

POTENCIALIDAD TURÍSTICA PARA EL EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ, ECUADOR

Nelson Garcia Reinoso¹

Gilberto Blanco González²

Resumen

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

¹ Máster en Gestión Turística, Docente Investigador de la carrera de Turismo, Coordinador de la Maestría en Turismo, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” (ESPAM MFL), Ecuador. Doctorante en Turismo de la Escuela de Doctorado Universidad de Alicante, (EDUA) España, nelsongreinoso@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0972-3347>

² Docente investigador de la Carrera de Turismo, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”, Doctorante en Universidad de la Habana gilbertoblancogonzalez@gmail.com

emprendimientos y la identificación de estrategias dirigidas al desarrollo turístico local del territorio tales como: incentivar a la creación de emprendimientos, elaboración de nuevos productos, promoción turística y financiamiento.

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

ABSTRACT

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

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

INTRODUCCIÓN

El desarrollo local que presenta el turismo a nivel mundial tiene como finalidad reavivar aquellos territorios que han sido degradados de una u otra manera por la forma inadecuada de aplicar la actividad turística en la zona (Orgaz, 2014). La potencialidad turística. La potencialidad que ofrece el territorio para la puesta en marcha, el mantenimiento o la mejora de la actividad turística, viene marcada no solo por la presencia de atractivos (Arce y Ruiz, 2016), sino también por la variedad y concentración territorial, su accesibilidad y otros muchos aspectos de índole geográfica. Castellanos (2013) resalta que el propósito del desarrollo local turístico, busca el mejoramiento de las condiciones de vida de una determinada localidad, comunidad o territorio, logrando un equilibrio entre los aspectos: económico, social y ambiental en un espacio físico determinado, articulado al beneficio y satisfacción de las necesidades de los residentes de ese mismo territorio.

El emprendimiento es un determinante fundamental del crecimiento y la creación de empleo. Pese a que los emprendedores abundan en América Latina, las empresas de la región son más pequeñas y menos propensas a crecer e innovar que las de otras regiones (....) el crecimiento de la productividad es mediocre (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014). Los emprendimientos en Ecuador crecen en gran medida, sin embargo hay situaciones que se escapan de las manos de los empresarios y que muchas veces impiden su mejor desempeño (Espinoza, 2012). Ecuador posee una de las tasas de emprendimiento por necesidad más altas de América Latina. Los negocios se concentran en comercios y se caracterizan por la baja competitividad, limitado uso de tecnología y baja innovación (Lasio, Ordeñana, Caicedo, Samaniego, & Izquierdo, 2017). La mayoría de los emprendedores son autoempleados (...) la naturaleza de los emprendimientos es precaria aun.

Debemos entender que el Ecuador, según datos del Global Entrepreneurship Monitor, (2018), es una de las economías más emprendedoras a nivel mundial. Pero resalta, que una de las fuertes problemáticas que tiene el emprendimiento en el país es la falta de innovación, siendo este uno de los principales factores para que el tiempo de operación de un negocio en el país no sobrepase la barrera de los 3 meses. Así mismo, se puede atribuir que la falta de estudios de mercado, junto con la escasa inversión en investigación y desarrollo ha llevado a que las empresas sean poco rentables y atractivas para los mercados, siendo estas las principales causas para el cierre de los emprendimientos.

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

Las estrategias de desarrollo local han surgido como una propuesta alternativa a las políticas tradicionales de desarrollo centradas en la promoción del crecimiento económico (Tapia et al., 2017) las mismas han surgido a partir del mejoramiento del comportamiento de los grandes agregados macroeconómicos como la inflación, el empleo, el ingreso entre otras variables, además, ésta debe promover la transformación estructural vinculada con las iniciativas locales de desarrollo a nivel de la dimensión social, se encuentra en las organizaciones sociales basadas en la economía. Un plan de negocios es un pilar fundamental para el momento de emprender un negocio ya que permite tener una mejor visión, emprender de manera que no fracase tomando en consideración todos los elementos necesarios, tales como las políticas, estrategias, el lugar donde se va a realizar, el tipo de turismo que se va a ofrecer y las actividades que se van a plantear, entre otros elementos que con el desarrollo del mismo se irán presentando.

