



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Ingeniera en Turismo

Autoras:

Johanna Mirella Macas Quishpi

CI: 0705841161

Mercedes Michelle Vivar Pesántez

CI: 0706602588

Director:

Mgs: Segundo Amador Freire Chaglla

CI: 1802070175

Cuenca, Ecuador

05/09/2019



RESUMEN

El proyecto de intervención formuló una propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, con el propósito de darlo a conocer a nivel nacional debido a que el lugar cuenta con una baja y estacional concurrencia de turistas. Además, se plateó realizar propuestas para incrementar la actividad turística y aumentar el flujo de turistas al lugar.

Para alcanzar los objetivos planteados se inició con un diagnóstico mediante fuentes primarias y secundarias como encuestas, entrevistas, compendios seguidos de un análisis probabilístico que comprendió el uso de diagramas de árbol y cuadro de mando. Como resultado se obtuvo tres perfiles en base a las motivaciones del turista, se formuló el plan de mejoras y el plan de marketing a partir del principal perfil turístico obtenido.

Palabras clave: Turismo. Puerto Bolívar. Promoción turística. Perfil turístico



ABSTRACT:

ABSTRACT

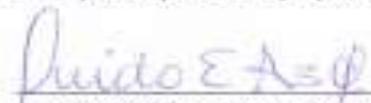
The intervention project proposed a tourism promotion proposal for Puerto Bolivar in Machala canton, with the purpose of making it known nationally because the place has a low and seasonal concurrence of tourists. In addition, it was decided to make proposals to increase tourism activity and increase the flow of tourists to the place.

In order to achieve the proposed objectives, a diagnosis was started with primary and secondary sources such as surveys, interviews, compendiums followed by a probabilistic analysis that included the use of tree diagrams and a control panel. As a result, three profiles were obtained based on the motivations of the tourist, the improvement plan and the marketing plan were formulated based on the main tourist profile obtained.

Keywords: Tourism. Puerto Bolivar. Tourism promotion. Tourist profile.

Certificado de precisión FCH-TR-043

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.


guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 09 de julio de 2019

cc: Archivo

Elaborado por: GEAV


Recibido por: nombre, firma, fecha y hora

Trabajo de intervención: Propuesta De Promoción Turística para Puerto Bolívar del Canton Machala, 2018.

Director: Mgs. Segundo Amador Freire Chaglia

Estudiantes:

Johanna Mirella Macas Quishpi

Mercedes Michelle Vivar Pesántez



INDICE DEL TRABAJO

RESUMEN	2
ABSTRACT:.....	3
INDICE DEL TRABAJO	4
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
DEDICATORIA	14
DEDICATORIA	15
AGRADECIMIENTO	16
INTRODUCCION	17
CAPITULO UNO:.....	19
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE PUERTO BOLÍVAR.....	19
1.1 Generalidades de Puerto Bolívar.....	20
Ubicación geográfica	20
Población.....	21
Vialidad y transporte.....	22
Características culturales	24
Fiestas más importantes	26
Tipo de alimentación	27
Atractivos de Puerto Bolívar	27
Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar	36
1.2 Historia de Puerto Bolívar	38
1.3 Indicios y situación de Puerto Bolívar en el ámbito turístico	39
CAPITULO DOS:	41
OFERTA, DEMANDA Y PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA PUERTO BOLÍVAR.....	41
2.1 Oferta turística	42
Alimentos y bebidas en Puerto Bolívar	42
Alojamiento de Puerto Bolívar	45
Transporte turístico de Puerto Bolívar	46
2.2. Demanda turística de Puerto Bolívar	46
2.2.1 Metodología del estudio de la demanda	46
Paso 1: Elaboración de la encuesta	47
Paso 2: Recolección de información y toma de la muestra	48
Proceso de Muestreo	49



Paso 3: Aplicación de las encuestas	52
Paso 4: Determinación estadística de la demanda	53
2.3 Perfil del turista que visita Puerto Bolívar	64
2.3.1 Perfiles turísticos según las motivaciones turísticas	65
Turista Cultural	65
Turista por Estudios.....	66
Turista por Gastronomía.....	66
Turista por Negocios	67
Turista por Salud	67
Turista por Turismo	68
Turista para visitar a familiares y amigos	68
2.3.2 El perfil general del turista que visita Puerto Bolívar.....	69
Interés del Perfil	69
Diferenciación.....	69
Fortaleza	69
CAPITULO TRES:	70
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE PUERTO BOLÍVAR	70
3.1 Base metodológica para la articulación del plan de marketing	71
3.1.1 Nivel de estrategia	71
Actores involucrados	72
Sector Público y empresas privadas	72
Perfil del turista.....	72
Diagramas de árbol	73
Estrategia de promoción.....	73
3.1.2 Nivel de gestión	73
Actores involucrados	74
Empresas turísticas.....	74
Diagnóstico de problemas	74
Cuadro de mando.....	74
Objetivos de mejora.....	76
3.2 Implementación del plan de mejoras	76
3.2.1 Nivel de estrategia	76
Perfil del turista.....	76
Mejores perfiles obtenidos.....	77
Instrumento 1: Diagramas de árbol.....	82



Estrategias de promoción	83
3.2.2 Nivel de gestión	84
Actores	84
Empresas turísticas	85
Sector público	85
Diagnóstico de problemas	86
Instrumento 2: Cuadro de mando	86
Objetivos de mejora.....	89
3.3 Propuesta de Promoción	96
Marca.....	96
3.3.1 Estrategias de promoción y medios de difusión.....	97
Flyers.....	97
Trípticos.....	98
Postales.....	98
Redes sociales	99
Facebook.....	100
Instagram	100
Página web.....	101
Medios de comunicación	103
4. CONCLUSIONES.....	104
5. RECOMENDACIONES	105
6. BIBLIOGRAFÍA	106
7. ANEXOS	110
7.1 Anexo 1: Diseño de tesis aprobado	110
7.2 Anexo 2: Registro de visitantes a Jambelí en el año 2018	127
7.3 Anexo 3: Entrevista a Fátima Domínguez -Recepcionista del Hostal Solar del Puerto	129
7.4 Anexo 4: Entrevista a Hilda Pérez- trabajadora de Pepe`s Restaurants	132
7.5 Anexo 5: Entrevista a Jaime Cruz-Representante del Barrio Autoridad Portuaria	135
7.6 Anexo 6: Entrevista a Johan Fernández – Trabajador de Restaurante Hola Ola	138
7.7 Anexo 7: Entrevista a Orlando Chica Valarezo - Representante de La Cooperativa de Transporte Fluvial y Marítimo Capitán De Fragata Rafael Moran Valverde.....	141
7.8 Anexo 8: Entrevista a María Elena Cruz- Contar de Agencia De Viajes Rosetour	144
7.9 Anexo 9: Entrevista Robert Loayza- Representante de Cooperativa de Taxis Machaleñita	147



7.10 Anexo 10: Informe de Entrevistas elaborado en base a los resultados de la plataforma de Atlas.ti.....	150
7.11 Anexo 11: Modelo de encuesta aplicada en Puerto Bolívar.	152
7.12 Anexo 12: Cotización de publicidad.....	154
7.13 Anexo 13: Cotización de diseño web y manejo de redes sociales.....	155
7.14 Anexo 14: Cotización de medio de difusión, prensa escrita	157
7.15 Anexo 15: Registro de asistencia de la socialización realizada en Puerto Bolívar	159

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Mapa satelital de Puerto Bolívar.	20
<i>Figura 2.</i> Asentamiento de la cultura Jambelí.	24
<i>Figura 3.</i> Vasija o jarra de cerámica de la cultura Jambelí.	25
<i>Figura 4.</i> Malecón de Puerto Bolívar.....	27
<i>Figura 5.</i> Antiguo Muelle de Cabotaje.....	28
<i>Figura 6.</i> Isla Jambelí.....	29
<i>Figura 7.</i> Isla del Amor.....	30
<i>Figura 8.</i> Isla Santa Clara.	31
<i>Figura 9.</i> Isla Costa Rica.....	33
<i>Figura 10.</i> Isla San Gregorio.....	34
<i>Figura 11.</i> Manglares de Jambelí.....	35
<i>Figura 12.</i> Instalaciones de la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar.....	36
<i>Figura 13.</i> Cuadro resumen de implementación	71
<i>Figura 14.</i> Actores involucrados del sector público.....	72
<i>Figura 15.</i> Actores involucrados de las empresas turísticas	74
<i>Figura 16.</i> Etapas para la implementación del cuadro de mando integral	75
<i>Figura 17.</i> Principales perfiles de turistas en Puerto Bolívar.....	78
<i>Figura 18.</i> Construcción clúster	83
<i>Figura 19.</i> Estrategias de promoción según el perfil del turista.....	84
<i>Figura 20.</i> Empresas turísticas de Puerto Bolívar.....	85
<i>Figura 21.</i> Empresas del sector público del cantón Machala	85
<i>Figura 22.</i> Marca para Puerto Bolívar	96
<i>Figura 23.</i> Modelo de flyers con el detalle de las actividades del lugar	97
<i>Figura 24.</i> Modelo de tríptico	98
<i>Figura 25.</i> Modelo de postal.....	99
<i>Figura 26.</i> Modelo de publicaciones en Facebook.....	100
<i>Figura 27.</i> Modelo de página en Instagram	101
<i>Figura 28.</i> Modelo de página web.....	102
<i>Figura 29.</i> Diseño duplicación en el periódico a escala de grises.....	103



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	21
Tabla 2	22
Tabla 3	22
Tabla 4	36
Tabla 5	37
Tabla 6	42
Tabla 7	43
Tabla 8	44
Tabla 9	45
Tabla 10	45
Tabla 11	46
Tabla 12	49
Tabla 13	50
Tabla 14	51
Tabla 15	52
Tabla 16	52
Tabla 17	53
Tabla 18	53
Tabla 19	53
Tabla 20	54
Tabla 21	54
Tabla 22	55
Tabla 23	55
Tabla 24	56
Tabla 25	57
Tabla 26	57
Tabla 27	58
Tabla 28	58
Tabla 29	58
Tabla 30	59
Tabla 31	59
Tabla 32	60
Tabla 33	60
Tabla 34	61
Tabla 35	61
Tabla 36	61
Tabla 37	62
Tabla 38	62
Tabla 39	63
Tabla 40	63
Tabla 41	63
Tabla 42	65
Tabla 43	76



Tabla 44.....	77
Tabla 45.....	79
Tabla 46.....	79
Tabla 47.....	80
Tabla 48.....	80
Tabla 49.....	81
Tabla 50.....	81
Tabla 51.....	82
Tabla 52.....	87
Tabla 53.....	88
Tabla 54.....	89
Tabla 55.....	90
Tabla 56.....	91
Tabla 57.....	92
Tabla 58.....	93
Tabla 59.....	94
Tabla 60.....	95



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Johanna Mirella Macas Quishpi en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala. 2018", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 05 de septiembre del 2019

Johanna Mirella Macas Quishpi

C.I: 0705841161



Cláusula de Propiedad Intelectual

Johanna Mirella Macas Quishpi autora del trabajo de titulación "Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala. 2018", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 05 de septiembre del 2019

Johanna Mirella Macas Quishpi

C.I: 0705841161

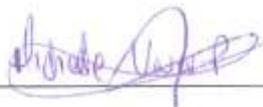


Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Mercedes Michelle Vivar Pesántez en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala. 2018", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 05 de septiembre del 2019



Mercedes Michelle Vivar Pesántez

C.I: 0706602588



Cláusula de Propiedad Intelectual

Mercedes Michelle Vivar Pesántez autora del trabajo de titulación "Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala. 2018", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 05 de septiembre del 2019

Mercedes Michelle Vivar Pesántez

C.I: 0706602588



DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres por haberme forjado como la persona que soy ahora, la mayoría de mis logros se los debo a ustedes por siempre haber estado apoyándome a pesar de la distancia.

Esto es posible gracias a ustedes.

Johanna Macas



DEDICATORIA

Este trabajo de intervención está dedicado a mis abuelos Rosana y César quienes con esfuerzo y dedicación me han encaminado desde mi infancia de la mejor manera, brindándome siempre el apoyo y el ánimo para nunca decaer por más dificultades que me presente la vida y de una manera especial en memoria de mi abuelo, aunque no pueda contar con su presencia sus enseñanzas y su anhelo de ver realizadas mis metas han sido mi motivo principal para lograr la culminación de mis estudios.

A mi madre Mercedes por ser mi apoyo durante toda mi vida, por su inmenso esfuerzo y dedicación, por la oportunidad de tenerla presente guiándome en esta etapa de mi vida, por su lucha constante para lograr que todas sus hijas cumplan sus metas y por su amor incondicional.

Michelle Vivar



AGRADECIMIENTO

Agradecemos infinitamente a todos los docentes que nos han formado a lo largo de nuestros estudios y en especial a nuestro tutor Mgs. Segundo Freire quien nos brindó su conocimiento, tiempo, esfuerzo y dedicación para culminar con el presente trabajo.

A la comunidad de la Parroquia de Puerto Bolívar, por su colaboración y aporte con la información necesaria para el desarrollo de este proyecto.

Johanna Macas

Michelle Vivar



INTRODUCCION

La parroquia Puerto Bolívar ubicada en del cantón de Machala es conocida como terminal marítimo de la ciudad, donde se aprecia la actividad comercial y es el segundo puerto más importante del país, “en el 2017 se exportaron 326 millones 400 mil 307 cajas de 18,14 kilogramos, 7,3 millones de cajas más que en el 2016” (Bananotas, 2017, pág. 9).

La pesca es otra actividad que beneficia al trabajo de los residentes que de igual forma proveen parte de la alimentación de los machaleños. Otra actividad a la que se dedican es a la elaboración de artesanía, las mismas que son expuestas en el muelle para vender a los turistas. Además, es reconocido como un punto donde se pueden tomar diferentes lanchas hacia las playas del Archipiélago de Jambelí.

A pesar que Puerto Bolívar tiene su incidencia comercial se ha ido implantando de a poco en el ámbito turístico, por ejemplo, el Antiguo Muelle de Cabotaje, hoteles, restaurantes y programación de actividades que han motivado a la afluencia de turistas el lugar. Sin embargo, no existe una difusión apropiada de los mismos que ofrece el lugar debido a que solo se difunde a la comunidad, pero no a nivel nacional.

En el capítulo uno se describe a Puerto Bolívar desde sus inicios como un punto estratégico para la movilización de personas hacia recintos cercanos y como clave del comercio en la zona sur del país. Con el paso del tiempo se fue desarrollando como un espacio importante de exportación e importación a nivel nacional e internacional. Actualmente se ha desarrollado en el ámbito turístico como un destino que cuenta con la infraestructura y el espacio adecuado para su desarrollo.

En el capítulo dos el estudio de la oferta en Puerto Bolívar contribuyó a identificar el total de establecimientos presentes y su capacidad para cubrir la demanda; por otra parte, el estudio de la demanda realizado en la parroquia determinó las características del turista y el nivel de satisfacción de los atractivos y los servicios utilizados durante su visita. Como resultado del estudio de dos de las variables del Sistema Turístico: la oferta y la demanda, se definió el perfil del turista que visita Puerto Bolívar.

En el capítulo tres el perfil obtenido definió las estrategias de promoción y los problemas identificados en la zona contribuyeron a la formulación de objetivos los cuales forman parte del plan de mejoras que dio paso a la elaboración del plan de marketing del lugar.



La implementación de este estudio contribuirá al mejoramiento de las actividades turística designando los responsables correspondientes de cada área, mejorará económicamente a los habitantes y permitirá la diversificación del turismo.



CAPITULO UNO: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE PUERTO BOLÍVAR



1.1 Generalidades de Puerto Bolívar

Puerto Bolívar está ubicado en el cantón Machala en la provincia de El Oro y es uno de los puertos de exportación más importante que tiene el Ecuador, por su cercanía con las principales ciudades del país es considerado como un punto estratégico para la comercialización y exportación.

Puerto Bolívar en la actualidad cuenta con servicios de alojamiento, alimentación, transporte fluvial y marítimo, bares, discotecas, lugares de esparcimiento como parques. Posee un muelle con una gran capacidad de acoger a todos los visitantes que llegan al lugar para visitar la Isla de Jambelí, donde su parada obligatoria es Puerto Bolívar.

