800.00**
- Diseño de un mapa de la ciudad orientado a las actividades deportivas y demás sitios turísticos: **1,200.00**
- Diseño de trípticos informativos de la ciudad, con paquete fotográfico de 50 fotos, ilustraciones complejas, creación de personaje e impresiones: **\$ 2,270.00**
- Organización de 1 torneo por cada actividad que se pueda realizar en la ciudad, con el auspicio de la empresa pública y privada, costos operativos de 20 disciplinas (1000 c/u aproximadamente): **20,000.00**
- (dirección de empresas informativas, 2014) Pauta en prensa: **1,200.00**
- Pauta en vía pública: **\$500.00**

Administración de la oficina de turismo deportivo de Bahía: donde se encuentran ítems como, escritorio, sillas, computadora, agenda, teléfono, esferos, hojas A4, impresora, archivadora, perforadora, grapadora, internet, teléfono celular, sueldo del empleado, quincenas, aportación al seguro y décimo cuarto en el mes de Diciembre: **\$2,498.62**

El financiamiento de la campaña publicitaria está debidamente presupuestado por el Departamento de Turismo del Municipio del Cantón Sucre, tal como se puede ver en los gráficos del ANEXO #6. En la Conservación, protección y promoción del patrimonio turístico: \$600.00, Programas anuales de Capacitación Turística: \$5,500.00, Total programa promoción y marketing turístico: \$9,650.00, Programa de eventos recreativos y turismo deportivo: \$7,780.00, Eventos artísticos culturales: \$29,650.00, que nos da un total de **\$53,180.00**.

**Cuadro 15.** Análisis Financiero - Promoción

ITEMS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Letreros de señalización informativa	90 u	\$180.00	\$16,200.00
Diseño de logotipo	1u	\$800.00	\$800.00
Diseño de mapa	1u	\$1,200.00	\$1,200.00
Diseño de tríptico		\$2,270.00	\$2,270.00
Organización de evento	20 u	\$1,000.00	\$20,000.00
Pauta en prensa	1u	\$1,200.00	\$1,200.00
Pauta vía publica	1u	\$500.00	\$500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$42,170.00</b>

**Elaboración:** Cristina García – Paola Garofalo

**Cuadro 16.** Administración de oficina

ITEMS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	\$165.00	\$165.00
Sillas	3	\$22.00	\$66.00
Computadora	1	\$729.00	\$729.00
Agenda	1	\$8.00	\$8.00
Teléfono	1	\$40.00	\$40.00
Esferos	4	\$5.00	\$5.00
Hojas A4	1 paquete	\$3.75	\$3.75
Impresora	1	\$320.00	\$320.00
Archivadora	1	\$80.00	\$80.00
Perforadora	1	\$70.00	\$70.00
Grapadora	1	\$12.00	\$12.00
Internet Mensual (plan incluido teléfono)	1	\$23.00	\$23.00
Sueldo de RRHH	1	\$377.55	\$377.55
Quincena	1	\$188.77	\$188.77
Aportación al seguro	1	\$33.00	\$33.00
Décimo Cuarto	1(mes de diciembre)	\$377.55	\$377.55
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,498.62</b>

**Elaboración:** Cristina García – Paola Garofalo

Esta es la información económica referencial. La hipótesis es que las competencias van a activar el turismo en Bahía lo que va a interesar a la empresa privada, la cual vería conveniente continuar apoyando estas iniciativas, al punto que la organización de estas competencias no represente una inversión para el municipio de Bahía sino que le genere ingresos. Esto permitiría a la comunidad crecer aprovechando los recursos locales sin necesidad de una inversión mayor.

### 8.1 Proyecciones de Visitantes

De acuerdo a estimaciones de la Dirección de Turismo Cantonal de Bahía de Caraquez recibe anualmente un promedio de entre 25000 a 30000 visitantes. Con nuestro plan de promoción, esperamos un aumento a 50000 visitantes por año a partir del segundo año. Esta expectativa está basada en el alcance de la publicidad e impacto de la misma, así como el trabajo de las redes sociales y popularización de eventos como factores fundamentales del desarrollo de la estrategia.

A continuación detallamos el número de feriados más los eventos deportivos dentro de ellos, a organizarse anualmente, más el gasto promedio de los turistas en feriados según las encuestas realizadas para así conocer el gasto promedio anual del turista esperado dentro de la ciudad.