Para Alcalá, López. (2017) la evaluación del potencial turístico permite identificar los sitios más adecuados para una actividad económica concreta, especificando los requisitos, preferencias y variables teniendo en cuenta las características del medio ambiente físico, los recursos sociales y los elementos superestructurales. Se confirma que un territorio conserva verdaderamente un potencial de desarrollo turístico, a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

La valoración de los recursos naturales y el nivel de estructuración de los atractivos en productos turísticos ha sido el elemento básico para abordar el potencial turístico del territorio rural (Mikery y Pérez, 2014). La combinación de diferentes factores -como atractivos turísticos, servicios, características culturales, físicas y socioeconómicas del territorio, entre otros- conlleva a la identificación de áreas rurales o urbanas con mayor o menor capacidad para la localización de emprendimientos turísticos (Rubio, 2016).

El sistema turístico en la provincia de Manabí considera Garcia, Carreño, & Doumet, (2016) que constituye un objetivo de estudio y de diagnóstico en la actualidad. Dentro del territorio, se observan comunidades que poseen una amplia gama de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales; los pobladores mantienen tradiciones propias de la zona pero se observa falta (...) de gestión en los emprendimientos turísticos de la localidades, así como la inexistencia de ofertas que estén de acuerdo a la demanda (Reinoso, 2017). Pero la actividad turística, no ha mostrado avances en su infraestructura y planificación estratégica, y no existen planes de acción específicos en ejecución, que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas del territorio. Para comenzar a reactivarlo se requiere un trabajo conjunto entre el sector privado y el sector público (Reinoso, Doumet, & Alfonso, 2019)

Para determinar la potencialidad que tienen los recursos en el cantón Bolívar es necesario la evaluación de los atractivos turísticos, a través de su jerarquización; además se hace necesario realizar un estudio de la demanda turística para determinar el perfil del turista que visita el territorio, y de esta manera identificar las estrategias más óptimas para el desarrollo sostenibles de los emprendimientos locales. Se evidencia que una de las principales dificultades que enfrenta el turismo en el cantón es la falta de emprendedores locales, debido a que las personas no quieren arriesgarse en inversiones, por tal motivo se debe direccionar acciones que permitan el desarrollo de la actividad turística y el emprendimiento.

En base a esta problemática general se derivan varias causas como la deficiente infraestructura turística. De acuerdo con Bayas, et al. (2013) y Garcia, et al. (2016), lo que induce a que exista un deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos, ya que no hay ningún tipo de servicios turístico en cada uno de ellos como: señalización turística, vías de acceso, servicios básicos, etc. Las problemáticas relacionadas anteriormente justifican la necesidad del presente trabajo que tiene como objetivo determinar la potencialidad turística para el emprendimiento y desarrollo local en el cantón Bolívar.

Adicional a lo anterior, la investigación también se fundamenta en que una de las ventajas al realizar una evaluación del potencial turístico de una región es la innovación, que permite analizar y detallar estrategias para aprovechar recursos y atractivos de la zona y ofertar productos que cumplan con las necesidades actuales de los clientes, teniendo en cuenta las tendencias del turismo.

El artículo propone un plan de negocio turístico coherente y sistemático enfocado en reducir las problemáticas identificadas a través de la determinación de estrategias dirigidas al desarrollo local del cantón se pretende además, de una manera más clara, enfocarse en las potencialidades de los emprendimientos, mismo que servirían de base para el mejoramiento del servicio y la calidad de vida de los habitantes de la zona. Se le agradece la valiosa contribución a las ingenieras en Turismo Johanna Maricela Sacón Sacón y Gema Lilibeth Vera Mera por los aportes a esta investigación.

MATERIALES Y MÉTODOS

El análisis de los antecedentes metodológicos que se relacionan con el tema objeto de estudio parte en su inicio de la selección de diferentes metodologías para el análisis del estudio de mercado turístico que buscan determinar la potencialidad turística para el emprendimiento y desarrollo local en el cantón Bolívar, dentro de los que destacan los siguientes autores:

- Franco-Maass, Osorio-García, Nava-Bernal, & Regil-García, (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos: Parque Nacional Nevado de Toluca - México;
- Bayas, Álvarez, García, & Vera, (2013). Diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar;
- Jácome & García, (2015). Potencial turístico de la microcuenca del río Chimborazo, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador;
- Reyes, Machado, & Ortega, (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región Amazónica del Ecuador
- Garcia, Carreño, & Doumet, (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador).