En este capítulo se describirá los datos generales e históricos que han convertido al puerto en uno de los sitios más importantes de la provincia del El Oro contribuyendo así al ámbito económico y turístico de los orenses.

Ubicación geográfica



Figura 1. Mapa satelital de Puerto Bolívar. Por Google Maps (2019). Recuperado de <https://www.google.com/maps>



La parroquia de Puerto Bolívar “está localizada en la costa de Sudamérica, al Sur de Ecuador en la provincia de El Oro, y es el segundo puerto de la República por el movimiento de carga en el Sistema Nacional Portuario” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f).

“Sus coordenadas geográficas son: 3°15'55” Latitud Sur y 80°00'01” Longitud Oeste, la corriente de marea es de 1,5 nudos al eje del canal y los vientos máximos de 10 nudos” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f).

Población

La población de Puerto Bolívar se determinará según los datos proporcionados de la INEC censo de población y vivienda 2010, y se enfocará en edad y sexo.

Tabla 1

Población de Puerto Bolívar por sexo y edad

Grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	217	188	405
De 1 a 4 años	1,038	988	2,026
De 5 a 9 años	1,340	1,264	2,604
De 10 a 14 años	1,354	1,289	2,643
De 15 a 19 años	1,260	1,223	2,483
De 20 a 24 años	1,189	1,093	2,282
De 25 a 29 años	1,091	1,062	2,153
De 30 a 34 años	952	917	1,869
De 35 a 39 años	875	807	1,682
De 40 a 44 años	738	749	1,487
De 45 a 49 años	681	675	1,356
De 50 a 54 años	568	528	1,096
De 55 a 59 años	409	427	836
De 60 a 64 años	354	307	661
De 65 a 69 años	263	211	474
De 70 a 74 años	203	168	371
De 75 a 79 años	107	106	213
De 80 a 84 años	80	74	154
De 85 a 89 años	32	38	70

Nota: Adaptado de “Censo de población y vivienda 2010”, por REDATAM, INEC, 2010



Tabla 2

Población de Puerto Bolívar por sexo y edad

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 90 a 94 años	14	27	41
De 95 a 99 años	5	5	10
De 100 años y mas	-	1	1
Total	12,770	12,147	24,917

Nota: Adaptado de “Censo de población y vivienda 2010 “, por REDATAM, INEC, 2010

La estadística nos demuestra que Puerto Bolívar posee una población de 24.917 habitantes de los cuales 12.770 son hombres y 12.147 son mujeres.

Vialidad y transporte

Puerto Bolívar se encuentra ubicado en una zona estratégica cuyas conexiones terrestres lo ubican a pocos kilómetros de ciudades costeras principales del Ecuador como Guayaquil y Manta y de países como Perú mediante vías de primer orden.

Tabla 3

Distancias entre Puerto Bolívar y otras ciudades

DISTANCIAS	KM	TIEMPO
Guayaquil	121	02h45
Manta	390	05h24
Quito	478	07h00
Cuenca	166	02h21
Loja	118	03h04
Tumbes	101	01h25
Piura	390	05h27

Nota: Adaptado de “Conectividad”, por Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, 2019, Recuperada de <https://www.puertobolivar.gob.ec/conectividad/>



Dentro de la ciudad de Machala las principales avenidas son:

- 25 de junio
- Circunvalación Norte y Sur
- Las Palmeras
- Colon tinoco
- Simón Bolívar
- Guayas
- 9 de mayo
- Pichincha
- Sucre

Transporte Terrestre

Cooperativas Provinciales y Cantonales:

- Coop. Azuay
- Coop. Calderón
- Coop. Centinela del Sur
- Coop. Cifa Internacional
- Coop. Ecuatoriano pullman
- Coop. Esmeraldas Internacional
- Coop. Guabo
- Coop. Loja Internacional
- Coop. Nambija
- Coop. Occidental
- Coop. Oro Express
- Coop. Paccha
- Coop. Panamericana Internacional
- Coop. Patria
- Coop. Piñas
- Coop. Pullman Sucre
- Coop. Rutas Orenses
- Coop. Santa
- Coop. Tac
- Coop. Unión Cariamanga
- Coop. Unión Ya



Transporte aéreo

El aeropuerto más cercano es el Aeropuerto Regional Santa Rosa ubicado a 28 Km de la ciudad de Machala, donde se realizan diferentes rutas dentro y fuera del Ecuador siendo sus principales destinos ciudades como Quito y Guayaquil y Perú.

Características culturales

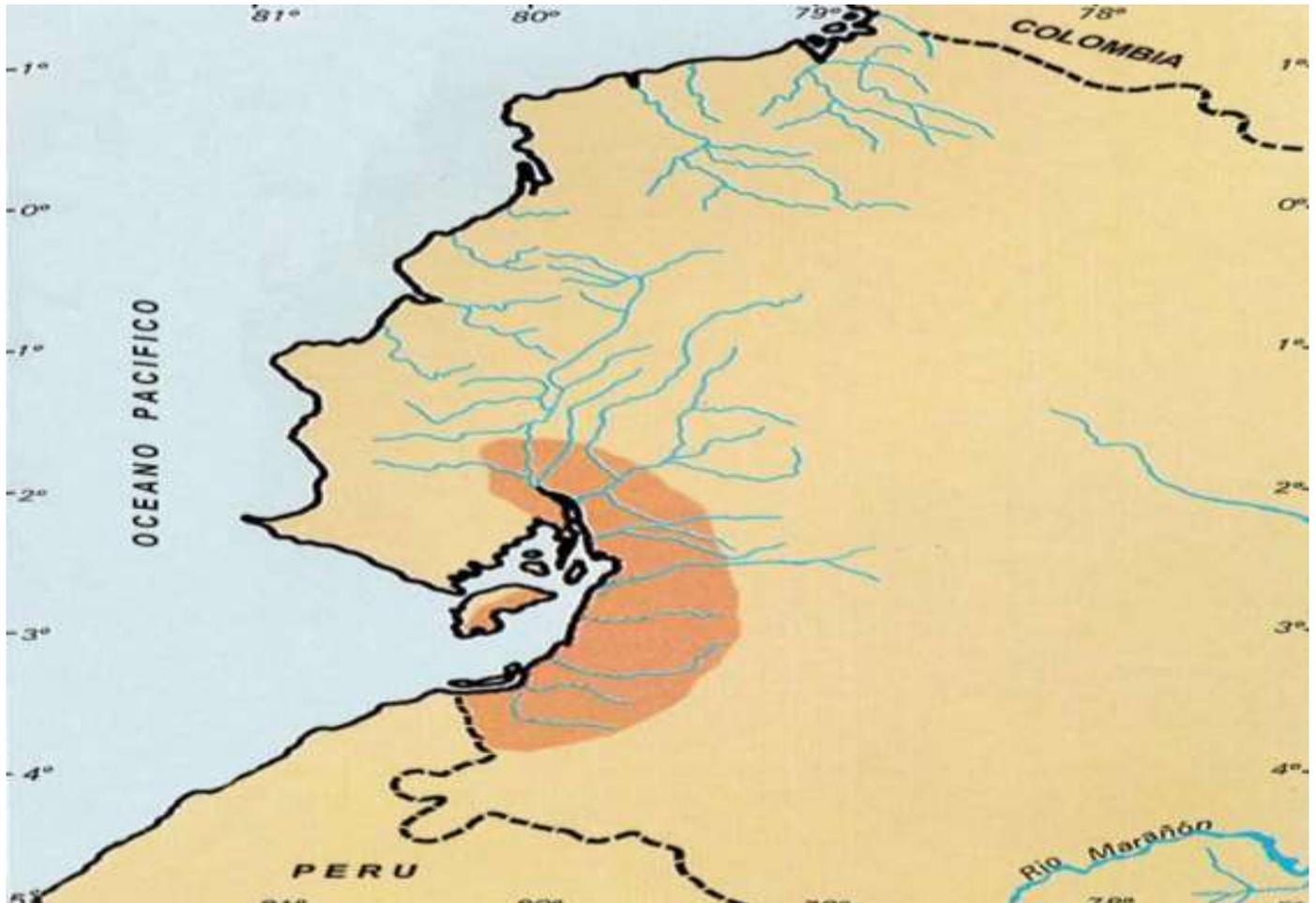


Figura 2. Asentamiento de la cultura Jambelí. Adaptado de “Cultura Jambelí”, por F. Áviles, s.f, *Enciclopedia del Ecuador*, Recuperado de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-jambeli/>

En la época precolombina, la Cultura Jambelí se ubicó y desarrolló como antecedente histórico de los pueblos oreenses, la que fundó los primeros poblados del territorio (Castillo, 2017).

La cultura Jambelí originaria de la provincia de El Oro, data sus asentamientos desde hace mil años en las costas oreenses, la provincia del Guayas y el vecino país de Perú formando parte de su identidad y sus raíces.



La Cultura Jambelí –como tal- extendió sus dominios en el norte peruano, en donde se la reconoce con los nombres de fases Garbanzal y Pechiche. No hay dudas de que, a pesar de ello, todos los asentamientos corresponden a una misma tradición cultural, con un estilo cerámico identificador, especialmente el decorado de pintura blanca sobre superficies rojas. (Castillo, 2017)

Artesanías



Figura 3. Vasija o jarra de cerámica de la cultura Jambelí. Adaptado de “Cultura Jambelí”, por F. Áviles, s.f, *Enciclopedia del Ecuador*, Recuperado de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-jambeli/>

Acerca de su cultura “es muy poco – o casi nada – lo que se conoce sobre las características de sus hombres, sus costumbres funerarias, y las formas y modo de sus viviendas” (Áviles, s.f.), sin embargo, al ser una cultura ubicada al borde del mar se “ha podido determinar que su principal fuente de subsistencia la obtenían directamente del mar, ya sea como pescadores o recolectores de mariscos” (Áviles, s.f.).

La cultura Jambelí, al igual que el resto de las culturas del Ecuador posee artesanías creadas por los propios habitantes, por medio de estudios “se han encontrado algunas piezas de cerámica, pero estas no tienen competencia tecnológica de otras como la Guangala. En cuanto a sus figurillas, estas se presentan en forma estilizada y con cierta delicadeza artística” (Áviles, s.f.).

El tipo de artesanía que creaba esta cultura era antropomorfo, sin embargo



Trabajaron directamente las conchas con las que elaboraron pendientes de forma antropomorfa y circulares hechos de concha entera con una o dos perforaciones, cuentas circulares similares a las elaboradas en piedra por otras culturas, y “lloptas” o pequeños envases para guardar coca. (Avilés, s.f.).

Fiestas más importantes

Lo principal a destacar es que “Puerto Bolívar fue creado por decreto legislativo el 13 de abril de 1987 y se declaró Puerto mayor de la República el 24 de julio de 1898 (OPINION, Diario Moderno y Profesional, 2008); (Aguilar, 2013). En cuanto a las festividades a continuación detallamos las más destacadas.

Homenaje a la Virgen de las Mercedes el 24 de septiembre. En la ciudad de Machala esta fecha se celebra desde el punto de vista religioso con misas y caminatas desde donde se encuentra la patrona religiosa de esta ciudad.

Por estas fiestas se realiza la elección de la Reina Mundial del Banano, este es un evento internacional donde participan mujeres de diferentes países productores de banano, y entre las cuales se elige una representante a nivel mundial. Dentro de estos eventos se realiza la elección del Rey Banano, donde participan los agricultores con su mejor racimo producido, cumpliendo algunos requisitos como el peso y la calidad.

A la anterior fiesta se suma la visita a Puerto Bolívar y se realiza una actividad de ofrenda a la Virgen donde los pescadores toman sus botes y los llenan de productos y hacen una ruta en el mar, como represen acción de agradecimiento a la Virgen.

Fundación de Puerto Bolívar, 18 de diciembre. Estas fiestas se celebran con las siguientes actividades: elección de la Reina del Puerto; desfiles donde se destacan los colegios del lugar con sus marchas y bandas de guerra; festivales de música y, por ultimo sesión solemne

Nacimiento del Libertador Simón Bolívar, Patrono de Puerto Bolívar, 24 de julio. En esta fecha en la parroquia se realiza un gran homenaje en el lugar, luego de esto “el 25 de julio se desarrolla una misa en acción de gracias en la Catedral de Machala. Aprovechando las festividades de realiza el Festival Cultural del Manglar” (Telégrafo, 2014). Este festival tiene sede en la Isla Pongalillo, donde “el cierre se dio con un desfile náutico y un espectáculo artístico, además habrá juegos pirotécnicos y la quema de un castillo” (Telégrafo, 2014).



Tipo de alimentación

Comida típica

La gastronomía de Puerto Bolívar está basada en la elaboración y consumo de mariscos y carnes siendo los platillos más representativos los siguientes:

- Arroz con camarones
- Ceviches (camarón, concha, pescado y mixto)
- Arroz con menestra y carne asada
- Caldo de gallina criolla

Atractivos de Puerto Bolívar

Malecón de Puerto Bolívar



Figura 4. Malecón de Puerto Bolívar

El Malecón de Puerto Bolívar “se encuentra a 0m.s.n.m., y posee una extensión de 500m de largo y una temperatura entre 22°C a 28°C clima tropical” (Aguilar, 2013, p.96).

El puerto inicio como un atracadero de pequeñas embarcaciones. Antiguamente su estructura era de madera y en el año de 1938 se establece el muro de concreto. Su creación fue imprescindible para la comercialización del principal producto de la época “e cacao” y como otro motivo la necesidad de sus habitantes de transportación (Aguilar, 2013, pp. 97- 98).



En aspectos históricos es importante mencionar que participo en la batalla de Jambelí, ya que sus instalaciones permitieron la participación de la defensa ecuatoriana en el ataque aéreo y marítimo peruano entre el 24 y el 25 de julio de 1941. También estuvo presente en desde el año de 1950 en el “boom bananero” donde se trasladaba el producto desde el ferrocarril hasta el muelle para su exportación, lo que creo el origen de la Autoridad Portuaria (Aguilar, 2013, pp. 98-99).

En la actualidad el Malecón de Puerto bolívar es el atractivo principal de su parroquia, donde acuden turistas nacionales y extranjeros que deseen disfrutar de un día de relajación, contemplando el mar y las especies de avifauna del lugar.

Las actividades en el Malecón empiezan desde la mañana, debido a que los transportistas movilizan a los turistas hacia la Isla Jambelí, en el corto recorrido desde la entrada del muelle hasta las embarcaciones, se distinguen los artesanos que ofrecen una gama de artesanías elaboradas con materiales de la zona. A partir de las 6pm el Malecón se convierte en una zona de entretenimiento para el público joven. La afluencia de turistas en este lugar es considerable, especialmente en temporadas de feriados y vacaciones.

Antiguo Muelle de Cabotaje



Figura 5. Antiguo Muelle de Cabotaje

El Antiguo Muelle de Cabotaje “se encuentra a 0 m.s.n.m., y tiene una extensión de 60m. y un ancho de 5m., una temperatura de 22°C Clima tropical” (Aguilar, 2013, p.83).



Construida e inaugurada en 1903, sirvió como puerto de salida para comercio en el austro ecuatoriano. Se convirtió en el muelle principal del sur del Ecuador, siendo el único que cuenta con desembarque en seco y en el cual se puede observar el desembarque de la pesca típica. Este muelle a más de prestar salida de productos como el cacao café, también sirvió de llave para el turismo hacia el Archipiélago de Jambelí (Aguilar, 2013, p.84).

El muesto marino fue establecido en el antiguo muelle donde se podían observa la estructura ósea de algunos peces, crustáceos y moluscos. En la actualidad este lugar se ha convertido en un salón que tiene acogida a eventos y posee su propia cafetería, donde recibe gran variedad de turistas en especial en temporada alta.

Camaroneras

Las camaroneras “se encuentran a 1 m.s.n.m., con una extensión variable y una temperatura de 22°C Clima tropical” (Aguilar, 2013, p.87).

La actividad camaronera es la principal actividad con influencia en Machala, donde los camarones con un proceso de crianza en piscinas, hasta llegar al proceso de venta y exportación a nivel nacional e internacional. Esta actividad no está enfocada en el turismo, sin embargo, se puede ver como una planeación a futuro con enfoque turístico que permitan ver el proceso de esta actividad.