**Cuadro 17.** Proyecciones Anuales (Calendario de Feriados)

<b>FERIADOS</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>GASTO PROMEDIO POR PERSONA</b>	<b>TOTAL</b>
Carnaval	1	\$300.00	\$300.00
Semana Santa	1	\$300.00	\$300.00
1 de Mayo	1	\$300.00	\$300.00
24 de Agosto	1	\$300.00	\$300.00
10 de Agosto	1	\$300.00	\$300.00
9 de Octubre	1	\$300.00	\$300.00
2 - 3 de Noviembre	1	\$300.00	\$300.00
Diciembre Navidad	1	\$300.00	\$300.00
Diciembre Fin de Año	1	\$300.00	\$300.00
Eventos deportivos	20		
<b>TOTAL</b>			<b>2,700.00</b>
<b>Visitantes Esperados</b>	<b>50.000</b>	<b>2,700.00</b>	<b>135'000.000.00</b>

**Elaboración:** Cristina García – Paola Garofalo

## **CAPITULO IX**

### **POSIBLES IMPACTOS**

#### **9.1 Impactos**

##### **9.1.1 Impacto ambiental**

Considerando la mayor afluencia de turistas que llegaran a realizar las actividades mencionadas en el proyecto, impactos ambientales negativos podrían aparecer, ya que grandes cantidades de visitantes pueden causar malestares como desorden, basura en las calles o en la playa. Y es aquí donde debemos de tomar las medidas de precaución.

La vía pública debería estar equipada con 280 basureros de 40 litros de capacidad. Actualmente hay 36.

##### **9.1.2 Impacto sociocultural – económico**

El desarrollo del proyecto generara aspectos positivos en la comunidad ya que la ciudad recibirá más turistas de lo que normalmente recibe y esto hará que se incrementen los negocios, el comercio con una mejora en la economía.

En el ámbito socio cultural habrá el intercambio de cultura entre los visitantes y bahienses, a parte los turistas tendrán una nueva imagen de Bahía de Caraquez, no solamente un lugar para descansar y disfrutar de sus playas si no un destino en donde se pueden realizar diferentes actividades deportivas y es aquí donde se hará conocer con una imagen diferente a nivel nacional e internacional.

Cabe mencionar que así como hay personas que estarán muy a gusto con la implementación del proyecto. Habrá pobladores que les costara un poco acostumbrarse a ver a la ciudad como un destino deportivo.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Bahía de Caraquez es por historia una ciudad turística, sin embargo, se ha visto afectada por desastres naturales, malas administraciones y demás factores que han llevado a un debilitar el mercado turístico local. La ciudad necesita de un reposicionamiento a nivel turístico, el cual puede ser manejado desde la explotación de sus recursos naturales, específicamente de los espacios públicos y privados para practicar una amplia gama de deportes, de la mano con el mantenimiento y ampliación de la oferta turística tradicional, que es muy diversa.

Para el desarrollo de nuestra propuesta, partimos de una profunda comprensión de la naturaleza del turismo, del turista local y extranjero, de la oferta deportiva y la receptividad del público a quien nos vamos a dirigir.

A fin de conocer a fondo los aspectos que delimitaran nuestro proyecto, utilizamos métodos de investigación descriptiva y participativa. Dado que queremos promover el uso de las zonas deportivas, dentro de un área con un recurso cultural importante, el enfoque cualitativo en nuestra investigación fue fundamental. Los resultados del presente proyecto aplicando el métodos acción participativo es la concientización y participación de la comunidad en los temas relacionados al turismo y deporte, prueba de ello es la aceptación de incluir el presente proyecto en el radio de acción del municipio, ya que inclusive se ha destinado la ubicación dentro de sus instalaciones de la dirección de turismo cantonal.

Además de esto, nos basamos en encuestas que nos permitieron valorar cuantitativamente a nuestro mercado meta, a fin de saber qué resultados esperar una vez iniciado nuestro proyecto. Todo esto fue posible mediante la utilización de varias técnicas y recursos tecnológicos en conjunto, como la aplicación de la formula finita a los resultados obtenidos de las encuestas, así como también softwares como el IBM SPSS Statistics, entre otros.

Los resultados, siempre fueron favorables a nuestra propuesta, respaldando la idea de dar a conocer y promover el uso de espacios deportivos en Bahía de Caraquez, apoyando estas actividades con la oferta turística tradicional con la que ya cuenta la ciudad, lo que significa una necesidad de financiamiento mínima, que dejaría recursos para un crecimiento paralelo paulatino de la oferta y la demanda turística, sin producir un desbalance que afecte a uno u otro lado del mercado, sobresaturándolo.

Para concretar este plan, hace falta básicamente señalización y promociones de eventos, además de un mínimo recurso administrativo ya existente, que es el departamento de turismo del municipio local, mismo que se encargaría de socializar oficialmente esta propuesta.