Analizando cada una de las metodologías expuestas, mediante el método analítico, sintético y deductivo, se estableció un procedimiento metodológico (ver figura 1) que consta de tres fases, el mismo se relaciona y tributa al cumplimiento del objetivo planteado en la presente investigación.

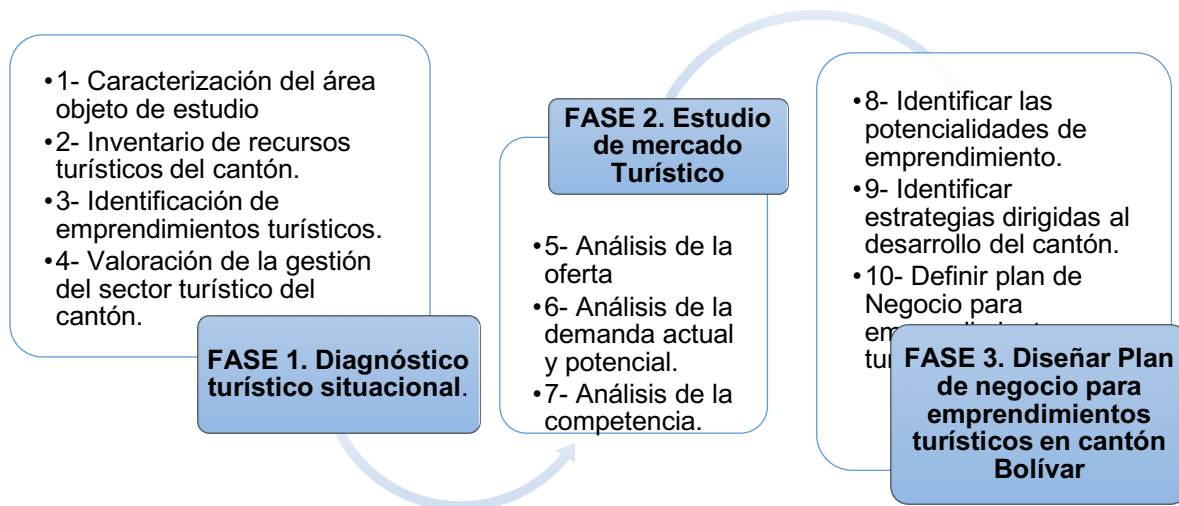


Figura 1. Procedimiento metodológico para determinar la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos en el cantón Bolívar.

Fuente: Elaborado por los autores.

Fase 1. Diagnóstico turístico situacional.

En esta fase se realizó una caracterización del área de estudio teniendo en cuenta la descripción de los servicios básicos e infraestructuras turísticas. Adicional a estos se realizó un inventario de los recursos turísticos con los que cuenta la zona incluyendo así la identificación de los emprendimientos direccionados al turismo. También se realizó una valoración del sector turístico del cantón teniendo en cuenta la evaluación de la gestión turística,

Fase 2. Estudio del mercado turístico.

Esta etapa implicó un análisis de la oferta y la demanda turística potencial. Se inicia por la evaluación y jerarquización de los principales atractivos turísticos; la identificación de los emprendimientos y valoración de la gestión en la oferta turística del territorio. Se continuó con un estudio de la demanda, que para la recogida de los datos se diseña la encuesta y se utiliza el paquete estadístico SPSS versión 22, para su procesamiento y análisis. Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la metodología propuesta por Alatorre & Pérez (2011), siguiendo un criterio estadístico y asumiendo una población infinita. La variabilidad de la población se estima en un 50% ($p = q = 0,5$), valor ampliamente utilizado en investigación social (Meiriño, Brea, Vila, & López, 2016). Se recopilieron 196 encuestas válidas, representando un error muestral del 5% para un nivel de confianza del 95%.