Isla Jambelí



Figura 6. Isla Jambelí

La isla de Jambelí pertenece al Archipiélago del mismo nombre, la misma que para su acceso se debe realizar desde el Puerto Bolívar. Pertenece al cantón de Santa Rosa. “Se encuentra a 3m.s.n.m. con una extensión de 417.06 Km² y una temperatura promedio entre 23°C y 26 °C Clima tropical Cálido” (Aguilar, 2013, p.62).



Para llegar a este lugar se debe comprar un ticket de ida y vuelta para las lanchas en cualquiera de las dos cooperativas que se encuentran en el muelle, estas lanchas salen cada hora, lo que facilita llegar al destino. El tiempo aproximado para llegar a la Isla es de 30 minutos. Posee infraestructura turística que facilita a los turistas su estadía.

La parroquia rural de Jambelí fue creada el 25 de junio de 1878, la parroquia con mayor extensión en relacional resto de parroquias del cantón Santa Rosa. (GAD Parroquial de Jambelí, 2019).

La parroquia rural de Jambelí se encuentra ubicada geográficamente al Sur Oeste de la provincia de El Oro con sus islas principales como son: Costa Rica, Bellavista, Las Huacas, Las Casitas y Pongalillo (GAD Parroquial de Jambelí, 2019).

En la fauna es común encontrar crustáceos, moluscos, garzas, pelicanos y una serie de especies aves y más. Con respecto a su flora se puede decir que “es una zona donde predomina el ecosistema de manglar asociado a pequeños remanentes de bosque seco, salitrales y playas. Con una precipitación promedio anual inferior a los 200mm” (Aguilar, 2013, p.63).

Isla del Amor



Figura 7. Isla del Amor. Adaptado de “Atractivos turísticos: Isla Santa Clara”, por Machala Turística, s.f. Recuperada de <https://machala-turistico.webnode.es/principales-atractivos-turisticos/la-isla-del-amor/>

La Isla del Amor “se encuentra a 5m.s.n.m, con una extensión de 0,05km² y una temperatura promedio entre 22°C hasta los 32°C clima tropical semia árido.” (Aguilar, 2013, p.64).



La Isla del Amor es otro atractivo que “se encuentra localizada en el canal de Jambelí, entre Puerto Bolívar y el Balneario de El Coco, a 20 minutos en lancha desde Puerto Bolívar” (Aguilar, 2013, p.64.).

Esta Isla es reconocida como una “Isla ecológica poblada de aves marinas que acuden al lugar para anidar. Pelicanos, fragatas, garzas blancas, garzas grises y piqueros de patas azules forman parte de la isla (Marketsupport, 2016-2013)” (Aguilar, 2013, p.64).

La flora que posee esta Isla está conformada por extensos tipos de mangles que conforman este lugar como un lugar. En la actualidad no posee valor turístico debido a su escaso conocimiento, y en cierto modo las masificaciones de turistas no permiten que este lugar mantenga su armonía.

Isla Santa Clara o Isla del Muerto



Figura 8. Isla Santa Clara, Adaptada de “Reserva Marina Isla Santa Clara, por Sistema Nacional de Áreas Protegidas”, s.f. Recuperada de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-marina-isa-santa-clara>



La Isla Santa Clara o Isla del Muerto “se encuentra a 16 m.s.n.m. con una extensión de 0.05km² y una temperatura promedio entre 22°C hasta los 32°C Clima tropical semi árido” (Aguilar, 2013, p. 67). La accesibilidad de esta lista es a través de Puerto Bolívar y la duración del recorrido es alrededor de dos horas.

La Isla Santa Clara fue declarada en el año de 1999 como Reserva Marina Isla Santa Clara por parte del Ministerio de Ambiente.

Esta isla “se piensa que fue un lugar sagrado y de adoración para culturas prehispánicas y que los antiguos pobladores del golfo de Guayaquil la usaron como parte del circuito comercial de la costa sudamericana.” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas, s.f.).

En cuanto a la fauna “se calcula que existen 14.000 fragatas, 5.000 piqueros de patas azules y 4.000 pelicanos. Sin duda se trata de las colonias más numerosas de estas especies en todo el Ecuador continental” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas, s.f.). Este lugar “fue declarada como sitio RAMSAR en el año 2002 y está incluida en la lista de humedales de importancia internacional” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas, s.f.).

La fauna es diversa por sus múltiples de especies de peces; sin embargo “se han reportado mamíferos como ballenas jorobadas, delfines comunes y lobos marinos” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas, s.f.).

En esta isla “funciona una estación científica administrada por el Instituto Oceanográfico de la Armada en convenio con el Ministerio de Ambiente” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas, s.f.). La única manera de visitar esta Isla es en lancha, para a observación de su fauna y flora.



Isla de Costa Rica o Isla Tembleque



Figura 9. Isla Costa Rica. Adaptado de “Isla Costa Rica, disfruta de esta isla, una de las cinco islas que conforman el Archipiélago de Jambelí”, por GoRaymi, 2018. Recuperado de <https://www.goraymi.com/es-ec/jambeli/isla-costa-rica-aztys3qqj>

La Isla de Costa Rica o Isla Tembleque “se encuentra a 9.m.s.n.m. con una extensión de 5.2km² y una temperatura promedio entre 22°C hasta los 28°C clima tropical costanero” (Aguilar, 2013, p.74).

La Isla Costa Rica pertenece al Archipiélago de Jambelí y al cantón de Santa Rosa. “Su nombre se debía a que a la gente que vivía en ella la denominaban los temblecosos, sobrenombre puesto por los pobladores de San Gregorio con quienes tenían constantes enfrentamientos” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jambelí, 2015, p.4).

Esta Isla también fue luego nombrada como Costa Rica “debido a la visita de un obispo de Loja a quien le gustó la isla, sugiriendo que se la denomine “Costa Rica” por la riqueza natural del sitio” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jambelí, 2015, p.4).

La isla no es un lugar para acceso turístico, su poca población se dedica al criadero y venta de conchas y a la protección de los manglares. La accesibilidad más cercana es a través del Puerto Hualtaco localizado en la ciudad de Huaquillas donde tienen horarios específicos de salidas hacia y desde el lugar.



Isla San Gregorio



Figura 10. Isla San Gregorio. Adaptado de “El parasailing, la atracción de Jambelí”, por Diario El Telégrafo, (10 mayo de 2015). Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-parasailing-la-atraccion-en-jambeli>

La Isla San Gregorio “se encuentra a -1 m.s.n.m., y posee una extensión de 0,02 km² y una temperatura entre los 22°C hasta los 28° C Clima tropical costanero” (Aguilar, 2013, p.77).

En cuanto a “su flora podemos destacar a la uña de gato y con respecto a la fauna encontramos a la fragata y al pelicano” (Aguilar, 2013, p.78). Esta Isla es turística, el acceso es a través de Puerto Hualtaco y es un punto donde se concentran gran cantidad de turistas.

Se puede decir que esta isla durante feriados “recibió a miles de turistas nacionales y extranjeros que disfrutaron de las bondades de esta playa de aguas limpias, sol y arena; la práctica de deportes acuáticos y extremos; así como también de a exquisita gastronomía ecuatoriana-peruana” (“Diario Opinión”, 2018).

Isla Saca Mano

La isla Saca Mano “se encuentra ubicada geográficamente a 3°19’ de latitud sur y a 80°01’ de longitud oeste. Su temperatura oscila entre 25°C y 27° C” (Aguilar, 2013, p.78).

Este atractivo posee diferentes tipos de mangles “entre los cuales podemos encontrar mangle rojo, mangle negro y mangle blanco. En lo que respecta a la fauna, se pueden observar crustáceos como jaibas, cangrejo y mejillón. En cuanto aves tenemos la garza blanca” (Aguilar, 2013, p.78).



Este atractivo es conservado desde el año 2005, ya que fue entregado a custodia a la asociación de concheros “Venecia del Mar” [...], por lo tanto, para llegar a visitar este atractivo se debe coordinar la visita con el presidente de dicha asociación. (Maldonado Santacruz, 2007, págs. 100, 101,102)” (Aguilar, 2013, p.79).

Manglares



Figura 11. Manglares de Jambelí. Adaptado de “Isla Jambelí y sus Manglares”, por Mi nube,s.f. Recuperado de <https://www.minube.com/rincon/la-isla-jambeli-y-sus-manglares-a56043>

Los manglares “se encuentra a 8m.s.n.m, a una extensión variable según su ubicación, y una temperatura de 22° temperatura tropical” (Aguilar, 2013, p.80).

Los manglares son de suma importancia en el Archipiélago de Jambelí ya que forman a manera de un muro natural que permite controlar el crecimiento de la marea, evitando que éste arrastre toda la Isla.

En la actualidad la destrucción de los manglares se ha convertido en un problema causado por la práctica inconsistente de la actividad de recolección de conchas y crustáceos, razón por la cual se han escuchado recientemente la pérdida de a poco de la Isla Jambelí.

En cuanto al turismo estos manglares se pueden apreciaren cualquier recorrido que se haga para visitar alguna isla del Archipiélago de Jambelí, donde se puede apreciar la avifauna del lugar.



Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar



Figura 12. Instalaciones de la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, por Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, 2019, Recuperada de <https://www.puertobolivar.gob.ec/>

El Malecón de Puerto Bolívar “se encuentra a 4 m.s.n.m., y posee una extensión de 75,51 has y una temperatura entre 22°C a 28°C clima tropical” (Aguilar, 2013, p.103).

Puerto Bolívar cuenta como entidad principal a la Autoridad Portuaria, la misma que es una organización que maneja de manera técnica todo el proceso desde el inicio hasta el final de la exportación e importación de todos los productos que posee a nivel internacional.

Históricos de importación y exportación de Puerto Bolívar

Tabla 4

Histórico de importación de Puerto Bolívar en los últimos cuatro años

	Años			
	2014	2015	2016	2017
Tipo de carga				
general	104.707	134.811	109.613	53.537
contenerizada	6.765	7.474	3.404	6.971
	57.414	0	0	0
	0	0	0	0
Total	168.886	142.285	113.017	60.508

Nota: Tabla elaborada en base a estadísticas de importación en Puerto Bolívar de los últimos cuatro años registrados. Adaptado de “Estadísticas Portuarias y de transporte turístico 2016”, por Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016, Recuperado de



https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Boletin-Estadistico-Portuario_2016_MTOP.pdf. “Estadísticas Portuarias y de transporte turístico 2017”, por Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016, Recuperado de http://www.asotep.org/pdf/legislacion/legislacion_61.pdf.

Tabla 5

Histórico de exportación de Puerto Bolívar en los últimos cuatro años

	Años			
	2014	2015	2016	2017
Tipo de carga				
general	1.488.100	1.565.816	1.433.512	1.246.674
contenerizada	10.408	221.701	184.943	310.531
	0	0	0	0
	0	0	0	0
Total	1.498.508	1.787.517	1.618.455	1.557.205

Nota: Tabla elaborada en base a estadísticas de exportación en Puerto Bolívar de los últimos cuatro años registrados. Adaptado de “Estadísticas Portuarias y de transporte marítimo 2016”, por Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016, Recuperado de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Boletin-Estadistico-Portuario_2016_MTOP.pdf. “Estadísticas Portuarias y de transporte marítimo 2017”, por Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016, Recuperado de http://www.asotep.org/pdf/legislacion/legislacion_61.pdf.

Proyectos

La Autoridad Portuaria posee planteados proyectos que ya se han ejecutado y otros que desea desarrollar para el cumplimiento de su visión por lo que a continuación se detallará y describirá los mismos.

Expansión Portuaria

El proyecto trata de la actual construcción que tuvo finalización en el año 2015 y constaba de “un moderno atracadero de 400 mts. Lineales por 100 mts. de plataforma y un patio de contenedores mediante grúas de pórtico y equipos de respaldo para la manipulación” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f., párr.2).

Zona de actividad logística de Apoyo al Puerto

Este proyecto se trata que:



En esta zona se realizará principalmente la consolidación y des consolidación de contenedores, instalación de empresas para dar valor agregado a las mercancías tanto de exportación como de importación, almacenamiento, embalaje, etiquetado, entre otros. De igual manera se incluirá servicios de aduana, transitorios, banca, zona de paqueos, talleres y toda clase de servicios complementarios (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f., párr.3).

Nueva vía de ingreso

“La nueva vía de ingreso directo y descongestionamiento inicia en la Circunvalación Norte y se constituye en el acceso norte al Puerto y la Zona de Actividad Logística en el Terminal Portuario” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f, párr.4).

Planta térmica a gas

La principal función de implementación de esta planta es que “dará el sustento energético para el crecimiento progresivo de la ampliación de tomas refrigeradas en la contenerización del banano como solución del problema de la calidad de la fruta” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f., párr.5).

Dique seco y astillero naval

“Este proyecto está destinado a cubrir la demanda del servicio para reparación de naves feeder de hasta 240 mts. de eslora de barcos mercantes, pesqueros y turísticos que operan en las Islas Galápagos” (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, s.f., párr.6).

1.2 Historia de Puerto Bolívar

“Los antecedentes históricos de Puerto Bolívar arrancan en los años 60 del siglo XIX, cuando el precario atracadero de canoas de pesca empieza a marcar la ruta de desarrollo de la provincia de El Oro”. (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 1).

El 18 de diciembre de 1883 se inauguró definitivamente el que hasta ese entonces se llamaba Puerto Huaylá. La ceremonia fue de orden cívico- religiosa preparada para inaugurar el Primer Puerto Marítimo de Machala, designándose el nombre de Bolívar como un grato y digno recuerdo al Padre de la Patria (Santacruz, R., San Martín, G. y Ricaurte, C., 2009).

En abril de 1897 el Congreso elevó a Puerto Bolívar a la categoría de Puerto Mayor de la República y en 1898 autorizó la construcción del muelle de hierro, que lo inauguraría el 9 de mayo de 1902 el Presidente Eloy Alfaro, quien ya en 1900 había puesto en servicio una conexión férrea entre el Puerto y la ciudad de Machala, que en 1908 se extendió a las ciudades oreenses de Pasaje, Santa Rosa y Arenillas, con grandes beneficios también para la explotación aurífera de la zona de Portovelo a cargo de compañías extranjeras (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 5).



La operación del muelle de cabotaje marcó un hito en el desarrollo del puerto, de Machala y de la provincia de El Oro, al promover la expansión comercial del banano hacia destinos de exportación que convirtieron a Machala en capital bananera del mundo. Cientos, quizá miles de habitantes del austro emigraron a la vecina provincia atraídos por el resplandor de las zonas mineras y la prosperidad bananera (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 6).

En 1974 se inició la construcción de un muelle marginal de 360 metros de extensión, que entró en operación en 1981, para ampliar la capacidad del puerto a cuatro atracaderos. Luego, a partir de la Ley de Modernización de 1993, Puerto Bolívar ingresó en una etapa de modernización de las instalaciones, servicios y en lo administrativo, reduciendo la nómina de empleados y delegando al sector privado la operación portuaria, con resultados favorables, bajo la regulación y control de Autoridad Portuaria (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 11).

En enero de 2011 se contrató la construcción del muelle número 5, con atracaderos para dos buques adicionales a la actual capacidad de cuatro, lo que responde al incremento constante del movimiento portuario, pues en 2010 se registró un crecimiento del 13% en relación con 2009. Para 2016 se prevé iniciar la construcción de un sexto muelle (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 12).

El Consorcio Construcciones Portuarias y Cimentaciones S.A. TUNASERV, comentaba que a inicio de este mes comenzaba la construcción del muelle 5, que costó 51 millones de dólares y debió terminarse en 30 meses. Este sitio tuvo como idea ser una inyección económica favorable a la provincia de El Oro, y que iba a crear fuentes de empleo y economía para los obreros que debió contratará la empresa dando preferencia a la mano local (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 14). Sin embargo, hasta la actualidad se sigue esperando esta obra.

El ex presidente Rafael Correa, comprometió el apoyo para impulsar los proyectos de expansión que tiene la Autoridad Portuaria. Uno de ellos es la construcción del muelle seco, para mantenimiento del parque naviero de todo el país, que actualmente se hace en Chile, al costo de más de nueve millones de dólares al año (“Puerto Bolívar, una ventana”, 2011, párr. 15). Este apoyo no fue recibido hasta hoy en día.