Desde el punto de vista ambiental, los impactos serían manejables, pues no pasarían de un incremento en la producción de desperdicios y consumo de recursos. Social y económicamente la ciudad se vería beneficiada, ya que atraer capital externo daría un soporte adicional a una sociedad que es básicamente agrícola y acuicultora, pero con un potencial turístico enorme.

## **Recomendaciones**

Es importante saber que el proyecto cuenta con el respaldo de la actitud de las habitantes de la ciudad como anfitriones. Ellos ya viven el deporte en todas sus expresiones día a día, y son quienes mantienen viva la experiencia de visitar Bahía de Caraquez.

La participación de la empresa privada es muy necesaria. Se debe mantener el alcance de la oferta turística un paso por delante de la demanda, dada la factibilidad de acuerdo a los resultados de investigación.

Según los resultados de las encuestas, existe un gran potencial para que muchos turistas se quieran movilizar a Bahía de Caraquez por su oferta deportiva, esto lo podemos saber gracias a que las técnicas de diseño de investigación fueron estudiadas y aplicadas minuciosamente, a fin de no obtener resultados falsos.

El municipio de la ciudad sería el encargado de socializar y capacitar inicialmente a los habitantes locales, así como también identificar, registrar y señalar los espacios destinados al deporte de manera regular. Harán falta nuevos controles y regularizaciones, y muchas de ellas se harán visibles solo puesto en marcha el proyecto, por lo que se deberá estar atentos y siempre en contacto con la comunidad para conocer a fondo las necesidades a satisfacer en este campo.

Aspectos como la limpieza y el orden de la ciudad, la calidad en los servicios y productos ofrecidos son el elemento diferenciador que hace falta para conseguir el objetivo. Finalmente, este es un proyecto de la comunidad para la comunidad, el compromiso que puedan adquirir los pobladores determinara el éxito del mismo.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Amparo Sancho, O. (2008). *Introduccion al turismo*.
- Aves, E. R. (n.d.). *EL Refugio de las Aves*. Retrieved from <http://www.elrefugiodelasaves.com.ec>
- Bertoncello, 2., & Meethan, 2. (2014, 06 26). *Academic google*. Retrieved from <http://estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v15n2a01.pdf>
- Burkart, A. y. (1981). *Tourism: past, present and future*. Londres: Heinemann.
- Calderon, G. M. (2009, 03 20). Bahia de Caraquez ciudad Ecologica. *El Diario*, p. 1.
- Calero, C. A. (2014, 5 23). *Manakin*. Retrieved from <http://repositorio.uct.edu.ec/xmlui/handle/123456789/192>
- Calero, C. A. (2014, 5 23). *Panakin*. Retrieved from <http://repositorio.uct.edu.ec/xmlui/handle/123456789/192>
- Crosby, A. (1996). *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales*. Madrid: CEFAT.
- datos macro*. (2014, 8 6). Retrieved from <http://www.datosmacro.com/idh/ecuador>
- De Gerencia*. (2014, 7 27). Retrieved from [http://www.degerencia.com/articulo/analisis\\_dofa\\_y\\_analisis\\_pest](http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest)
- destinos y productos turisticos del mundo*. (2014, 07 02). Retrieved from [http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.U8g-A\\_I5NK1](http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.U8g-A_I5NK1)
- ebooks-pdf*. (2014, 7 26). Retrieved from <http://www.ebookspdf.org/view/aHR0cDovL2luZi5iZXhhci5vcmcvZGxkL0FTVE0IMjBkNDk1Ni0wOWUxJTlwLnBkZg==/U3RhbmRhcmQgU3BIY2nvrIFjYXRpb24gRm9yIFJldHJvcnXvrIJY3RpdmUgU2hlZXRpbmcmgRm9y>
- En-Ecuador.com*. (2014, 8 5). Retrieved from <http://www.en-ecuador.com/bahia/>
- Espanola, R. A. (2014, 6 26). *rae*. Retrieved from <http://lema.rae.es/drae/?val=deporte>
- Galeon.com*. (2014, 07 26). Retrieved from <http://losdeportess.galeon.com/aficiones1247571.html>
- Get&Go. (n.d.). *Get&Go*. Retrieved from <http://www.getandgo.ec/site/>