La estructura seguida en el cuestionario se ha basado en estudios previos (Collado, Navarro, Talaya, & Sánchez, 2007; Molera & Albaladejo, 2007; Ricolfe, Merino, Marzo, Ferrandis, & Rodríguez, 2008; Jiménez & Vargas, 2009; García et al., 2011; Pesonen, 2014; Vázquez de la Torre, Amador, & Fuentes, 2016; Agüera, Cuadra, López-Guzmán, & Morales, 2017; Franco, Torres-Naranjo, & Franco, 2017; García, Amores, Barquín, & Soto, 2017; Carvache-Franco, Carvache-Franco, López, & Mejía, 2018; Prada-Trigo, Chillogallo, Cordova, & León, 2018), que permitió obtener información concerniente a la valoración de la oferta turística así como la caracterización del perfil del turista que visita el cantón.

Fase 3. Diseñar Plan de negocio para emprendimientos turísticos.

En esta fase se desarrolló la caracterización de todas aquellas actividades turísticas que oferta el cantón. Se aplicó la matriz FODA y la matriz de potencialidades en donde se realizó el análisis adecuado para obtener una información veraz y oportuna. Adicional a esto se identificó estrategias dirigidas al desarrollo local. Para diseñar el plan de negocio se determinó los elementos conformantes del plan.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Caracterización general del cantón Bolívar.

La investigación se desarrolló en el cantón Bolívar el cual se ubica en el sector oriental de la provincia de Manabí con las siguientes coordenadas: latitud 0°50'39''S y longitud 80°9'33''O y se caracteriza por haber constituido una reserva natural de bosques de protección, que ha sido degradado por la explotación de la madera y la ampliación de la frontera de tierras para la crianza de ganado vacuno y porcino (ver tabla 1).

Tabla 1. Datos generales del cantón Bolívar.

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

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

EL Cantón Bolívar abarca una superficie de 537.8 Km², con una población de 40.735 habitantes aproximadamente de acuerdo a datos del INEC (2010). Se caracteriza por haber constituido una reserva natural de bosques de protección, que ha sido degradado por la explotación de la madera y la ampliación de la frontera de tierras para la crianza de ganado vacuno y porcino. Está dividido en una parroquia urbana y cabecera cantonal llamada Calceta y dos parroquias rurales que son Quiroga y Membrillo. Cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden en buen estado lo que facilita el paso a los diferentes recursos que posee, además de que la localización de los mismos les permite la llegada de una manera más eficaz, cabe indicar que, además la señalización vial se halla en buenas condiciones.

2. Inventario de los recursos turísticos

La recopilación de información de recursos naturales y culturales a través de las fichas de inventarios turísticos, permitió una actualización y jerarquización de los atractivos que evidenció un total de 21 recursos turísticos distribuidos en: 14 de tipo cultural y 7 de tipo natural, de los cuales catorce tienen jerarquía 2, seis la jerarquía 1 y uno no posee jerarquía, además se identificaron varios recursos turísticos que no se encontraban inventariados de acuerdo a los documentos entregados por el departamento de turismo. Cabe mencionar que además se determinó que dos de los recursos ya no existen (Reloj Público y el Museo Arqueológico Histórico Luis Félix López) ya que fueron colapsaron por el fenómeno natural del 16 de abril del 2016. Todo lo que evidencia que el departamento de turismo, del GAD cantonal muestra una desactualización en el inventario turístico (García, Doumet, & Carreño, 2018).

Identificación de emprendimientos turísticos en el cantón

En el cantón Bolívar existen un número considerable de emprendimientos que se vinculan con la actividad turística; entre los que se pueden destacar la existencia de 14 establecimientos de hospedaje los cuales se dividen por categoría de la siguiente manera: Hotel, Hostales, Pensión, Hotel – Laboratorio y Hoteles de carretera o también llamados Moteles. En cuanto a restauración se verifico la existencia de 41 establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Bolívar mismos que se dividen en: restaurantes, asaderos de pollos, picanterías y marisquerías, pizzería, bar comedor, y establecimiento perteneciente Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central, Parrilladas. Además, se identificaron establecimientos recreativos como: ocho centros recreacional ideales para pasar una tarde en familia o amigos y cuatro centros de diversión nocturna como Bar, discotecas o karaoke.