1.3 Indicios y situación de Puerto Bolívar en el ámbito turístico

Puerto Bolívar desde su inicio como muelle de carga hasta actualidad se ha convertido en un puerto de categoría mayor, proyectándose como una zona potencial para el desarrollo comercial y turístico.



Sus inicios en el ámbito turístico se manifestaron desde que su interés de la transportación de carga hacia Guayaquil fue aprovechado por las embarcaciones para transportar personas hacia diferentes islas y provincias del país cercanas. Esta afluencia de personas dio paso a crear la ruta Puerto Bolívar- Isla Jambelí con visitas organizadas que con el paso del tiempo fue tomando popularidad hasta el día de hoy.

El crecimiento y desarrollo del puerto contribuyó a que se implementen mejoras en el mismo cambiando así de un muelle de hierro por un muelle de espigón y un moderno Malecón denominado Víctor Naranjo Fiallos. La creación de la Autoridad Portuaria fue designada a regular toda actividad económica de importación y exportación que prevalece hasta la actualidad.

El nuevo uso que se le dio al antiguo muelle de hierro por parte de la Casa de la Cultura de El Oro, contribuyó a la creación de nuevos espacios con fines turísticos creando así una sala-cafetería, donde los turistas pueden descansar y donde se realizan también eventos en fechas programadas.

Actualmente, Puerto Bolívar es la puerta que conecta a la provincia de El Oro con el mundo entero ya que desde sus 5 muelles se exportan aproximadamente el 85% de la producción bananera de todo el país hacia diferentes destinos. A medida que ha pasado el tiempo, Puerto Bolívar ha cambiado en su ámbito urbanístico; encontramos una gran variedad de restaurantes y bares que ofrecen sus productos y posee sitios de alojamiento (Gonzales, 2013).

Puerto Bolívar se ha convertido en un lugar no solo de importaciones y exportaciones de productos, sino que ha dado paso al turismo nacional y extranjero con sus atractivos naturales, las playas y su rica gastronomía.



CAPITULO DOS: OFERTA, DEMANDA Y PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA PUERTO BOLÍVAR



2.1 Oferta turística

La oferta turística se define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por esos productos” (Sancho, 2011, p.51).

El inventario de establecimientos turísticos presentes en la parroquia de Puerto Bolívar está compuesto por establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas, alojamiento, transporte y operación turística.

Alimentos y bebidas en Puerto Bolívar

Tabla 6

Alimentos y bebidas

Nº	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
1	Restaurante Encantos	Comidas y bebidas/ Restaurante	Apolinario Galve y Rocafuerte	Pto. Bolívar
2	Parrillada el Rincón del Porteño	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
3	Picantería Olivares	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
4	La esquina del Pepo	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
5	Restaurante Ritzzy	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
6	La Vianda	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
7	Parrilladas Marlito	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte	Pto. Bolívar
8	Sarita Restaurante	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. José Ugarte y José Apolo	Pto. Bolívar

Nota: Restaurantes y bares ubicados en la parroquia Puerto Bolívar.



Tabla 7

Alimentos y bebidas

N°	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
9	Perla Negra	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. José Ugarte y José Apolo	Pto. Bolívar
10	Bar brisas del mar	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
11	Parrilladas Lupita	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
12	Parrilladas de Ángel	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
13	Parrilladas clarita y sus delicias	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
14	George Break	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
15	Vaikiki	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
16	Master Burger	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
17	La fragata	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
18	Bar Night Train	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
19	Bar barcaza	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
20	Cangrejeria Cangripuerto	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
21	La gran manzana	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
22	Bar discoteca Limbo	Comidas y Bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
23	Restaurante Lolita	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar

Nota: Restaurantes y bares ubicados en la parroquia Puerto Bolívar.



Tabla 8

Alimentos y bebidas

N°	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
24	Chifa Nuevo Malecón	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
25	Picantería El Langostino	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
26	Restaurante Hola Ola	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
27	Viña del mar	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
28	Manabí Picantería	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
29	Picantería Marianita´s	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
30	Don Cangrejo	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
31	Puerto Mar restaurante	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
32	Picantería Caribe Line	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
33	Restaurante Paraíso	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
34	Restaurante Costa Azul	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
35	Restaurante Nuevo Edén	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
36	Restaurante Mediterráneo	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar

Nota: Restaurantes y bares ubicados en la parroquia Puerto Bolívar.



Tabla 9

Alimentos y bebidas

N°	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
37	Restaurante Reina del Mar	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
38	Restaurante Perla Náutica	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
39	Bar Friends	Comidas y bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
40	Cheverixo Bar	Comidas y bebidas/ Bar	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
41	Yaaa Lolita	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
42	Picantería la Gordita	Comidas y bebidas/ Restaurante	Av. Manuel Encalada Mora / av. 25 de Junio	Pto. Bolívar

Nota: Restaurantes y bares ubicados en la parroquia Puerto Bolívar.

En las zonas que comprende la parroquia de Puerto Bolívar, el malecón y las principales avenidas de la parroquia se contabilizaron 42 establecimientos de restauración.

Alojamiento de Puerto Bolívar

Tabla 10

Alojamiento

N°	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
1	La Gaviota Azul	Alojamiento / Hotel	Rocafuerte y Encalada Mora	Pto. Bolívar
2	Hotel Adrian´s	Alojamiento / Hotel	Av. José Ugarte y Gonzalo Córdova	Pto. Bolívar
3	Hostal Torres	Alojamiento / Hostal	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
4	Hotel Residencia Alborada	Alojamiento / Hotel	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar
5	Hostal solar del Puerto	Alojamiento / Hotel	Av. Manuel Encalada	Pto. Bolívar

Nota: Hoteles y hostales ubicados en la parroquia Puerto Bolívar.

El servicio de alojamiento presente en Puerto Bolívar comprende 5 hoteles y hostales presentes en la zona.



Transporte turístico de Puerto Bolívar

Tabla 11

Transporte turístico

N°	Nombre	Actividad / tipo	Dirección	Localización
1	Cooperativa de transporte marítimo y fluvial 31 de Julio	Transporte	Malecón de Puerto Bolívar	Pto. Bolívar
2	Cooperativa Capitán de Fragata	Transporte	Malecón de Puerto Bolívar	Pto. Bolívar
3	Orli Rent a Car	Transporte	Malecón de Puerto Bolívar	Pto. Bolívar

Nota: Transporte turístico ubicado en la parroquia Puerto Bolívar.

El transporte turístico se encuentra comprendido por las cooperativas de transporte fluvial 31 de julio y Capitán de fragata y una rentadora de carros Orli rent a car.

La operación turística en Puerto Bolívar está comprendida por una agencia de viajes presente en la zona del muelle que ofrece principalmente tours hacia las islas más cercanas a Puerto Bolívar y el avistamiento de ballenas durante las épocas correspondientes.

2.2. Demanda turística de Puerto Bolívar

La demanda turística un “proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio” (Sancho et. al p.61). Es decir que la demanda se refiere a las personas que visitan un lugar atraídas por algún o algunos motivos en específico como costos, atractivos, cultura, etc.

La importancia del estudio de la demanda turística de un destino “constituye un pilar fundamental para cualquier propuesta de acción ya que responde quienes son los visitantes que llegan a la Ciudad, que esperan de su visita, como se comportan antes y durante la misma, como evalúan y si recomendarían el destino” (Grupo de investigación en economía regional, 2016, p.6).

El estudio de la demanda turística de Puerto Bolívar se realizó durante una de las temporadas de mayor concurrencia de turistas como lo es la temporada de carnaval siendo de gran ayuda para definir las características del turista que visita el destino y así plantear propuestas de mejora de acuerdo a sus necesidades y lo que ellos esperan en su próxima visita.

2.2.1 Metodología del estudio de la demanda

La metodología del estudio de la demanda turística comprendió los siguientes pasos:



Paso 1: Elaboración de la encuesta

La planeación del estudio de la demanda turística de Puerto Bolívar inició con la formulación de las encuestas, las mismas que fueron basadas en los artículos “Modeling of tourist profiles with decision trees in a world heritage city the case of Cuenca” y el “Informe de la oferta Turística de la Parroquia Rural Baños”. En ellas se determinaron un conjunto de características del visitante, características del viaje turístico y niveles de satisfacción (Serrano, Freire, Espinoza, Tenesaca y Villafuerte, 2018); (Armijos, Guamán, Lazo, Macas y Méndez, 2017).

El presente trabajo utilizo como referencia el aporte obtenido de Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (Organización Mundial de Turismo, 2008). La misma que se basa en la siguiente categorización:

Características del visitante.

Sexo, edad, actividad económica, ocupación, ingresos económicos, educación (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.25).

Características del viaje turístico

Motivo Principal, tipos de producto turístico, duración del viaje o la visita, origen y destino, medios de transporte y tipos de alojamiento (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.26).

1. Motivo principal

Motivos personales: vacaciones, recreo y ocio, visita de familiares y amigos, educación y formación, salud y atención médica, religión, compras, tránsito y otros motivos (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.27).

Negocios y motivos profesionales: Trabajadores independientes y los trabajadores asalariados, reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.27).

2. Tipos de producto turístico

“Un producto turístico representa una combinación de diferentes aspectos (características de lugares visitados, medios de transporte, tipos de alojamiento, actividades específicas en el lugar de destino, etcétera) en torno a un centro de interés específico” (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.29).



3. Duración del viaje o la visita

“La duración de un viaje es un factor importante a la hora de evaluar el nivel de demanda de servicios turísticos, como los servicios de alojamiento turístico. Determinar su duración es esencial para estimar el gasto asociado con un viaje o visita” (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.29).

4. Origen y destino

“Para los viajes receptores, es fundamental clasificar todas las llegadas por país de residencia, en lugar de por nacionalidad. Para análisis subnacionales del turismo interno, también es esencial caracterizar los viajes según el lugar de residencia habitual del visitante” (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.30).

5. Medio de transporte

“Los medios de transporte hacen referencia al medio principal utilizado por el visitante durante su viaje” (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.30).

6. Tipos de alojamiento

“Las autoridades del turismo solicitan estadísticas sobre el tipo de alojamiento a corto plazo utilizado por los visitantes con miras a prever a demanda de diferentes tipos de alojamiento” (Organización Mundial de Turismo, 2008, p.30).

Paso 2: Recolección de información y toma de la muestra

La Cooperativa de Transporte Fluvial y Marítimo Capitán de Fragata fue la asociación encargada de proporcionar los datos para determinar el tamaño de la muestra de acuerdo a la cantidad de turistas que utilizan este medio para trasladarse a la isla Jambelí únicamente con fines turísticos. Con esta fuente se determinó que durante el año 2018 ingresaron por vía marítima 149.528 personas hacia la isla desde Puerto Bolívar.



Tabla 12

Ingreso de turistas desde Puerto Bolívar a la isla Jambelí durante el año 2018

Meses	Cantidad de turistas
Enero	15.097
Febrero	21.307
Marzo	13.403
Abril	13.771
Mayo	7.283
Junio	6.711
Julio	11.075
Agosto	27.475
Septiembre	12.380
Octubre	7.260
Noviembre	12.573
Diciembre	1.193
Total	149.528

Nota: Total de ingreso de turistas a Jambelí desde Puerto Bolívar durante el año 2018.

Proceso de Muestreo

Una vez determinada la cantidad de turistas que ingresaron durante el 2018 a Puerto Bolívar se aplicó la fórmula de población.

FORMULA:

p= motivación de la visita en Puerto Bolívar

q= motivación de la no visita en Puerto Bolívar

N= total de números de casos

Z= valor estandarizado de X para un nivel de confianza

d= magnitud del efecto muestral



$$N = 149.528$$

$$Z_{\infty/2} = 1,96$$

$$d^2 = 0.05$$

DESARROLLO:

$$n = \frac{N \cdot Z^2_{\infty} \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + Z^2_{\infty} \cdot p}$$

$$n = \frac{149.528 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{149.528 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 383,1755641 \quad \mathbf{(383 \text{ encuestas})}$$

Estratos

Para determinar los estratos se tomó en cuenta la información obtenida del INEC del Censo de Población y Vivienda del 2010, de donde obtuvimos los siguientes detalles.

Tabla 13

Estratos poblacionales

Grupos quinquenales de edad	Población	%
Menor de 1 año	259.956	1,8
De 1 a 4 años	1.202.320	8,3
De 5 a 9 años	1.526.806	10,5
De 10 a 14 años	1.539.342	10,6
De 15 a 19 años	1.419.537	9,8
De 20 a 24 años	1.292.126	8,9
De 25 a 29 años	1.200.564	8,3
De 30 a 34 años	1.067.289	7,4
De 35 a 39 años	938.726	6,5
De 40 a 44 años	819.002	5,7

Nota: Adaptado de “País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador”, por B, Villacís y D, Carrillo, 2010. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>



Tabla 14

Estratos poblacionales

Grupos quinquenales de edad	Población	%
De 45 a 49 años	750.141	5,2
De 50 a 54 años	610.132	4,2
De 55 a 59 años	515.893	3,6
De 60 a 64 años	400.759	2,8
De 65 a 69 años	323.817	2,2
De 70 a 74 años	240.091	1,7
De 75 a 79 años	165.218	1,1
De 80 a 84 años	115.552	0,8
De 85 a 89 años	60.735	0,4
De 90 a 94 años	25.500	0,2
De 95 a 99 años	8.039	0,1
De 100 años y más	1.953	0
Total	14.483.499	100

Nota: Adaptado de “País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador”, por B, Villacís y D, Carrillo, 2010. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>

La población total fue de 14`483.499, sin embargo, no se necesita los datos de los niños, por lo que se descarta. Con base de 10`154.132, esta cantidad fue usada para determinarlos estratos que se detallan a continuación:

- Adolescentes (15 a 17 años) 18%
- Jóvenes (18 a 29 años) 24%
- Adultos (30 a 64 años) 50%
- Tercera edad (65 en adelante) 8%

El total de encuestas a aplicar se obtuvo una vez definido los estratos y tomando en cuenta realizar la misma cantidad de encuestas para hombres y mujeres.

- Adolescentes (15 a 17 años) 18% equivalente a 68 encuestas
Mujeres: 34
Hombres: 34
- Jóvenes (18 a 29 años) 24% equivalente a 92 encuestas
Mujeres: 46



Hombres: 46

- Adultos (30 a 64 años) 50% equivalente a 192 encuestas

Mujeres: 96

Hombres: 96

- Tercera edad (65 en adelante) 8% equivalente a 31 encuestas

Mujeres: 16

Hombres: 15

Paso 3: Aplicación de las encuestas

Las encuestas fueron realizadas en dos principales destinos: en la parroquia de Puerto Bolívar del Cantón de Machala y en la Isla Jambelí las mismas que tomaron un mes para su realización.

Tabla 15

Total de encuestas en Puerto Bolívar

Puerto Bolívar (192 encuestas)	%	Total	Hombres	Mujeres
Adolescentes	18	35	18	17
Jóvenes	24	46	23	23
Adultos	50	96	48	48
Tercera edad	8	15	8	7

Nota: Número de encuestas a desarrollar en Puerto Bolívar.

Tabla 16

Total de encuestas en la Isla Jambelí

Isla Jambelí (191 encuestas)	%	Total	Hombres	Mujeres
Adolescentes	18	34	17	17
Jóvenes	24	46	23	23
Adultos	50	96	48	48
Tercera edad	8	15	8	7

Nota: Número de encuestas a desarrollar en Jambelí.



Paso 4: Determinación estadística de la demanda

Características del visitante

Tabla 17

Género del turista que visita Puerto Bolívar

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Femenino	179	45,7
	Masculino	213	54,3
	Total	392	100,0

Nota: Número de encuestas realizadas a turistas según el género.

El género del turista que visita Puerto Bolívar es principalmente masculino, representado con un 54.3%, seguido no con mucha diferencia del femenino representado con el 47.5%.

Tabla 18

Edad

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	15-29 años	164	41,9
	30-43 años	126	32,1
	44-57 años	68	17,3
	58-74 años	34	8,7
	Total	392	100,0

Nota: Edades de los turistas encuestados en Puerto Bolívar.

Las principales edades de los turistas que visitan Puerto Bolívar, se encuentran en primer lugar 15-19 años con 41.9%, en segundo lugar van de los 30-43 años con 32.1% y en tercer lugar de 45-años con 3.8% y de 24 años con 3.8%.