- IDC, C. t. (2010, 11 18). *Revista Vistazo*. Retrieved from <http://www.vistazo.com/ea/vidamoderna/?elmpresa=1038>
- INEC. (2011, Diciembre). Retrieved from [http://www.inec.gob.ec/sitio\\_tics/boletin.pdf](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf)
- Kotler, P. (2008). *Direccion deMarketing. Conceptos esenciales*. Mexico: Prentice hall Inc.
- Margarita Latiesa, J. L. (2006). turistas deportivos, una perspectiva de analisis. *Revista Internacional de Sociologia*, 44.
- Ministerio de Turismo. (2014, 7 26). Retrieved from <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- MINTUR. (2011, Enero). Retrieved from [http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro\\_para\\_difusion.pdf](http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf)
- MINTUR. (2011, Enero). Retrieved from [http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro\\_para\\_difusion.pdf](http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf)
- MINTUR. (2012, Junio). *OPTUR (Asociacion de Operadoras de Turismo Receptivo del Ecuador)*. Retrieved from <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- MINTUR. (2013, 4 26). *Manual de Senalizacion Turistica*.
- Murcia, E. d. (2014, 6 27). *Universidad de Murcia*. Retrieved from <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- oceanic, H. (n.d.). *HOsteria Oceanic*. Retrieved from <http://www.hosterioceanic.com>
- Organizacion Mundial del Turismo. (2014, 06 26). Retrieved from <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Turismo%20interno>
- PIMTE. (2009, Agosto). *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador*. Retrieved from [http://www.visitotavalo.com/descargas\\_upload/DOCUMENTOS/PIMTE\\_2014\\_EDICION\\_Turismo\\_Internacional\\_10ago09.pdf](http://www.visitotavalo.com/descargas_upload/DOCUMENTOS/PIMTE_2014_EDICION_Turismo_Internacional_10ago09.pdf)
- Routard. (n.d.). *Guia de Routard*. Retrieved from <http://www.routard.com/>
- Sucre, D. d. (2014). *Catastro Canton Sucre 2014*. Bahia de Caraquez.
- Talancón, H. P. (2014, 07 02). *eumed*. Retrieved from <http://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>

Tamariz, P. (2014, 7 17). *Chirije-Ecuador*. Retrieved from <http://www.chirije.com/historia-de-chirije.html>

## ANEXOS

### **Anexo 1 - Marco Legal – Ley del Turismo**

#### (Ministerio de Turismo, 2014) **Capítulo IV - Del Ministerio de Turismo**

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, eso, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, 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.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.-Nota: Artículo derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

En función de esto el Ministerio de Turismo ha emitido el “MANUAL DE SENALIZACION TURISTICA” al cual también debemos regirnos.

(MINTUR, Manual de Senalizacion Turistica, 2013) Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones:

1. El Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se aplicarán, y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.
2. Se debe prever la instalación de señalización encaminada a brindar facilidades a las personas con discapacidad en el país. Y cumplir con el RTE INEN 042 Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico.

Materiales.- El material retroreflectivo de las señales deben cumplir, como mínimo, el Tipo IV de la Norma ASTM 4956 D; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad debe ser incrementada.

(ebooks-pdf, 2014)

Para ampliar esta información debe consultar el reglamento RTE INEN 004 Señalización Vial. Parte 3 Señales de vías requisitos y la norma NTE INEN 439 Colores, Señales y Símbolos de seguridad.

Es recomendable que el material retroreflectivo de las señales sea de Tipo IV para espacios urbanos donde exista presencia de luminosidad artificial, y Tipo XI en carreteras o ejes viales.



Adjunto Manual RTE INEN 004, RTE INEN 042 y pagina web del Manual ASTM 4956

D.

## Anexo 2. Líneas de acción del MINTUR.



### PLANES DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Son instrumentos que contienen las directrices de las políticas sociales, culturales, ambientales y económicas de un territorio, los cuales permiten gestionar, regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural ...



### PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 - 2017

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural, ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad.



### SEGUIMIENTO EN VIVO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Podemos realizar un seguimiento ciudadano en vivo, mediante cámaras colocadas en las principales obras que financia el Gobierno central mediante los proyectos de inversión.



### ATLAS GEOGRÁFICO DEL ECUADOR



### SISTEMAS DE INFORMACIÓN



### SNI DIDÁCTICO

### Anexo 3 – Cuestionario de Encuesta



Le rogamos unos minutos de su tiempo para conocer más de quienes realizan turismo a través de esta encuesta anónima. Muchas gracias por su colaboración.

1.- Sexo      F  M                       Edad

2.- Durante sus vacaciones gusta de ir a:

Sierra                       costa                       oriente

3.- Con qué frecuencia visita otras ciudades por vacaciones?

1-2 veces al año                       3-4 veces al año

5-6 veces al año                       Ninguna

4.- Conoce usted la ciudad de Bahía de Caraquez?

Si                       No

5.- Que clase de turismo le gustaría realizar?

Aventura                       ecológico                       deportivo                       naturaleza

6.- Practica algún deporte?

SI                       NO

7.- Gusta de los deportes que proporcionan adrenalina?

SI                       NO

8.- Con que frecuencia lo practica?