3. Evaluación de la gestión turística

En cuanto a la evaluación de la gestión turística del cantón se pudo identificar varios aspectos que muestran déficit en el desarrollo de actividades turísticas y su gestión, los planes de desarrollo territoriales no priorizan proyectos al sector turístico, la gestión no establece objetivos a largo plazo. Se pudo constatar además que funcionarios del departamento de turismo del cantón no acreditan formación en turismo. El diagnóstico participativo evidenció que el departamento de turismo no actualiza su inventario turístico; existe un desinterés por parte de las autoridades competentes en el potencial turístico, es débil la cohesión e integración entre actores, es deficiente la promoción turística de sus productos y servicios; se aprecia inexistencia de productos turísticos y se carece de facilidades turísticas. Cabe mencionar como aspecto positivo que se implementan acciones de capacitación como: seminarios, congresos y cursos sobre turismo a emprendedores.

Análisis de la oferta turística

Mediante la aplicación de la ficha de caracterización de establecimientos turísticos se pudo evidenciar que los locales que ofrecen el servicio de alojamiento presentan dificultades en cuanto a garantizar sistemas de gestión en la operación, mantener el cumplimiento de indicadores de calidad en el servicio, no se ejercen subsistemas de innovación y diversificación de productos, lo que limita el desarrollo a gran escala y el aumento de los índices de ocupación (ver tabla 2).

Tabla 2. Inventario de establecimientos de hospedaje del cantón Bolívar.

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

Fuente: Elaboración propia

En el área de restauración se identificaron 41 establecimientos de alimentos y bebidas uno de ellos es la Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central recientemente inaugurada. El análisis y comparación con autores como Bayas et al., (2013) se pudo determinar que esta área de servicios ha tenido un crecimiento considerable, ha aumentado en 877 plazas en su capacidad total, sin embargo, la infraestructura no está en buenas condiciones. En cuanto a los establecimientos de recreación se pudo evidenciar un total de 12 centros de diversión.

Análisis de la demanda

La aplicación de las encuestas se desarrolló en las fechas 23 y 24 del mes de diciembre de 2018 (navidad), fecha de mayor afluencia de turistas; los puntos estratégicos para la aplicación de las encuestas fue el terminal terrestre del cantón por ser un centro de referencia donde arriban los turistas con mayor multitud y además del balneario de agua dulce Platanales en donde también hubo gran cantidad de visitantes por ser un atractivo sitio turístico, dicha información se tabuló con la ayuda del programa estadístico SPSS, los resultados se muestran en Cuadro 1.

Cuadro 1. Perfil del turista del cantón Bolívar

Perfil del visitante	
Nacionalidad	Ecuatoriana
Edad	38,8% de 21-30 años y 30,6% de 31-40 años
Estado civil	53,6% Soltero(a) y 42,3% Casado(a)
Nivel profesional	51,5% Secundaria y 30,6% Universitario
Ocupación	35,7% Empleado y 27,0% Estudiante
Principal motivo de visita	46,9% Descanso y relajación, 20,4% Visitar familia o amigos y 16,3% Estudios
Permanencia	45,9% 4-7 días y 38,8% 2-3 días
Medio de información	53,1% Internet y 23,5% TV
Cómo viaja	44,9% Sólo, 26,0% Familias y 22,4% Parejas
Actividades turísticas de preferencia	73,0% Recreación y 12,2% Visita a lugares de naturaleza
Cantidad a pagar	74,5% \$15 – \$25 y 19,9% \$26 – \$40

Fuente: Elaboración propia

4. Análisis de la competencia

Para realizar esta matriz (ver tabla 3) se tomó en consideración al cantón Chone y cantón Junín, los factores que se evaluaron fueron el entorno natural que tiene el cantón, la conservación de los atractivos, la demanda turística que existe, la oferta turística que poseen, la promoción turística que se realiza para que el cantón se conozca turísticamente, la accesibilidad que hay hacia los atractivos, y la seguridad (policías, destacamentos policiales, entre otros).

Tabla 3. Matriz de competidores.