Tabla 19

Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Soltero	193	49,2
	Casado	125	31,9
	Divorciado	31	7,9
	Unión libre	38	9,7
	Viudo	5	1,3
	Total	392	100,0

Nota: Estado civil de los turistas que visitan Puerto Bolívar.



El estado civil del turista que visita Puerto Bolívar es principalmente soltero con un 49.3%, seguido de la respuesta de casado con un 31.9% y en tercer lugar con la respuesta de unión libre con un 9.7%

Tabla 20

Grado de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Primaria	33	8,4
	Secundaria	157	40,1
	Universitaria	187	47,7
	Post grado	15	3,8
	Total	392	100,0

Nota: Grado de instrucción de los turistas que visitan Puerto Bolívar.

El grado de instrucción del turista que visita Puerto Bolívar se encuentra en un primer lugar la educación universitaria con un 47.7%, seguida con no mucha diferencia en segundo lugar por el grado de la secundaria con un 40.1% y en un tercer lugar representando la primaria con 8.4%.

Tabla 21

Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Empleado público	55	14,0
	Empleado privado	119	30,4
	Estudiante	92	23,5
	Profesional	36	9,2
	Ama de casa	19	4,8
	Jubilado	13	3,3
	Otro	58	14,8
	Total	392	100,0

Nota: Ocupación de los turistas que visitan Puerto Bolívar.

La ocupación del turista que visita Puerto Bolívar se encuentra en primer lugar como empleado público con un 30.4%, en segundo lugar, como estudiante con un 23.5% y en tercer lugar como otro con un 14.8%.



Tabla 22

Ingresos económicos personales o del principal aportante del hogar.

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	\$100 - \$428	123	31,4
	\$429 - \$690	111	28,3
	\$691 - \$894	80	20,4
	\$895 - \$4000	78	19,9
	Total	392	100,0

Nota: Ingresos económicos mensuales de los turistas que visitan Puerto Bolívar.

Los ingresos económicos de los turistas que visitan Puerto Bolívar se encuentran en primer lugar entre los \$100-\$428 representado con un 31.4%, en segundo lugar, con ingresos de \$429-\$690 representando un 28.3% y en tercer lugar con ingresos entre los \$691-\$894 representado con un 20.4%.

Características del viaje turístico

Tabla 23

Tipo de turista

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Turista nacional	385	98,2
	Turista internacional	7	1,8
	Total	392	100,0

Nota: Tipo de turistas que visitan Puerto Bolívar.

El tipo de turista que visita Puerto Bolívar es en su mayoría nacional representado con un 98.4%, seguido del turista internacional representado con el 1.8%.



Tabla 24

Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje válido
	Ambato	2	0,5
	Arenillas	8	2,0
	Babahoyo	1	0,3
	Barcelona	2	0,5
	Biblián	2	0,5
	Bogotá	1	0,3
	Cotopaxi	1	0,3
	Cuenca	113	28,8
	El Guabo	6	1,5
	Esmeraldas	1	0,3
	Galápagos	1	0,3
	Guayaquil	24	6,1
Válido	Huaquillas	13	3,3
	Ibarra	2	0,5
	Las Lajas	3	0,8
	Lima	1	0,3
	Limón Indanza	3	0,8
	Loja	18	4,6
	Macará	3	0,8
	Machala	105	26,8
	Mérida	1	0,3
	Milagro	2	0,5
	Naranjal	1	0,3
	Palmales	3	0,8
	Pasaje	12	3,1
	Pasto	2	0,5
	Piñas	5	1,3
	Playas	1	0,3
	Portoviejo	3	0,8
	Quevedo	3	0,8
	Quito	19	4,8
	Riobamba	7	1,8
Válido	Santa Rosa	10	2,6
	Santo Domingo	3	0,8
	Sigsig	1	0,3
	Torata	2	0,5
	Zamora	2	0,5
	Zapotillo	1	0,3
	Zaruma	4	1,0
	Total	392	100,0

Nota: Ciudades de procedencia de los turistas que visitan Puerto Bolívar.



El turista que visita Puerto Bolívar proviene en primer lugar de la ciudad de Cuenca con un 28.8%, seguido de la ciudad de Machala con un 26.8% y de Quito con un 4.8%.

Tabla 25

Grupo de viaje

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Familia	211	53,8
	Amigos	107	27,3
	Pareja	41	10,5
	Solo	28	7,1
	Grupo organizado	1	0,3
	Compañeros	4	1,0
	Total	392	100,0

Nota: Grupo de viaje del turista que visita Puerto Bolívar.

El grupo de viaje del turista que visita Puerto Bolívar se conforma en primer lugar por familias con un 53.8%, en segundo lugar, las visitas con amigos con el 27.3% y en tercer lugar viajan con pareja con un 10.5%.

Tabla 26

Modalidad de viaje

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Viaja por cuenta propia	380	96,9
	A través de internet	2	0,5
	Agencia de viajes	10	2,6
	Total	392	100,0

Nota: principales modalidades de viaje de los turistas que visitan Puerto Bolívar.

La modalidad de viaje de preferencia de los turistas que visitan Puerto Bolívar es en primer lugar por cuenta propia con un 96.9%, segundo lugar por medio de una agencia de viajes con un 2.6% y en tercer lugar a través de internet con 0.50%.



Tabla 27

Visita exclusivamente a Puerto Bolívar

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Si	261	66,6
	No	131	33,4
	Total	392	100,0

Nota: El turista visita exclusivamente Puerto Bolívar o únicamente como parte de su viaje. Se definió que el motivo principal de viaje de los turistas fue exclusivamente a Puerto Bolívar, con un 66.6%.

Tabla 28

Lugar donde realizara la actividad principal

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Centro de Machala	91	69,5
	Jambelí	40	30,5
	Total	131	100,0

Nota: Lugar donde desarrolló su actividad principal durante su estancia.

Se definió que si su respuesta a la pregunta anterior fue no y al convertirse en una consulta condicional se determina que del total de encuestados el 69.5% no aplica a esta variante y del resto que si aplica se solicita a los turistas información de donde realizará su actividad principal por lo que se determinó que el principal punto de actividad es en el Centro de Machala con un 30.5%, seguido de la respuesta dada como Jambelí con un 10.2%.

Tabla 29

Motivo principal de viaje a Machala

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Estudios	4	3,0
	Negocios	12	9,2
	Salud	3	2,3
	Turismo	74	56,5
	Visita a familiares y amigos	38	29,0
	Total	131	100,0

Nota: La razón principal para visitar Machala.

Se definió que si la repuesta fue que no vino exclusivamente a Puerto Bolívar y al convertirse en una consulta condicional se determina que del total de encuestados el 66.6% no aplica a esta variante y del resto que si aplica se hizo necesario solicitar al turista el motivo principal de su viaje



a Machala por lo que se determinó que primer lugar lo ocupa por turismo con un 18.9%, en segundo lugar, visita a familiares y amigos con un 9.7% y en tercer lugar por negocios con un 3.1%.

Tabla 30

Motivo principal de viaje a Puerto Bolívar

	Frecuencia	Porcentaje válido
Válido		
Cultura	13	3,3
Estudios	4	1,0
Gastronomía	46	11,7
Negocios	4	1,0
Salud	2	0,5
Turismo	288	73,5
Visita a familiares y amigos	35	8,9
Total	392	100,0

Nota: La razón principal para visitar Puerto Bolívar.

El motivo principal de los turistas hacia Puerto Bolívar es en primer lugar por turismo con un 73.5%, en segundo lugar, por gastronomía con un 11.7% y en tercer lugar por visita a familiares y amigos con un 8.9%.

Tabla 31

Aspectos al elegir a Puerto Bolívar como destino

	Frecuencia	Porcentaje válido
Válido		
Clima	49	12,5
Costos	24	6,1
Gastronomía	62	15,8
Historia/cultura	6	1,5
Naturaleza	56	14,3
Seguridad	3	0,8
Visitar el Malecón	88	22,4
Visitar Jambelí	104	26,5
Total	392	100,0

Nota: Aspectos por los que se eligió visitar Puerto Bolívar.

El aspecto principal de elegir a Puerto Bolívar como destino contestaron en primer lugar por visitar Jambelí con un 26.5%, en segundo lugar, visitar el Malecón con un 22.4% y en tercer lugar por la gastronomía con un 15.8%.



Tabla 32

Atractivo principal visitado

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Isla del amor	8	2,0
	Isla Jambelí	177	45,2
	Isla Santa Clara	4	1,0
	Malecón de Puerto Bolívar	192	49,0
	Parque temático	11	2,8
	Total	392	100,0

Nota: Atractivo principal visitado durante su estadía en Puerto Bolívar.

Los atractivos principales visitados respondieron que en primer lugar al Malecón de Puerto Bolívar con un 49%, segundo lugar Isla Jambelí con un 45.2% y en tercer lugar Parque temático con un 2.8%.

Tabla 33

Nivel de satisfacción del atractivo visitado

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy insatisfecho	1	0,3
	Insatisfecho	18	4,6
	Aceptable	114	29,1
	Satisfecho	169	43,1
	Muy satisfecho	90	23,0
	Total	392	100,0

Nota: Niveles de satisfacción de los atractivos visitados por los turistas.

El nivel de satisfacción de los turistas con respecto al atractivo visitado calificándolo en primer lugar como satisfecho con un 43.1%, en segundo lugar, como aceptable con un 29.1% y en tercer lugar como muy satisfecho con un 23%.



Tabla 34

Nivel de satisfacción del servicio de alimentación de Puerto Bolívar

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy insatisfecho	1	0,3
	Insatisfecho	12	3,1
	Aceptable	94	24,0
	Satisfecho	167	42,6
	Muy satisfecho	118	30,1
	Total	392	100,0

Nota: Niveles de satisfacción del servicio de alimentación según el turista.

El nivel de satisfacción de los turistas con respecto al atractivo visitado calificándolo en primer lugar como satisfecho con un 42.6%, muy satisfecho con un 30.1%, y aceptable con un 24%.

Tabla 35

Tiempo de estadía

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Menos de un día	256	65,3
	Hasta dos días	88	22,4
	Dos o tres días	28	7,1
	Más de tres días	8	2,0
	Una semana	6	1,5
	Más de una semana	6	1,5
	Total	392	100,0

Nota: Tiempo máximo de estadía del turista en Puerto Bolívar.

El tiempo de estadía que los turistas respondieron fue de menos de un día con un 65.3%, seguido de hasta dos días con un 22.4% y en tercer lugar como dos o tres días con un 7.1%.

Tabla 36

Tipo de alojamiento utilizado durante la estadía

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Hostal	34	33,0
	Hostería	2	2,0
	Hotel	67	65,0
	Total	103	100,0

Nota: Tipo de alojamiento utilizado por el turista durante su estadía.



El alojamiento utilizado en base a 103 turistas que pernoctaron en Puerto Bolívar fue en primer lugar hoteles con un 65%, en segundo lugar, hostel con un 33% y tercer lugar las hosterías con un 2%.

Tabla 37

Nivel de satisfacción de alojamiento

	Frecuencia	Porcentaje válido
Insatisfecho	3	2,2
Aceptable	47	34,6
Satisfecho	58	42,6
Muy satisfecho	28	20,6
Total	136	100,0

Nota: Niveles de satisfacción del servicio de alojamiento utilizado por los turistas.

El nivel de satisfacción del alojamiento utilizado en base a la respuesta de 136 turistas que califican al alojamiento como satisfecho con un 42.6%, seguido de un aceptable con un 34.6% y finalmente como muy satisfecho con un 20.6%.

Tabla 38

Nivel de satisfacción del servicio de transporte

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy insatisfecho	2	0,5
Insatisfecho	8	2,0
Válido Aceptable	164	41,8
Satisfecho	160	40,8
Muy satisfecho	58	14,8
Total	392	100,0

Nota: Niveles de satisfacción del servicio de transporte utilizado por los turistas.

Los turistas califican el nivel de satisfacción con el transporte utilizado durante su visita a Puerto Bolívar, quedando en primer lugar como aceptable con un 41.8%, en segundo lugar, como satisfecho con un 40.8% y en tercer lugar como muy satisfecho con un 14.8%.



Tabla 39

Nivel de satisfacción del trato de la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy insatisfecho	2	0,5
	Insatisfecho	6	1,5
	Aceptable	98	25,0
	Satisfecho	183	46,7
	Muy satisfecho	103	26,3
	Total	392	100,0

Nota: Niveles de satisfacción del trato brindado por la comunidad de Puerto Bolívar.

Los turistas califican el nivel de satisfacción del trato brindado por la comunidad de Puerto Bolívar como satisfecho con un 46.7%, seguido de muy satisfecho con un 26.3% y un aceptable con un 25%.

Tabla 40

Gasto promedio durante la estadía en Puerto Bolívar

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	\$10 - \$38	92	23,5
	\$39 - \$85	151	38,5
	\$86 - \$177	96	24,5
	\$178 - \$700	53	13,5
	Total	392	100,0

Nota: Gasto promedio del turista en Puerto Bolívar.

El gasto promedio del turista que visita Puerto Bolívar se encuentra en primer lugar con una cantidad de \$39-\$85 representando el 38.5%, en segundo lugar, con \$86-\$177 representando el 24.5% y en tercer lugar desde los \$10-\$38 representando un 23.5%.

Tabla 41

Recomendaría el atractivo visitado

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Les recomendaría sin duda	363	92,6
	Ni les recomendaría ni los desanimaría	28	7,1
	Los desanimaría	1	3
	Total	392	100,0

Nota: Recomendaría conocer el atractivo a otras personas.



Los turistas luego de visitar Puerto Bolívar el 92.6% recomendarían sin ninguna duda a otras personas visitarlo mientras que el 7.1% ni les recomendaría no los desanimarían a otras personas de visitar el lugar y por último el 0.3% menciona que efectivamente desanimaría a las personas para que no visiten Puerto Bolívar.

2.3 Perfil del turista que visita Puerto Bolívar

El perfil del turista es una herramienta que contribuye al desarrollo del turismo de un lugar, mediante estos estudios se puede determinar la mejor herramienta para promocionar un destino y mejorarlo en caso de ser necesario, en el caso de Puerto Bolívar determinar el perfil mediante encuestas no solo contribuyó a conocer el tipo de turista que recibe, también se pudo identificar los principales problemas existentes y proponer posibles soluciones de mejora para así convertir al turismo en una de las principales fuentes de ingresos económicos de los habitantes de la parroquia.

Los datos para determinar el perfil del turista que visita Puerto Bolívar se obtuvieron durante las encuestas realizadas en el mes de marzo del 2019, siendo temporada alta por el feriado de Carnaval y vacaciones de las personas de la región Costa del país, teniendo así gran concurrencia de turistas tanto a Puerto Bolívar como destino principal y como parte del viaje para quienes su destino final fueron las playas de Jambelí.

A continuación, se presentan los datos generales obtenidos de la encuesta para determinar el perfil en la motivación turística, siendo estas: motivación cultural, motivación de estudios, motivación gastronómica, motivación de negocios, motivación de salud, motivación de ocio y motivación por visitar a familiares y amigos.



Tabla 42

Datos generales del turista que visita Puerto Bolívar según las motivaciones turísticas

	Cultura	Estudio	Gastronomía	Negocio	Salud	Turismo	Visita de familiares y amigos
N° de turistas	13	4	46	4	2	288	35
Género	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino Masculino	Femenino Masculino	Masculino	Femenino
Tipo de turista	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional
Edad	15-29 años	15-29 años	15-29 años	30-43 años	15-29 años 44-57 años	15-29 años	15-29 años 30-43 años
Estado civil	Soltero	Soltero	Casado	Casado	Casado Soltero	Soltero	Casado
Grado de instrucción	Universidad	Universidad	Universidad	Secundaria	Secundaria Universidad	Universidad	Secundaria
Procedencia	Cuenca	Ambato	Machala	Machala	Cuenca	Cuenca	Cuenca
Grupo de viaje	Amigos	Familia	Familia	Familia	Familia	Familia	Familia
Ingresos económicos	\$429 - \$690	\$100 - \$428	\$100 - \$428	\$895 - \$4000	\$100 - \$428	\$100 - \$428	\$429 - \$690
Modalidad del viaje	Viaja por cuenta propia	Viaja por cuenta propia	Viaja por cuenta propia				
Motivación más realizada	Visitar el malecón	Historia /Cultura	Gastronomía	Naturaleza	Naturaleza	Visitar la Isla Jambelí	Visitar el malecón
Gasto promedio	\$39-85	\$10-38	\$39-85	\$10-38	\$86-177	\$39-85	\$39-85
Estadía	Menos de 1 día	Menos de 1 día	Menos de 1 día				

Nota: Datos del perfil del turista

2.3.1 Perfiles turísticos según las motivaciones turísticas

De acuerdo a cada una de las motivaciones de los turistas que visitan Puerto Bolívar se obtuvo los siguientes perfiles:

Turista Cultural

De un total de 392 persona encuestadas 13 personas que representan el 3.32% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue la cultura, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 38% de los turistas culturales son solteros.
- El 53,9% de turistas son hombres.
- El grupo de viaje del turista cultural es principalmente amigo.
- El nivel de instrucción principal del turista cultural es Universitario.
- La edad promedio se encuentra entre los 30-43 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar se encuentra las visitas al Malecón y a la Isla de Jambelí.
- Los turistas culturales son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Cuenca
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$39 – 85.