1 vez a la semana                       3 veces a la semana

El fin de semana                       En vacaciones

9.- Con quien viaja fuera de la ciudad?

Familia

Solo

Amigos

Otros

10.- Cual es el promedio de dinero que usted gasta al salir de vacaciones?

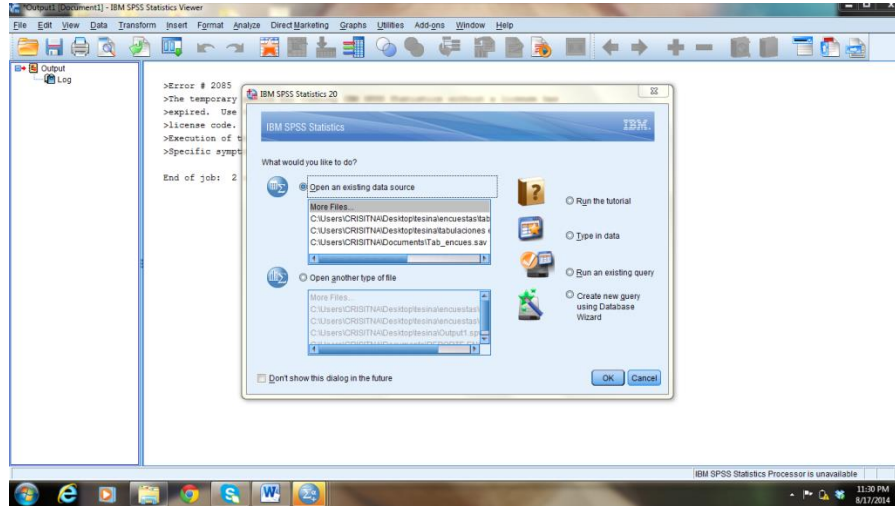
**GRACIAS POR SU COLABORACION**

## Anexo 4 – Catastro 2014 Cantón Sucre

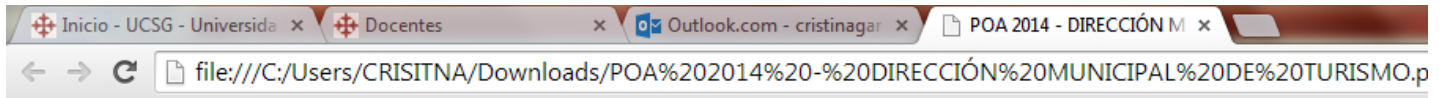
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	CATEGORIA	# DE PLAZA	# DE MESAS
<b>BAHIA DE CARAGUEZ</b>				
<b>RESTAURANTES</b>				
DOÑA LUCA	PINCA Y FARIAS LUCRECIA	TERCERA	24	6
LA PATINETA	MACIAS BAILON MARIA JOSEFA	TERCERA	24	6
MUELLE UNO	DELGADO MACIAS VICENTE	TERCERA	60	15
COLUMBIOS	HARO FLORES MARIA GUADALUPE	SEGUNDA	56	14
D' CAMARON	MADRID RODRIGUEZ LILIANA	TERCERA	40	10
SABOR CRIOLLO	ZAMBRANO ERNESTINA	TERCERA	24	6
BRISA MARINA	ALAYA CHILAN ANGELA	TERCERA	28	7
EL BUEN SABOR	JAMA VERA GUSTAVO	TERCERA	72	18
TERRAZA YANINA	JACINTO ENRIQUE RIVERO SOLORZANO	SEGUNDA	80	20
REY DEL BURRITO	VALDIVIESO ARETEAGA MARIA ELENA	TERCERA	28	7
FABIOLITA	SALAZAR PANTA ANTONIO ROBERTO	TERCERA	20	5
CHIFA CANTON	YE CHOU SUCHEN LAN	TERCERA	24	6
PIZZERÍA CLAUDIA	GOMEZ LÓPEZ CLAUDIA MARÍA	TERCERA	32	4
EL JARDIN	SALAZAR MONTESDEOCA CLAUDIA	TERCERA	24	6
LA CHOZITA	LÓPEZ MURILLO WALTER	SEGUNDA		
BIG BOY	FRANCO GUERRERO YASMINA	CUARTA	24	6
PAOLO	RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ PAOLO	CUARTA	32	8
PUERTO AMISTAD	PUERTO AMISTAD YACHT CLUB S.A.	TERCERA	76	19
EL MARINERO	MORALES REINA GRETTY JAKELINE	TERCERA	40	10
CHIFA LAU	LAU PUNO JONATHAN KUAN	TERCERA		
ARENA BAR	ALVARADO DAVILA CECILIA ELISABETH	TERCERA	24	6
LA TERRAZA	FALCONES MERA ROSA MARIA	SEGUNDA	40	15
LULU'S	ANDREW STEPHAN	SEGUNDA	40	10
<b>FUENTE DE SODA</b>				
RICHARD SODA	RIVERA DELGADO MATILDE	TERCERA	16	4
TROPIHELADOS	ANDRADE ANDRADE EMERATRIZ	TERCERA	16	4
<b>BAR</b>				
KABBALAH BAR	RAMIREZ ZAMBRANO KAREN ELIZABETH	TERCERA	40	10
THE POINT	SILVIA NATIVIDAD QUINTERO LOOR	SEGUNDA	20	5

ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	CATEGORÍA	# DE HAB	DE PLAZA	DE MESA	DE SILLA	# DE CONTACTO
<b>BAHIA DE CARAQUEZ</b>							
<b>Cabañas</b>							
LIFE	COMITÉ DE EMPRESAS Y SINDICATO	SEGUNDA	12	30	0	0	052-630-436
<b>Hostal</b>							
ITALIA	VELASCO VITERI ORESTES	PRIMERA	20	40	6	24	052-631-137
BAHIA BED AND BRECKFAST INN	SANTOS NARYAEZ JACOB	TERCERA	19	59	6	24	052-630-146
<b>Hostal Residencia</b>							
MI DESCANSO	ARROYAVE DE PADILLA NORMA	SEGUNDA	12	30	0	0	052-631-213/632-561
PALMA	MUÑOZ VERDUGA AMPARO	TERCERA	13	42	0	0	052-632-883
CASA DE HOSPEDAJE	MARCOS BRIONES YACA	TERCERA	6	16			052-631-667
<b>Hotel</b>							
LA HERRADURA	VITERI MOLINARI MIGUEL ANGEL	PRIMERA	40	93	28	112	052-630-446
LA PIEDRA	PIEDRATURIS S.A.	PRIMERA	42	82	55	220	052-631-473
BAHIA HOTEL	PADILLA DE GARCIA PASTORA	SEGUNDA	40	93	3	36	052-630-602
<b>Pensión</b>							
CASA GRANDE	DUEÑAS ARGANDOÑA FLOR MARIA	PRIMERA	6	35	4	16	052-630-257
COCO BONGO	BUTSON SUZANNE MARY	TERCERA	8	23	0	0	31103420
LA CASA DE SOL	AVILA NAPA ESMERALDA MARGARITA	TERCERA	6	16	0	0	052-630-156
EL VIAJERO	USCOCOVICH CORDOVA JOSE M.	TERCERA	6	16	0	0	052-630-732
BAHIA BED AND BRECKFAST	KAREN SOFIA DOMINGUEZ DIAZ	SEGUNDA	6				052-631-880
<b>TOTAL</b>			230	565	102	408	
<b>LEONIDAS PLAZA</b>							
<b>Cabaña</b>							
CHIRJE	DUEÑAS ARGANDOÑA FLOR MARIA	PRIMERA	6	40	10	40	052-632-086
<b>Hostal</b>							
CASA CEIBO	LEXTERRA CIA LTDA	PRIMERA	18	36	14	56	052-333-333
SPONDYLUS	SARAY YANET NAVIA VERA	SEGUNDA	13				052-333-818
<b>Hostería</b>							
SAIANANDA	TURISMO SATHYA SAI. S.A. SAITURI	SEGUNDA	6	19	8	40	052-338-147/338-331
<b>Motel</b>							
LA "Y"	SANCHEZ MOLINA WILLIAM	TERCERA	6	12	0	0	052-333-368
<b>Pensión</b>							
MARIA JOSE	DEMERA ANDRADE MARLENE	TERCERA	7	16	0	0	052-338-086/631-352
<b>TOTAL</b>			56	87	18	80	