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

Fuente: Elaboración propia

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

5. Identificación de las potencialidades de emprendimiento

Para la identificación de las potencialidades de emprendimientos en el cantón Bolívar se procedió a realizar un análisis del potencial turístico, se empleó la matriz de potencialidades; se analizaron documentos oficiales para poder determinar los principales recursos y atractivos para posteriormente efectuar el análisis y la adecuada ponderación de cada uno, se tomó como referencia la valorización de Villegas y Sánchez (2000) se valorizó veintiuno atractivos turísticos de la siguiente manera y con los correspondientes valores (Tabla 4)

De acuerdo a los resultados obtenidos de la ponderación en la matriz de potencialidades, se destacan once recursos turísticos entre los cuales resaltan más la Represa Sixto Durán Ballén, Paraje Natural y Cultural Quinta Colina Del Sol, Finca agroecológica Perezoso 1, en base a esto se determina la importancia que tiene el agroturismo y ecoturismo en el cantón, ya que; estos atractivos lo que prevalece a simple vista es la naturaleza que poseen además de las actividades agrícolas que se realizan en sus áreas.

Tabla 4. Ponderación en la matriz de potencialidades.

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

Fuente: Elaborado por los autores a partir de Villegas y Sánchez 2000

6. Identificación de estrategias dirigidas al desarrollo del cantón

Se elaboró la matriz FODA (ver Cuadro 2) con el objetivo de plantear estrategias que permitan contribuir al desarrollo turístico del cantón.

Cuadro 2. Matriz FODA del cantón Bolívar

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

Fuente: Elaboración propia

Se proponen estrategias de reorientación para minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades. Que significa aprovechar el aumento de la potencialidad agroturística para la generación de nuevos proyectos se podrá contrarrestar la inexistencia de productos turísticos en el cantón (ver Cuadro 3)

Cuadro 3. Estrategias de reorientación del cantón Bolívar

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

Fuente: Elaboración propia

7. Plan de negocio para emprendimientos turísticos que propicie el desarrollo local en el cantón Bolívar.

Introducción: El objetivo del plan de negocios es presentar en forma detallada cuales son los principales aspectos a tener en cuenta para el análisis de un negocio (ver tabla 5). Esto significa que sirve tanto para analizar el lanzamiento de un nuevo negocio, el desarrollo o reconversión de uno establecido, la fusión con otro, o la adquisición de una nueva empresa.

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

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

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

- Proponer estrategias de importancia para los emprendimientos turísticos innovadores y actuales.
- Plantear acciones de mejorar en la operatividad de negocios.
- Diseñar estrategias de difusión y comercialización turística.

Tabla 5. Plan de negocios para emprendimientos turísticos

Programas	Subprogramas	Responsables
1. Productos y/servicios	Identificación de servicios	GAD municipal, ESPAM MFL, Turistas; Prestadores de servicios
	Innovación de productos turísticos	GAD municipal; MINTUR; GAD provincial, ESPAM MFL; Prestadores de servicios, Población en general
2. Recursos humanos / equipo de trabajo	Organización de recursos humano	GAD municipal; MINTUR; ESPAM MFL; Prestadores de servicios
3. Estrategias comerciales	Promoción turística	GAD municipal; MINTUR; GAD provincial; ESPAM MFL; Prestadores de servicios; Operadores turísticos; Turista
4. Programa de operación	Estructuración organizacional de negocios	GAD municipal; GAD provincial; ESPAM MFL; Prestadores de servicios
5. Financiamiento	Viabilidad de presupuesto	GAD municipal; Entidades bancarias; Prestadores de servicios

Fuente: Elaboración propia

Programa 1. Productos y /Servicios.

Subprograma 1. Identificación De Servicios

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

Acciones

- Mejorar infraestructura turística de los negocios.
- Tener claro cuál es la competencia directa del negocio.
- Elaborar estrategias de captación de clientela.
- Poseer excelentes y confiables proveedores.
- Evaluar constantemente los servicios ofrecidos por los prestadores de servicios.
- Realizar un estudio de satisfacción de cliente a fin de detectar las necesidades del turista o consumidor.
- Generar un buzón virtual de sugerencias y quejas.

Subprograma 2. Innovación de productos turísticos

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

Acciones

- Motivar a los habitantes, microempresarios y emprendedores a invertir en el agroturismo.