Turista por Estudios

De un total de 392 persona encuestadas 4 personas que representan el 1,02% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por estudios, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 50% de los turistas son solteros.
- El 100% de turistas son mujeres.
- El grupo de viaje del turista por estudios es principalmente familia.
- El nivel de instrucción principal del turista es Universitario.
- La edad promedio se encuentra entre los 15-29 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar se encuentra la Historia/Cultura.
- Los turistas por estudios son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Ambato
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$10-38

Turista por Gastronomía

De un total de 392 persona encuestadas 46 personas que representan el 11,73% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por gastronomía, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 45% de los turistas son casados.
- El 58% de turistas son mujeres.
- El grupo de viaje del turista por gastronomía es principalmente familia.
- El nivel de instrucción principal del turista es Universitario.
- La edad promedio se encuentra entre los 15-29 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar se encuentra la Gastronomía.
- Los turistas por gastronomía son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Machala y Cuenca.
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$39 – 85.



Turista por Negocios

De un total de 392 persona encuestadas 4 personas que representan el 1,02% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por negocios, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 50% de los turistas son casados.
- El 50% de turistas son mujeres y el 50% hombres.
- El grupo de viaje del turista por negocios es principalmente familia.
- El nivel de instrucción principal del turista es Secundaria.
- La edad promedio se encuentra entre los 44-57 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar se encuentra la de naturaleza.
- Los turistas por negocios son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Machala.
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$10 - 38

Turista por Salud

De un total de 392 persona encuestadas 2 personas que representan el 0,51% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por salud, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 50% de los turistas son casados y el 50% solteros.
- El 50% de turistas son mujeres y el 50% hombres.
- El grupo de viaje del turista por salud es principalmente familia.
- El nivel de instrucción del turista es Secundaria y Universitario.
- La edad promedio se encuentra entre los 15-29 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar se encuentra la de naturaleza.
- Los turistas por salud son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Machala y Cuenca.
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$86-177.



Turista por Turismo

De un total de 392 persona encuestadas 288 personas que representan el 73,5% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por turismo, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 53% de los turistas son solteros.
- Proceden principalmente de ciudades como Cuenca.
- El 56,2% de turistas son hombres.
- El grupo de viaje del turista por turismo es principalmente familia.
- El nivel de instrucción del turista es Universitario.
- La edad promedio se encuentra entre los 15-29 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar es visitar la isla Jambelí.
- Los turistas por turismo son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$39 – 85

Turista para visitar a familiares y amigos

De un total de 392 persona encuestadas 35 personas que representan el 8,93% llegaron a Puerto Bolívar y cuya motivación principal fue por visitar a familiares y amigos, determinando así el siguiente perfil y comportamiento:

- El 40% de los turistas son casados.
- El 60% de turistas son mujeres.
- El grupo de viaje del turista por visitar amigos y familiares es principalmente familia.
- El nivel de instrucción del turista es Secundaria.
- La edad promedio se encuentra entre los 15-29 años.
- Entre la segunda motivación más realizada durante su estadía en Puerto Bolívar es visitar el Malecón.
- Los turistas por visita de amigos y familiares son en su mayoría vacacionistas nacionales.
- Proceden principalmente de ciudades como Cuenca.
- El tiempo de estadía fue de menos de un día.
- El gasto promedio durante la estadía fue de \$39 - 85



2.3.2 El perfil general del turista que visita Puerto Bolívar

Se definió de acuerdo a los datos obtenidos de cada motivación siendo el siguiente: el turista que visita Puerto Bolívar es el turista cuencano cuya edad se encuentra entre los 15 a 29 años, hombre y soltero viajando principalmente con su familia, el grado de instrucción es Universitaria, con ingresos económicos mensuales que van de los \$100 a los \$428, su viaje lo realiza por cuenta propia sin intermediación de agencias de viajes.

Su principal motivación es el turismo y como segunda motivación para viajar hacia Puerto Bolívar es visitar la Isla de Jambelí, el tiempo de estadía es inferior a un día y durante este tiempo de visita gasta en promedio de \$39 a \$85.

En cuanto a la satisfacción de los servicios utilizados durante su estancia, el trato brindado por la comunidad y las condiciones del atractivo visitado, el turista considera que se encuentran en una condición aceptable mas no se siente totalmente satisfecho durante su estadía en Puerto Bolívar.

Interés del Perfil

El turista que acude a Puerto Bolívar tiene como interés visitar la Isla Jambelí para disfrutar de la playa y su gastronomía pero a su vez visitan otras islas cercanas con el fin de observar las especies marinas de la zona.

Diferenciación

La diferenciación del destino que se plantea en el proyecto es promocionar los tours navegables ofertados por las operadoras locales hacia la Isla Santa Clara donde se realiza observación de especies marinas y durante la temporada el apareamiento de las ballenas jorobadas.

Fortaleza

La principal fortaleza de Puerto Bolívar es su malecón, al ser el uno de los puertos más importante del Ecuador, la distancia hacia provincias ubicadas al sur de país lo constituye como un destino cercano y económico para quienes lo visitan. Además es el punto primordial de embarque para el traslado de los turistas a otras islas.

Otras de las fortalezas es la alianza estratégica con las operadoras de turismo de la ciudad de Machala para promocionar sus paquetes turísticos hacia las islas del Archipiélago de Jambelí.



CAPITULO TRES: PROMOCIÓN TURÍSTICA DE PUERTO BOLÍVAR



3.1 Base metodológica para la articulación del plan de marketing

La base metodológica del proyecto se formuló en cinco etapas: ámbito, actores involucrados, sector de análisis, instrumentos y planificación. Partiendo desde el ámbito con el desarrollo del nivel de estrategia y el nivel de gestión, para su cumplimiento se designó actores del turismo de Puerto Bolívar quienes serán los entes encargados del cumplimiento del proyecto, el análisis empezó con el perfil del turista previamente obtenido y a partir de las motivaciones y las principales características que motivaron al turista a conocer el destino elaborar los diagramas de árbol y plantear la estrategia de promoción de acuerdo a la demanda en el sector. Dentro del nivel de gestión, el diagnóstico de los problemas percibidos por el turista permitió la formulación del cuadro de mando planteando objetivos de mejora y así a partir de los principales problemas en soluciones.

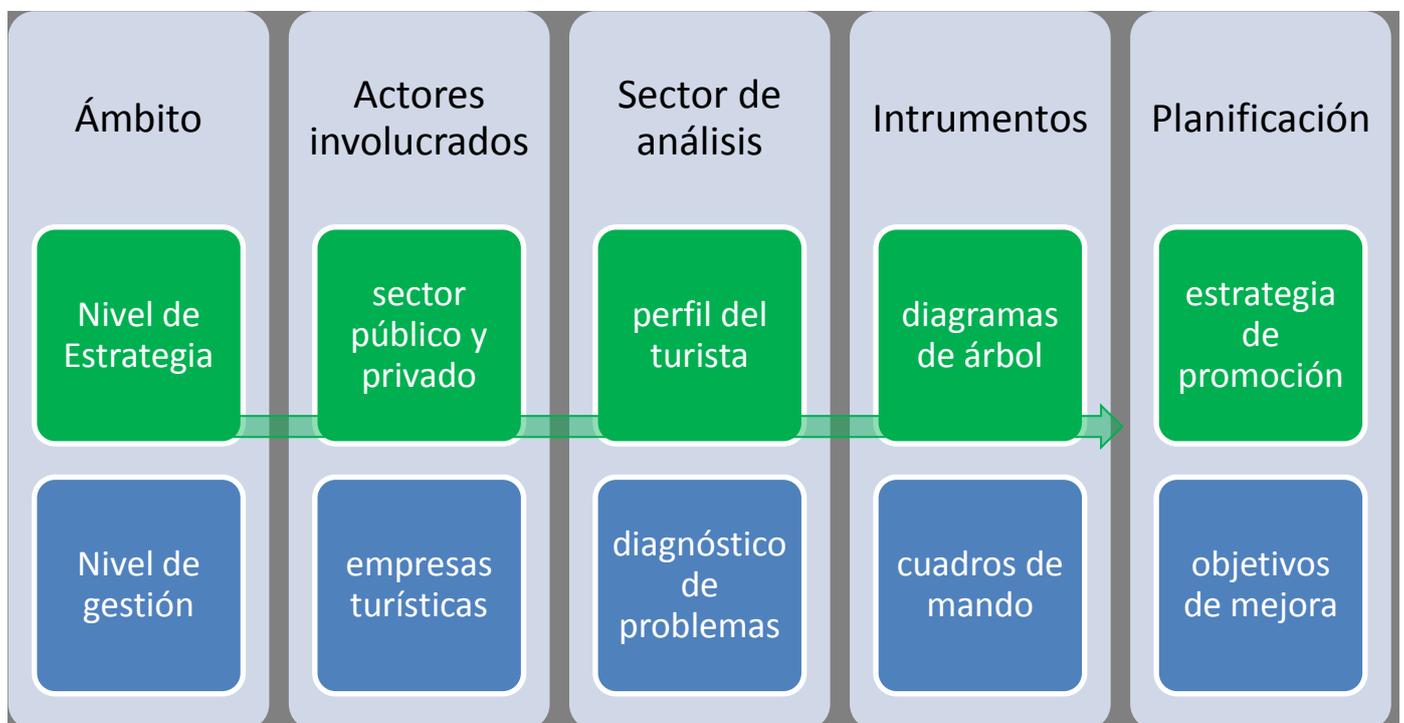


Figura 13. Cuadro resumen de implementación

3.1.1 Nivel de estrategia

La estrategia para el desarrollo del turismo de Puerto Bolívar se basó en el estudio del perfil del turista el cual por medio de encuestas a quienes visitan el atractivo permitió conocer las características del turista y detectar de acuerdo a la satisfacción del visitante cuales fueron los problemas y como a partir de los mismos desarrollar estrategias de promoción y objetivos de mejora.



Actores involucrados

Sector Público y empresas privadas

Ejercen la acción sobre la política pública, promueven la intervención de los actores privados y regulan el sector.



Figura 14. Actores involucrados del sector público

Perfil del turista

La metodología implementada para el Perfil del turista que visita Puerto Bolívar se fundamentó en el artículo *Modeling of tourist profiles with decision trees in a world heritage city the case of Cuenca Ecuador* (Serrano et.al., 2018), el cual para el análisis de los perfiles obtenidos durante el estudio se basó en la perspectiva de variables socioeconómicas y demográficas como; servicios de alojamientos, ingresos económicos, ocupación, género y edad. El diagrama de árbol se realizó para verificar la relación que existía entre las variables seleccionadas.

La mayoría de perfiles turísticos realizados se basan en características demográficas y socioeconómicas porque les permiten analizar la demanda orientada hacia el desarrollo económico de la localidad a estudiar, sin embargo, el turista antes de escoger un lugar como destino a visitar determina algunos factores claves. Así es como se desarrolla un comportamiento que facilita la descripción de un destino. Estas conductas contribuyen dentro del turismo para segmentarlo y definir el turista o los grupos de turista diferenciando del resto de segmentos.

El criterio para segmentar el turismo en Puerto Bolívar es mediante las motivaciones, para así explicar el comportamiento del turista y entender las expectativas, sus necesidades y el objetivo



de su elección. El perfil del turista de Puerto Bolívar se determinó de acuerdo a las motivaciones turísticas que lo llevaron a visitar Puerto Bolívar tales como: negocios, turismo, estudios, visita a familia y amigos, cultura y salud. Mediante la implementación de árboles de decisión (Serrano et.al., 2018) y el cuadro de mando se determinó los mejores perfiles de acuerdo a las variables seleccionadas y la relación entre ellas.

Diagramas de árbol

El diagrama de árbol es “una herramienta que se utiliza para determinar todos los posibles resultados de un experimento aleatorio” (Conocimientosweb, 2014). El empleo del diagrama de árbol en el proyecto fue la clave para determinar los perfiles más adecuados.

El conteo y la probabilidad fue el uso que se le dio a los diagramas de árbol tomando como base el objetivo a analizar que fue la motivación del turista al visitar Puerto Bolívar y sobre esta variable se agruparon las características subsecuentes como se observa en la Figura 17.

Estrategia de promoción

La metodología para obtener la estrategia de promoción se dio por medio de la socialización del perfil del turista de Puerto Bolívar con los actores involucrados en el ámbito turístico. Se tomó como punto de partida cada parámetro que describía al perfil del turista para establecer estrategias y reforzarlas mediante sugerencias como se detalla en la Tabla 59.

3.1.2 Nivel de gestión

Según Huergo, la gestión es “un proceso de construcción colectiva desde las entidades, las experiencias y las habilidades de quienes allí participan. Cuando se habla de gestionar, se hace referencia a la forma a través de la cual un grupo de personas establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos” (Huergo, s.f., p.3).

Para llevar a cabo la gestión del proyecto se designó a de acuerdo a sus habilidades y obligaciones a quienes deberían ser los responsables del cumplimiento de cada uno de los objetivos por ser quienes tienen un compromiso directo como autoridades y en el caso de establecimientos turísticos a los propietarios de los mismos al no contar con un representante por cada actividad, cada representante se detalla en la Figura 14.



Actores involucrados

Empresas turísticas

Los actores del turismo como empresas turísticas en Puerto Bolívar se designaron de acuerdo a los objetivos propuestos, para alcanzar el desarrollo turístico de Puerto Bolívar pues serán el sector encargado de mejorar sus servicios para que el nivel de satisfacción del turista cambie.



Figura 15. Actores involucrados de las empresas turísticas

Diagnóstico de problemas

El diagnóstico de los problemas en Puerto Bolívar permitió la elaboración de objetivos de acuerdo a las necesidades y las falencias que actualmente presenta el puerto en el ámbito turístico. Las encuestas realizadas a los turistas fueron el elemento principal para detectar dichos problemas pues al momento de calificar los servicios utilizados y el estado de los atractivos se dio prioridad a los problemas con mayor repercusión para el desarrollo turístico en el destino.

Cuadro de mando

Según Robert Kaplan y David Norton en su libro *Execution Premium* (2008), “en el cuadro de mando integral se deben implantar seis etapas para garantizar la consecución de los objetivos planteados” (Kaplan y Norton, 2008). Sin embargo, estas etapas dentro del turismo se adoptaron de la siguiente manera:

Etapas 1 La elección de la unidad apropiada

“Es conveniente reflexionar sobre el alcance que cubrirán los cuadros de mando, la unidad organizativa que será cubierta y el ritmo al que se introducirán los indicadores, de acuerdo con el tamaño y la situación de la empresa” (Goran, Roy y Wetter, 2000).



Etapa 2 La duración del proceso de aplicación del CMI

La duración del proceso de aplicación “dependerá de la organización que lo va a implementar acorde a las necesidades de la empresa el tiempo podrá variar para obtener los resultados esperados y que todas las partes involucradas comprendan la estructura y el funcionamiento del cuadro de mando” (Torres, 2009, p.9).

Etapa 3 La participación y la forma de organización del trabajo

“Entre mayor sea la participación de las personas involucradas, es decir de los actores principales, los resultados serán mejores siempre y cuando se adapte a las necesidades del lugar y se logre completamente un proceso de implantación” (Torres, 2009, p.9).