## Anexo 5. Programa IBM SPSS Statistics 20



## Anexo 6. Plan Operativo anual Dirección Municipal de Turismo Cantón Sucre



## PLAN OPERATIVO ANUAL DIRECCION MUNICIPAL DE TURI

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS CANTONALES			INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LOS PROYECTOS DE														
SUBSISTEMAS	Objetivo	Programa	b.1) IDENTIFICACIÓN		b.2) Línea Base	b.3) OBJETIVOS		b.4) UBICACIÓN de LA INVERSION			b.5) IMPACTOS DEL PROYECTO (Población beneficiaria)	b.6) ESTADO DEL PROYECTO A= arrastrar/ N= nuevo		b.7) COSTO		MONTO TOTAL PROYECTO	
			Número	Nombre del proyecto		Objetivo General	Objetivos Específicos	Área Urbana	Área Rural	Barrio / Comunidad		Estudios (USD)	Ejecución (USD)				
CADENAS DE VALOR	Generar actividades culturales, artísticas y expresiones propias de nuestra provincia, que promuevan la reactivación económica y recreativas con fines turísticos	EVENTOS PROGRAMADOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS	001	Eventos programados Feriado de Carnaval Bahía de Cariquez	3000						3000			\$ 4.000,00	\$ 4.000,00		
CADENAS DE VALOR			002	Eventos programados Feriado de Carnaval San Clemente - San	3000			X				3000			\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			003	Festival del Marisco en las comunas de San Alajo - San Jacinto - San	600					X			600			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CADENAS DE VALOR			004	Eventos programados Festividades de Leñidas Plaza	1500				X				1500			\$ 500,00	\$ 500,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			005	Eventos programados Festividades de Fin de Año	5000				X				5000			\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			006	Eventos programados feriado de Semana Santa	1500				X				1500			\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			007	Festival de la Bajada de las Batallas	700					X			700			\$ 300,00	\$ 300,00
CULTURA Y PATRIMONIO			008	Festival Noches de Verano	6000					X			6000			\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			009	Festival cultural-turístico de los pescadores de San Clemente	6000						X		6000			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			010	Eventos programados Festividades Patronales	2000					X			2000			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			011	Festividades conmemorativas de cantonización	500					X			500			\$ 850,00	\$ 850,00
<b>TOTAL EVENTOS PROGRAMADOS ARTÍSTICOS CULTURALES</b>													<b>\$ 29.650,00</b>	<b>\$ 29.650,00</b>			
CULTURA FÍSICA	Promover		012	Duathlon Cross "Bahía Adventure Challenge"	3000			X			2000			\$ 1.500,00	\$ 1.000,00		
CULTURA FÍSICA			013	Competencia atlética 10k Puerto	5000				X			5000			\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	

		temporales de playa													
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS	Llevar a efecto actividades de promoción turística y elaboración de material de promoción turística.	PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO	019	Diseño y elaboración de displays roll ups para uso en eventos	general			X	X		general		\$ 300,00	\$300,00	
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			020	Diseño y elaboración de posters de Bahía de Caráquez, San Jacinto - San Clemente	general			X	X		general		\$ 400,00	\$400,00	
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			021	Impresión de planos turísticos de Bahía de Caráquez con información de atractivos, servicios y facilidades turísticas	5000				X			5000		\$ 800,00	\$800,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			022	Impresión de planos turísticos de con información de atractivos, servicios y facilidades turísticas de San Jacinto y San Clemente (Costa del Sol)	3000					X		3000		\$ 500,00	\$500,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			023	Organización de fam trip turístico temporada de verano	general				X	X		general		\$ 1.400,00	\$1.400,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			024	Creación de la marca turística de Bahía de Caráquez	general				X	X		general		\$ 500,00	\$500,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			025	Elaboración del Manual de uso de la marca turística de Bahía de Caráquez	general				X			general		\$ 1.000,00	\$1.000,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			026	Incorporación de estrategias de promoción turística vía Redes Sociales en internet	general				X	X		general		\$ 300,00	\$300,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			027	Desarrollo de souvenirs de identificación del cantón Sucre	general				X	X		general		\$ 400,00	\$400,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			028	Participación en la FITE en Guayaquil	general				X	X		general		\$ 500,00	\$500,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			029	Renovación del portal de información turística del cantón	general				X	X		general		\$ 250,00	\$250,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			030	Publicidad en revistas y prensa nacional	general				X	X		general		\$ 1.800,00	\$1.800,00
<b>TOTAL PROGRAMA PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>											<b>\$ 9.650,00</b>	<b>\$ 9.650,00</b>			
EMPLEO			031	Programa capacitación educación ambiental y turismo				X	X		0		\$ 400,00	\$400,00	
EMPLEO			032	Capacitación turística a gremios del taxismo.					X			0		\$ 400,00	\$400,00