- Elaborar paquetes turísticos dirigidos al agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura.
- Capacitar a los habitantes y prestadores de servicios sobre las nuevas modalidades turísticas.
- Brindar información de facilidad de préstamos para microempresarios.
- Generar alianzas con entidades educativas que guíen en las actividades agroturísticas.
- Dar prioridad al mantenimiento de las áreas rurales.
- Involucrar a la población en general en el sector turístico.
- Establecer precios accesibles para el turista potencial.

Programa 2. Recursos humanos/equipo de trabajo

Subprograma 1. Organización de recursos humano

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

Acciones

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

Programa 3. Estrategias Comerciales

Subprograma 1. Promoción turística

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

Acciones

- Elaborar una imagen o marca corporativa que identifique a la empresa o negocio.
- Selección de medios e instrumentos promocionales.

- Elaborar un cronograma de actividades a promocionar.
- Difusión y comercialización del servicio o productos a través de sitios web.
- Crear alianzas con operadores turísticos.
- Establecer estrategias de ventas.

Programa 4. Programa de operación

Subprograma 1. Estructuración organizacional de negocios

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

Acciones

- Definir el tipo de negocio
- Establecer la estructura organizacional del negocio
- Informar al personal sobre las responsabilidades de su cargo
- Definir políticas de cumplimiento de actividades acorde a su área de trabajo.

Programa 5. Financiamiento

Subprograma 1. Viabilidad de presupuesto

Objetivo: Identificar la viabilidad financiera del negocio y si este a su vez es rentable.

Acciones

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

CONCLUSIONES

El diagnóstico turístico situacional del cantón, permitió conocer la existencia de 21 recursos turísticos actualmente de los cuales se destacan 9 principales; como la Represa Sixto Duran Ballén, Finca agroecológica Perezoso 1, Cascada Julián entre otros; además se determinó que la gestión turística de Bolívar es deficiente partiendo de la falta de profesionales que atiendan directamente este sector, además del bajo presupuesto destinado para el sector turístico provocando falencias que son percibidas por los visitantes.

El estudio de mercado evidenció falencias en la planta turística e infraestructura que limitan el desarrollo turístico, a pesar de contar con una restringida oferta de hoteles, restaurantes, centros de recreación, y centros nocturnos (discotecas, bares); además el estudio de la demanda propicio identificar el perfil del visitante, caracterizado por un turista joven, que prefiere viajar solo, que busca relajarse y que pernocta entre 4-7; sin embargo no existen ofertas diversificadas e integradas en el territorio que satisfagan sus expectativas.

El plan de negocio diseñado permitió identificar las potencialidades de emprendimiento a través del potencial turístico del cantón, dando como resultado que se pueden desarrollar actividades agroturística y de naturaleza, también se determinaron las estrategias a seguir para el plan de negocio; resaltando la potencialidad agroturística y la inexistencia de productos innovadores, por lo cual se plantean estrategias de reorientación incentivando a la creación de emprendimientos, elaboración de nuevos productos, capacitaciones a prestadores de servicios para garantizar la satisfacción al cliente y estrategias de comercialización para posicionar al cantón Bolívar como un destino turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Agüera, F., Cuadra, S., López-Guzmán, T., & Morales, P. (2017). Estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo. El caso de Andalucía. Cuadernos de Turismo, 39, 437–453. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290641>
- Alatorre, A., & Pérez, M. (2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local TURyDES, 4(11), 1–25.
- Alcalá, B. & López, Á. (2017). Zonas con potencial agroturístico en la región citrícola de Nuevo León, México: un análisis a partir del álgebra de mapas. Cuadernos

de Turismo n° 39, 17-40. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/290371>

Arce, J y Ruiz, F, (2016). Evaluación del potencial turístico rural como línea de acción para el desarrollo regional sustentable. *Revista Global de Negocios*. 4, 7, 41 – 51. Recuperado de <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/RGN-V4N7-2016.pdf#page=43>

Bayas, J., Álvarez, C., García, R., Vera, J. (2013). Diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar. *Revista ESPAMCIENCIA* 4(2), 67-76. Recuperado de <http://espa.edu.ec/revista/2013/V4N2/39.pdf>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., López, C., & Mejía, M. (2018). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(13), 3–16.