Etapa 4 El enfoque en lo realmente importante

El enfoque “se deberá centrar el cuadro de mando en aquellos factores que creen valor a largo plazo para construir el sistema de gestión” (Torres, 2009, p.9) siguiendo la secuencia que a continuación se detalla.



Figura 16. Etapas para la implementación del cuadro de mando integral

Formulación del cuadro de mando

La formulación del cuadro de mando se apoyó en el perfil de turista y los problemas detectados en el destino según la percepción de los turistas al momento de calificar el nivel de la satisfacción de los servicios, los atractivos y el trato brindado por la comunidad. A partir de los problemas, se formularon los objetivos que a su vez dieron paso a la formulación de estrategias de acuerdo a las características del perfil.

El nivel de satisfacción basado en la escala de Likert “Muy satisfecho”, fue el indicador utilizado para establecer el porcentaje de la línea base y establecer la meta a alcanzar durante los



tres años de medición del cuadro de mando. Para el primer año y de acuerdo a cada objetivo se establecieron actividades y los responsables para su consecución.

Objetivos de mejora

Los objetivos de mejora son características que permitieron mejorar el proceso de la promoción turística y reforzar el cuadro de mando asignando objetivos específicos a cada problema. A partir de cada objetivo se establecieron metas para ser cumplidos y los responsables directos para que puedan ser llevados a cabo.

3.2 Implementación del plan de mejoras

3.2.1 Nivel de estrategia

Perfil del turista

El perfil del turista que visita Puerto Bolívar se determinó de acuerdo a las motivaciones como se detalla en la Tabla 42 y según la frecuencia a la pregunta “Tiempo de estadía”.

Tabla 43

Motivación turística de los visitantes a Puerto Bolívar: número de encuestados de la muestra

	Cultura	Estudio	Gastronomía	Negocio	Salud	Turismo	Visita de amigos y familiares
Nº de turistas de la muestra	13	4	46	4	2	288	35
Motivación más realizada	Visitar el malecón (3) La isla Jambelí (3)	Historia /Cultura (2)	Gastronomía (12)	Naturaleza (2)	Naturaleza (1)	Visitar la Isla Jambelí (79)	Visitar el malecón (10)
Procedencia	Cuenca (3)	Ambato (1) Arenillas (1)	Machala (18)	Machala (3)	Cuenca (1) Machala (1)	Cuenca (86)	Cuenca (11)

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor para la pregunta tiempo de estadía “Menos de un día”.



Tabla 44

Motivación turística de los visitantes a Puerto Bolívar: número de encuestados de la muestra

	Cultura	Estudio	Gastronomía	Negocio	Salud	Turismo	Visita de amigos y familiares
Edad	30-43 años (4)	15-29 años (4)	15-29 años (16)	44-57 años (2)	15-29 años (1)	15-29 años (121)	15-29 años (14)
Gasto promedio	\$39-85 (5)	\$10-38 (2)	\$39-85 (17)	\$10-38 (2)	\$86-177 (1)	\$39-85 (161)	\$39-85 (9)
Estadía	Menos de 1 día (8)	Menos de 1 día (4)	Menos de 1 día (32)	Menos de 1 día (2)	Menos de 1 día (1)	Menos de 1 día (191)	Menos de 1 día (18)

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor para la pregunta tiempo de estadía “Menos de un día”.

Mejores perfiles obtenidos

Luego de determinar cada perfil, se eligió aquellos que mayor demanda obtuvieron como son: el perfil por motivación turística, el perfil por motivación gastronómica y el perfil por motivación de visita a familiares y amigos luego se unieron las características más relevantes que permitieron una mejor diferenciación como se detalla en la Figura 16 tomando como base el tiempo de estadía inferior a un día, pues los datos obtenidos muestran que Puerto Bolívar es un destino turístico en un periodo corto de tiempo.

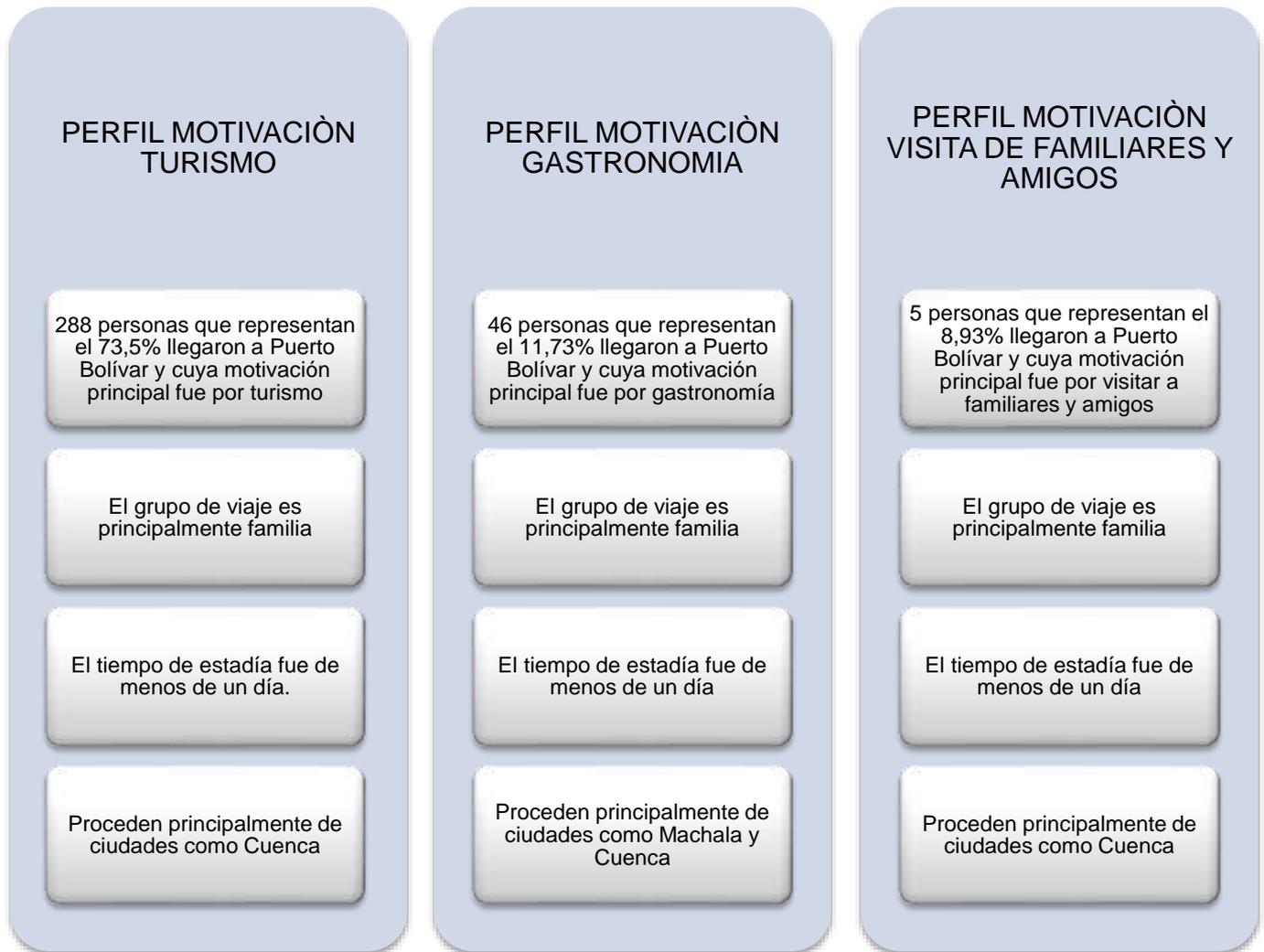


Figura 17. Principales perfiles de turistas en Puerto Bolívar

Mejor perfil obtenido

A partir de la elección de los mejores perfiles se optó por trabajar con el perfil que mayor número de respuestas tuvo como fue el perfil del turista cuya motivación fue el turismo, a partir de este perfil se desarrolló el cuadro de mejoras y la promoción turística de la propuesta.

Calificación del nivel de satisfacción

Los tres mejores perfiles de turistas, el tiempo de estadía predominante de “Menos de un día” y el nivel de satisfacción de los servicios turísticos, atractivos y el trato de la comunidad hacia el turista fueron datos claves para tener una visión general de que tan satisfechos estaban los turistas durante su visita a Puerto Bolívar.



Tabla 45

Satisfacción del atractivo visitado – por menos de un día

N	Nivel de satisfacción	Datos generales		Turismo		Gastronomía		Visita a amigos y familiares	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
1	Muy insatisfecho	1	0,2	1	0,5	0	0	0	0
2	Insatisfecho	18	4,6	5	2,6	1	3,1	1	5,5
3	Aceptable	111	28,3	73	38,2	10	31,3	5	27,8
4	Satisfecho	169	43,1	78	40,8	10	31,3	9	50
5	Muy satisfecho	93	23,7	34	17,8	11	34,3	3	16,7
	Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción del atractivo.

Tabla 46

Satisfacción del servicio de alimentación por perfil- menos de un día de estancia

N	Nivel de satisfacción	Datos Generales		Turismo		Gastronomía		Visita de amigos y familiares	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
1	Muy insatisfecho	1	0,2	0	0	0	0	0	0
2	Insatisfecho	12	3,1	5	2,6	1	3,1	2	11,1
3	Aceptable	94	24	55	28,8	7	21,9	3	16,7
4	Satisfecho	168	42,9	85	44,5	9	28,1	5	27,8
5	Muy satisfecho	117	29,8	46	24,1	15	46,9	8	44,4
	Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción del servicio de alimentación.



Tabla 47

Satisfacción del servicio de alojamiento - menos de un día

N ^o	Nivel de satisfacción	Datos generales		Turismo		Gastronomía		Visita de amigos y familiares	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
1	Insatisfecho	3	0.8	0	0	0	0	0	0
2	Aceptable	47	37.5	0	0	0	0	0	0
3	Satisfecho	59	15.1	0	0	0	0	0	0
4	Muy satisfecho	27	6.9	0	0	0	0	0	0
5	No se hospeda	256	65.3	191	100	32	100	18	100
	Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción del alojamiento.

Tabla 48

Satisfacción del servicio de transporte - menos de un día

N ^o	Nivel de satisfacción	Datos generales		Turismo		Gastronomía		Visita de amigos y familiares	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
1	Muy insatisfecho	2	0,5	2	1	0	0	0	0
2	Insatisfecho	8	2	1	0,5	0	0	4	22,2
3	Aceptable	164	41,8	89	46,7	13	40,6	5	27,8
4	Satisfecho	160	40,8	74	38,7	13	40,6	8	44,4
5	Muy satisfecho	58	14,9	25	13,1	6	18,8	1	5.6
	Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción del servicio de transporte.



Tabla 49

Satisfacción del trato brindado por la comunidad - menos de 1 día

N ^o	Nivel de satisfacción	Datos generales		Turismo		Gastronomía		Visita de amigos y familiares	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
1	Muy insatisfecho	2	0,5	1	0,5	0	0	1	5,6
2	Insatisfecho	6	1,5	2	1	1	3,1	1	5,6
3	Aceptable	98	25	49	25,7	7	21,9	7	38,8
4	Satisfecho	183	47	94	49,2	12	37,5	8	44,4
5	Muy satisfecho	103	26,3	45	23,6	12	37,5	1	5,6
	Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción del trato brindado por la comunidad.

Tabla 50

Recomendaría visitar el atractivo

Nivel de recomendación	Datos generales		Turismo		Gastronomía		Visita de amigos y familiares	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Les recomendaría sin ninguna duda	363	92,7	176	92,1	31	96,9	16	88,9
Los desanimaría	1	0,2	0	0	0	0	0	0
Ni les recomendaría, ni los desanimaría	28	7,1	15	7,9	1	3,1	2	11,1
Total	392	100	191	100	32	100	18	100

Nota: Porcentajes de nivel de recomendación del atractivo.

Diagnóstico del nivel de satisfacción según la variable “Muy satisfecho”

De acuerdo a la variable “Menos de un día” de la pregunta tiempo de estadía, se realizó el diagnóstico del nivel de satisfacción de los servicios turísticos por los tres principales perfiles obtenidos tomando como base la escala de Likert y su variable “Muy satisfecho”.



Tabla 51

Diagnóstico del nivel de satisfacción de los servicios turísticos por Perfiles del turista que visita Puerto Bolívar

Problema	Calificación	% Turismo	% Gastronomía	% Visita de amigos y familiares
Satisfacción del atractivo visitado	Muy satisfecho	17,8	34,3	16,7
Satisfacción del servicio de alimentación	Muy satisfecho	24,1	46,9	44,4
Satisfacción del servicio de alojamiento	No se hospeda	100	100	100
Satisfacción del servicio de transporte	Muy satisfecho	13,1	18,8	5,6
Satisfacción del trato brindado por la comunidad	Muy satisfecho	23,6	37,5	5,6
Recomendaría visitar el atractivo	Les recomendaría sin ninguna duda	92,1	96,9	88,9

Nota: Porcentajes de nivel de satisfacción de los servicios turísticos de acuerdo a los tres mejores perfiles de turistas que visitan Puerto Bolívar.

Instrumento 1: Diagramas de árbol

El diagrama de árbol implementado en el perfil de turistas que visitan Puerto Bolívar se basó en la elección que hace el turista al momento de elegir un destino, es decir su motivación principal para visitar Puerto Bolívar.

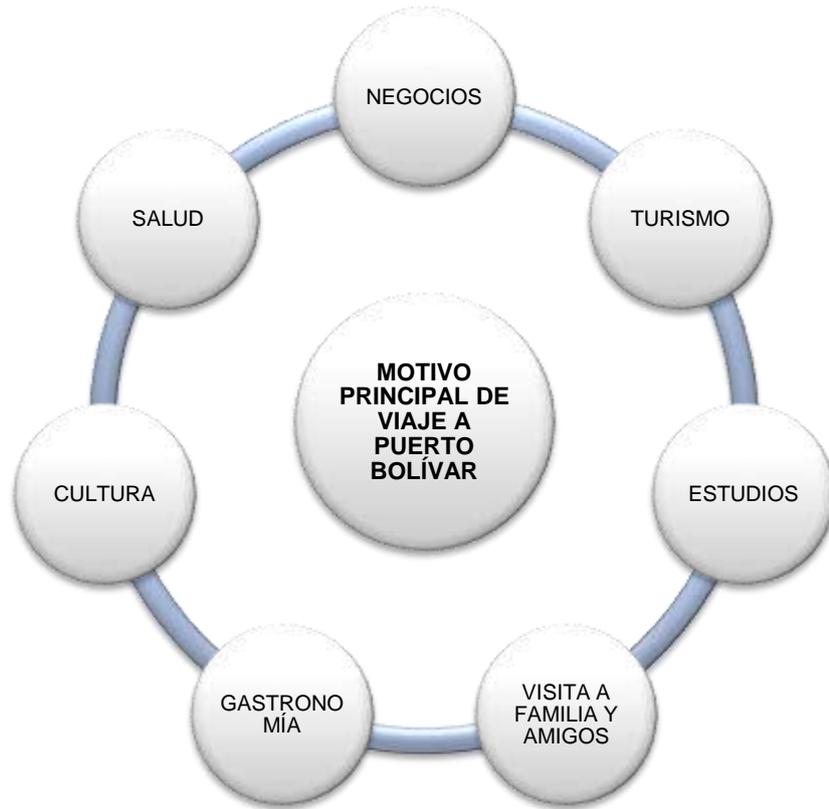


Figura 18. Construcción clúster

Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción fueron socializadas con los actores del turismo en Puerto Bolívar, a su vez se plantearon nuevas alternativas de acuerdo a la opinión de los representantes quienes plantearon estrategias y sugerencias para su realización basándolas en las características del perfil del turista.