EMPLEO	Dotar y fortalecer las capacidades para el mejoramiento de los servicios turísticos para el fomento del turismo conciente.	PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA	036	Programa de capacitación a sector de restaurantes, comedores de San Isidro. Atención al cliente - Seguridad Alimentaria				X			0		\$ 400,00	\$400,00
EMPLEO			037	Programa de capacitación orientada a generación de emprendimientos en San Isidro dirigido a jóvenes.				X			0		\$ 400,00	\$400,00
EMPLEO			038	Programa de capacitación al sector artesanal de Bahía de Caráquez y Leonidas Plaza				X			0		\$ 300,00	\$300,00
EMPLEO			039	Programa de capacitación al sector artesanal de San Jacinto y San Clemente				X			0		\$ 300,00	\$300,00
EMPLEO			040	Capacitación para especializar guías nativos en San Jacinto San Alejo y San Clemente				X			0		\$ 500,00	\$500,00
EMPLEO			041	Programa de capacitación en atención al cliente, seguridad alimentaria, para los servidores de los restaurantes de Bahía de Caráquez				X			0		\$ 400,00	\$400,00
EMPLEO			042	Programa de capacitación de guías turísticos comunitarios en San Clemente - San Alejo - San Jacinto				X			0		\$ 400,00	\$400,00
EMPLEO			043	Programa de prevención de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes				X	X		0		\$ 400,00	\$400,00
EMPLEO			044	Programa de prevención de VIH SIDA para servidores turísticos del cantón Sucre				X	X		0		\$ 300,00	\$300,00
<b>PROGRAMAS ANUALES DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA</b>											<b>\$ 5.500,00</b>	<b>\$ 5.500,00</b>		



CADENAS DE VALOR	Generar actividades culturales, artísticas y expresiones propias de nuestra provincia, que promuevan la reactivación económica y recreativas con fines turísticos	EVENTOS PROGRAMADOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS	002	Eventos programados Feriado de Carnaval San Clemente - San	3000			X			3000			\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			003	Festival del Marisco en las comunas de San Alejo - San Jacinto - San Clemente	600				X			600			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CADENAS DE VALOR			004	Eventos programados Festividades de Leonidas Plaza	1500				X			1500			\$ 500,00	\$ 500,00
MERCADO DE CAPITAL Y SERVICIOS			005	Eventos programados Festividades de Fin de Año	5000				X			5000			\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			006	Eventos programados feriado de Semana Santa	1500				X			1500			\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			007	Festival de la Bajada de las Balsas	700					X		700			\$ 300,00	\$ 300,00
CULTURA Y PATRIMONIO			008	Festival Noches de Verano	6000				X			6000			\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			009	Festival cultural-turístico de los pescadores de San Clemente	6000					X		6000			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			010	Eventos programados Festividades Patronales	2000				X			2000			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
CULTURA Y PATRIMONIO			011	Festividades conmemorativas de cantonización	500				X			500			\$ 850,00	\$ 850,00
<b>TOTAL EVENTOS PROGRAMADOS ARTÍSTICOS CULTURALES</b>													<b>\$ 29.650,00</b>	<b>\$ 29.650,00</b>		
CULTURA FÍSICA	Promover actividades recreativas y deportivas que generen y multipliquen visitas turísticas hasta nuestro sector como un destino turístico saludable y activo.	EVENTOS PROGRAMADOS RECREATIVOS Y TURISMO DEPORTIVO	012	Duatlón Cross "Baña Adventure Challenge"	3000			X			2000			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
CULTURA FÍSICA			013	Competencia atlética 10k Puente Los Caras	5000				X			5000			\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
CULTURA FÍSICA			014	Día del Desafío	5000				X			5000			\$ 780,00	\$ 780,00
CULTURA FÍSICA			015	"Competencia de bicicletas de montaña "Cordillera del Balsamo"	500				X	X		500			\$ 500,00	\$ 500,00
CULTURA FÍSICA			016	Regata "Ruta de Los Caras" Competencia Exhibición de Canotaje y Kayaks	500				X			500			\$ 700,00	\$ 700,00
CULTURA FÍSICA			017	Travesía natación de aguas abiertas Manuel "Cachito" Ramírez	1000				X			1000			\$ 800,00	\$ 800,00
<b>TOTAL PROGRAMA DE EVENTOS RECREATIVOS Y TURISMO DEPORTIVOS</b>													<b>\$ 7.780,00</b>	<b>\$ 7.780,00</b>		

## PLAN OPERATIVO ANUAL DIRECCION MUNICIPAL DE TURISMO GADM CANTON SUCRE

CONSERVACION, PROTECCION Y PROMOCION DE PATRIMONIO TURISTICO	045	Participaciones locales y nacionales en actividades artesanales y culturales de interés turístico.			X	X					\$ 100,00	\$ 100,00		\$ 100,00	Dirección de Turismo	Luis Rivas
	046	Restauración de espacios verdes de interés turístico en Baña de			X						\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.500,00	Dirección de Turismo	Luis Rivas
	047	Replacación de palmas de cocoteros en la franja costera entre La Boca y Punta Bikini				X					\$ -	\$ 0,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Dirección de Turismo	Luis Rivas
<b>CONSERVACION, PROTECCION Y PROMOCION DEL PATRIMONIO TURISTICO</b>											<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>				
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>											<b>\$ 52.380,00</b>	<b>\$ 52.380,00</b>				

**Anexo 7. Fotos de Bahía de Caraquez**