Castellanos, E. 2013. Planeación del Espacio Turístico. En *La planeación física del espacio turístico en los diferentes modelos de desarrollo Turístico*. México: trillas. Programas Educativos. 1. Recuperado en http://www.snte.org.mx/digital/190H_SN_2015.pdf

Collado, A., Navarro, D., Talaya, Á., & Sánchez, E. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino turístico cultural. *Revista de Análisis Turístico*, 4(2), 36–48.

Espinoza, X. (2012). Las trabas al emprendimiento en Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 2(4), 189–199. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550954005>

Franco, W., Torres-Naranjo, M., & Franco, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, 39, 113–129.

Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G., & Regil-García, H. H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos: Parque Nacional Nevado de Toluca - México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 18(2), 208–226.

García, M., Amores, L. E., Barquín, R. del C., & Soto, I. Y. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713–729. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.047>

García, M., Maass, S., Ramírez de la O, I., Bernal, G., Espinosa de los Monteros, G. N., & Regil, H. H. (2011). El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca,

- México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida. *Investigaciones Geográficas*, 76, 56–70.
- García, N., Carreño, Á. L., & Doumet, N. Y. (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *Revista ECA Sinergia*. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. U.T.M., 7(2), 26–39.
- García, N., Doumet, Y., & Carreño, L. (2018). Post-Earthquake Strategic Tourism Plan for the Municipality of Bolívar, Manabí, Ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 881. <https://doi.org/10.30892/gtg.23322-336>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). Global Report 2017/18. Retrieved from Global Entrepreneurship Research Association website: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) (2010). Fascículo Provincial de Manabí. Resultados del censo Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- Jácome, E., & García, G. (2015). Potencial turístico de la microcuenca del río Chimborazo, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador. *European Scientific Journal*, 11(23), 325–342.
- Jiménez, J., & Vargas, M. (2009). Construcción de un modelo para el análisis de motivaciones sobre la elección de un destino turístico. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 18, 400–413.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. Retrieved from ESPAE - ESPOL website: <http://espaee.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina. Muchas empresas y poca innovación*. Washington, DC: Banco Mundial.
- Meiriño, R., Brea, J. A., Vila, N., & López, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369–383.

- Mikery, M. Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 9, 1729 – 1740. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2631/263137781016/>
- Molera, L., & Albaladejo, I. P. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism Management*, 28(3), 757–767. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.006>
- Orgaz F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *Revista Dialnet*. 26, 47-66. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5026289>
- Pesonen, J. A. (2014). Testing Segment Stability: Insights from a Rural Tourism Study. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(6), 697–711. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.884965>
- Prada-Trigo, J., Chillogallo, D., Cordova, A., & León, L. (2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 55–72. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.004>
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81–108.
- Reinoso, N. G., Doumet, Y. N., & Alfonso, R. (2019). Impacto territorial do terremoto ao setor turístico de cantón Bolívar, Equador. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 21(1), 42–64. <https://doi.org/10.14210/RTVA.V21N1.P42-64>
- Reyes, M. V., Machado, E. L., & Ortega, Á. F. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región Amazónica del Ecuador. *Revista Turismo y Sociedad*, XVII, 39–62.
- Ricolfe, J. S., Merino, B., Marzo, S., Ferrandis, M. T., & Rodríguez, C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 189–198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.015>
- Rubio, M. (2016). Análisis de localización de emprendimientos turísticos en el sector norte del partido de Villarino (Argentina). *Revista de Geografía e Interdisciplinaridades*. 2, 9-35. Recuperado de <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/interespaco/article/view/5263>

- Tapia, E. Tapia, S. Moscoso, G. (2017). Economía solidaria: estrategia alternativa para el desarrollo local. Revista de Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial CIDE. 2, 313 – 323. Recuperado de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/view/9078/9038>
- Vázquez de la Torre, M. G., Amador, L., & Fuentes, J. M. (2016). La denominación de origen protegida “Los Pedroches” como ruta gastronómica del jamón ibérico: análisis del perfil del visitante y evolución futura. Cuadernos de Desarrollo Rural, 13(77), 63–91. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr13-77.dopp>
- Villegas, F. y Sánchez, M. 2000. Recursos turísticos y actividad del sector en la provincia de granada. Cuadernos Geográficos. 30. 193-221. Recuperado en <http://www.ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/030/030-008.pdf>.