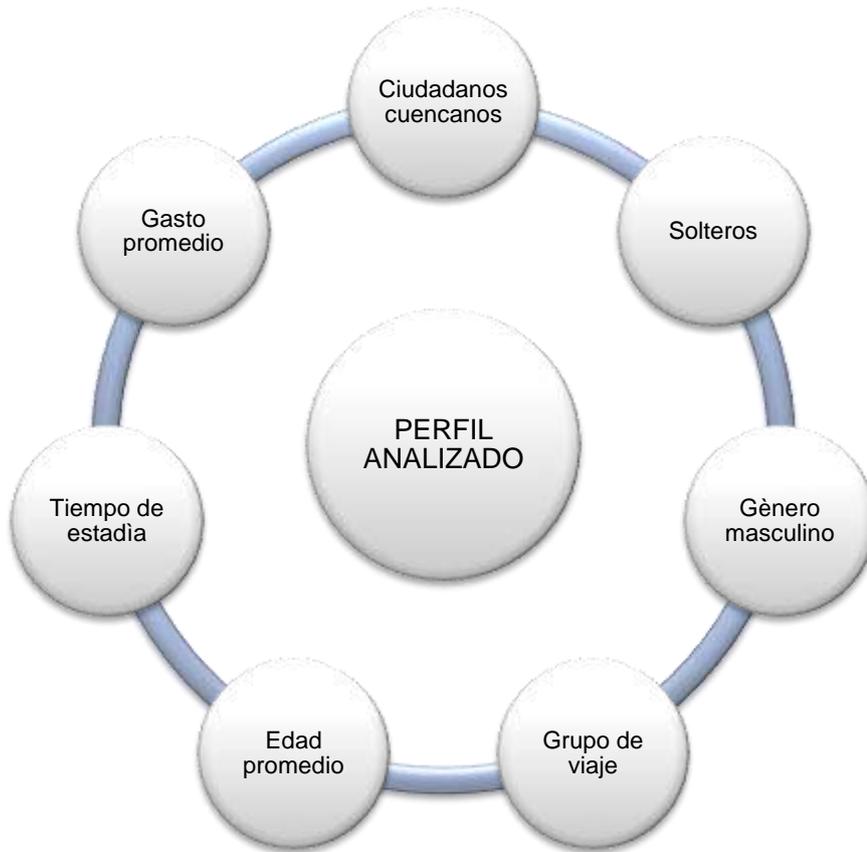


Figura 19. Estrategias de promoción según el perfil del turista

3.2.2 Nivel de gestión

Actores

Los actores del turismo de Puerto Bolívar son las empresas turísticas y el sector público, pues por medio de las empresas turísticas implantando el plan de mejoras pueden optimizar sus recursos y mejorar sus servicios hacia el turista mientras que el sector público es el encargado de mejorar la infraestructura del destino y llevar a cabo actividades que difundan el turismo en la zona.



Empresas turísticas

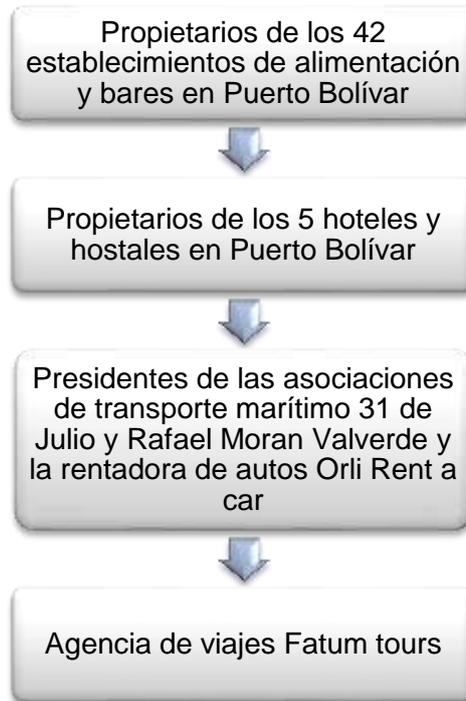


Figura 20. Empresas turísticas de Puerto Bolívar

Sector público



Figura 21. Empresas del sector público del cantón Machala



Diagnóstico de problemas

La metodología utilizada para la identificación de los problemas fue obtenida de los niveles de satisfacción de los servicios calificados y de las preferencias de recomendación.

Primero se clasificó los niveles de satisfacción de los siguientes aspectos: atractivos, alimentación, restauración, trato de la comunidad y transporte, los cuales se encontraban calificando en los siguientes niveles: muy insatisfecho, insatisfecho, aceptable, satisfecho, muy satisfecho. Se eligió como problema el nivel de “Muy satisfecho” de los cuatro aspectos anteriormente mencionados.

Segundo se tomó en cuenta las mediciones de recomendación, compuesta por los siguientes niveles de calificación: les recomendaría sin duda, ni les recomendaría, ni los desanimaría y los desanimaría. Se eligió como problema el nivel de calificación “Les recomendaría sin duda”.

Instrumento 2: Cuadro de mando

El cuadro de mando se construyó en base a cuatro etapas detalladas anteriormente, que permitirán la consecución de los objetivos propuestos y a partir de las características detalladas en el punto “Formulación del cuadro de mando”.



Tabla 52

Cuadro de mando: objetivos estratégicos de primer nivel

Objetivo general del problema	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	% Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
							Primer año	Segundo año	Tercer año	
1. Incrementar el nivel de satisfacción de los atractivos en los turistas	Mejorar la infraestructura turística	Nivel de satisfacción	17,8	75	Plan de restauración de la infraestructura turística	*Delimitación de los espacios de restauración *Estudio del lugar a intervenir Plan de restauración *Socialización a las autoridades competentes para la integraciones mismo	20	45	75	GAD municipio de Machala y el Departamento de turismo
2. Reformar los servicios de restauración en Puerto Bolívar	Socializar sugerencias de los turistas sobre los servicios de restauración	Nivel de satisfacción	24,1	80	Planteamientos para la creación de una Asociación de Restauración	*Convocatoria a una socialización entre los propietarios de servicios de restauración *Delegación de un representante principal *Constitución de la asociación *Integración de ideas de socios que mejore los servicios	20	45	80	Propietarios de restaurantes del Malecón de Puerto Bolívar
3. Crear nuevas alternativas de actividades turísticas que incluyan una mayor estadía	Investigar el potencial de nuevos atractivos dentro de Puerto Bolívar	Nivel de satisfacción	100	100	Planificación turística para Puerto Bolívar	*Realizar un inventario de atractivos de Puerto Bolívar. *Estudio de campo de los atractivos *Realización de la planificación *Socialización de los resultados	25	55	100	GAD municipio de Machala y el Departamento de turismo

Nota: Cuadro de mando en base a los problemas encontrados en Puerto Bolívar.



Tabla 53

Cuadro de mando: objetivos estratégicos de primer nivel

Objetivo general del problema	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	% Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
							Primer año	Segundo año	Tercer año	
4. Mejorar el servicio de transporte turístico en Puerto Bolívar	Restauración de los equipos de trabajo en el transporte turístico	Nivel de satisfacción	13,1	75	Cotización de nueva implementación de equipos	<ul style="list-style-type: none"> *Listado de equipos que se necesita restaurar *Obtención de presupuestos de los artículos *Elección de la mejor opción *Socialización para la implementación 	20	45	75	Presidentes de las asociaciones de transporte marítimo 31 de Julio y Rafael Moran Valverde
5. Incrementar el nivel de satisfacción de trato la comunidad	Capacitación a la comunidad sobre lo que conlleva la actividad turística	Nivel de satisfacción	23,6	70	Plan de capacitación turística	<ul style="list-style-type: none"> *Creación de un plan de capacitación sobre la actividad turística *Planificación del plan de capacitación *Convocatoria de participación para la capacitación *Propuestas de ideas de actividad lúdicas 	20	45	70	GAD parroquial de Puerto Bolívar
6. Realzar las experiencias de los turistas	Programación de actividades lúdicas en el destino	Nivel de satisfacción	92,1	100	Planificación de actividades turísticas de recreación	<ul style="list-style-type: none"> *Planteamiento de los espacios donde se realizará la actividad *Estudio de factibilidad *Planificación de las actividades de recreación *Socialización de la planificación 	25	55	100	GAD municipio de Machala, el Departamento de turismo, GAD Parroquial de Puerto Bolívar, Propietarios de Restaurantes ubicados en el Malecón de Puerto Bolívar, Presidentes de

Nota: Cuadro de mando en base a los problemas encontrados en Puerto Bolívar.



Fórmula de indicadores del nivel de satisfacción

Los indicadores de nivel de satisfacción del cuadro de mando se formularon de la resta de los porcentajes de satisfacción año uno y año dos, estos datos se obtuvieron de acuerdo a la variable “Muy satisfecho” de la pregunta nivel de satisfacción y para medir el crecimiento de los mismos se planteó la realización de encuestas anuales por los tres años de duración del proyecto.

Tabla 54

Fórmula de cálculo de niveles de satisfacción

FICHA METODOLOGICA	
Nombre del indicador	Nivel de satisfacción de atractivos
Definición	Hace referencia a los atractivos presentes en Puerto Bolívar como parques, muelle, playa de Jambelí, Islas cercanas por medio de las cuales se promueve el turismo en la localidad.
FORMULA DE CALCULO	
%SAT: %S2-%S1	
Porcentaje de satisfacción es igual a el porcentaje de satisfacción año dos menos el porcentaje de satisfacción año uno.	
Periodicidad del indicador y/o las variables	Anual
Fecha de elaboración de la ficha metodológica	13 de mayo de 2019
Responsable de ejecución del indicador	GAD municipio de Machala y el Departamento de turismo

Nota: Ficha de indicadores de nivel de satisfacción de atractivos.

Objetivos de mejora

Los objetivos de mejora se plantearon a partir de los objetivos generales planteados en el cuadro de mando general transformándolos así en objetivos específicos a desarrollar durante los tres años de ejecución del plan de mejoras,



Tabla 55

Cuadro de mando: objetivos específicos

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
1. Incrementar el nivel de satisfacción de los atractivos en los turistas	Recuperar mediante proyectos de reconstrucción el parque acuático de Puerto Bolívar	Mejorar la infraestructura turística	Nivel de satisfacción	17,8	75	Plan de restauración de la infraestructura turística	Delimitación de los espacios	20	65	75	GAD municipio de Machala y el Departamento de turismo
	Estudio del lugar a intervenir Plan de restauración										
	Socialización a las autoridades competentes para la integraciones mismo										
	Mejorar la infraestructura de los servicios turísticos que se brindan en islas cercanas a Puerto Bolívar como Jambelí.						Socialización de los resultados				

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo uno del cuadro de mando.



Tabla 56

Cuadro de mando: objetivos específicos 2

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
2. Reformar los servicios de restauración en Puerto Bolívar	<p>Realizar reformas dentro de los restaurantes para mejorar el aspecto físico de los mismos.</p> <p>Realizar nuevas opciones de menú basados en el recurso principal que poseen que son los mariscos.</p> <p>Realizar festivales de comida propia de la costa y de la zona de Puerto Bolívar</p>	Socializar sugerencias de los turistas sobre los servicios de restauración	Nivel de satisfacción	24,1	80	Planteamiento para la creación de una Asociación de Restauración	<p>Convocatoria a una socialización entre los propietarios de servicios de restauración</p> <p>Delegación de un representante principal</p> <p>Constitución de la asociación</p> <p>Integración de ideas de socios que mejore los servicios</p>	20	45	80	Propietarios de restaurantes del Malecón de Puerto Bolívar

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo dos del cuadro de mando.



Tabla 57

Cuadro de mando: objetivos específicos 3

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
3. Crear nuevas alternativas de actividades turísticas que incluyan una mayor estadía	Crear eventos culturales o deportivos que involucren a la parroquia de Puerto Bolívar como sede principal para promover una mayor estadía de los turistas dentro del Puerto.	Investigar el potencial de nuevos atractivos dentro de Puerto Bolívar	Nivel de satisfacción	100	100	Planificación turística para Puerto Bolívar	Realizar un inventario de atractivos de Puerto Bolívar	25	55	100	GAD municipio de Machala y el Departamento de turismo
	Promover tours que tomen a Puerto Bolívar como una zona donde puedan pernoctar.						Estudio de campo de los atractivos				
							Realización de la planificación				
							Socialización de los resultados				

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo tres del cuadro de mando.



Tabla 58

Cuadro de mando: objetivos específicos 4

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
4. Mejorar el servicio de transporte turístico en Puerto Bolívar	Tomar mayor control con la capacidad de carga de las lanchas que se utilizan en Puerto Bolívar.	Restauración de los equipos de trabajo en el transporte turístico	Nivel de satisfacción	13,1	75	Cotización de nueva implementación de equipos	Listado de equipos que se necesita restaurar	20	45	75	Presidentes de las asociaciones de transporte marítimo 31 de Julio y Rafael Moran Valverde
	Implementar una nueva y moderna flota de lanchas para el transporte de turistas.						Obtención de presupuestos de los artículos				
	Fomentar el viaje hacia otras islas aparte de Jambelí para fomentar el turismo.						Elección de la mejor opción				
							Socialización para la implementación				

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo cuatro del cuadro de mando.



Tabla 59

Cuadro de mando: objetivos específicos 5

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
5. Incrementar el nivel de satisfacción de trato la comunidad	Capacitar a los comerciantes que se encuentran en el malecón de Puerto Bolívar sobre atención al cliente.	Capacitación a la comunidad sobre lo que conlleva la actividad turística	Nivel de satisfacción	23,6	70	Plan de capacitación turística	Creación de un plan de capacitación sobre la actividad turística	25	45	70	GAD parroquial de Puerto Bolívar
	Fomentar el buen trato entre la comunidad de Puerto Bolívar hacia el turista.						Planificación del plan de capacitación				

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo cinco del cuadro de mando.



Tabla 60

Cuadro de mando: objetivos específicos 6

Objetivo	Objetivos específicos	Estrategia del perfil	Indicador	% Línea base	%Meta	Programa primer año	Actividades	Metas anuales			Responsables
								Primer año	Segundo año	Tercer año	
6. Realizar las experiencias de los turistas	Realizar actividades turísticas para los turistas durante su estancia como juegos acuáticos Promover el ingreso de personas a navíos con fines turísticos para recrear en el turista una nueva experiencia	Programación de actividades lúdicas en el destino	Nivel de satisfacción	92,1	100	Planificación de actividades turísticas de recreación	Propuestas de ideas de actividad lúdicas Planteamiento de los espacios donde se realizará la actividad Estudio de factibilidad Planificación de las actividades de recreación Socialización de la planificación	25	55	100	GAD municipio de Machala, el Departamento de turismo, GAD Parroquial de Puerto Bolívar, Propietarios de Restaurantes ubicados en el Malecón de Puerto Bolívar, Presidentes de las asociaciones de transporte marítimo

Nota: Objetivos de mejora según el objetivo seis del cuadro de mando



3.3 Propuesta de Promoción

La propuesta de promoción fomentará el turismo de Puerto Bolívar a través de uno de su atractivo la Isla Santa Clara al ser este el punto de embarque y parada obligatoria donde los turistas utilizan los servicios turísticos.

Marca



Figura 22. Marca para Puerto Bolívar

La marca está conformada por un isologo, es decir que contiene un texto y un icono juntos que no pueden ser separados y representa las actividades que se realiza en la Isla Santa Clara.

El isotipo es la imagen que representa a una marca, para el presente trabajo el isotipo está conformado por una ballena que representa la temporada de avistamiento en la Isla Santa Clara, al igual que las aves a su alrededor que representan la fauna marina del lugar.

La marca está representada con los siguientes colores:

Naranja: color que representa la juventud, basado en los resultados del perfil del turista.

Celeste: color que representa el agua, tranquilidad, frescura que ofrece el atractivo.

Negro: color que representa lo misterioso que se puede encontrar en el lugar.

Blanco: color que representa la paz que ofrece la isla.



La marca tiene como finalidad ser usada en todos los medios de publicidad que se emplearan en el presente trabajo para que el consumidor pueda distinguir el destino a través de ella y se pueda representar el lugar.

3.3.1 Estrategias de promoción y medios de difusión

Flyers

Los flyers son volantes que contiene información necesaria para transmitir el mensaje deseado sobre lo que se desea promocionar.

Los flyers para promocionar la Isla Santa Clara serán elaborados por la imprenta CenterGraf, a un costo de \$85 por 1.000 unidades. Se detallará los itinerarios y fechas de operación de las visitas. Para la distribución del mismo se solicitará el apoyo del Itur y agencias operadoras de Machala y Cuenca.



Figura 23. Modelo de flyers con el detalle de las actividades del lugar



Trípticos

Los trípticos son medios de publicidad dividido en tres secciones en un mismo hoja, que facilitan ser dobladas hacia el centro para la presentación de los mismos.

Los trípticos para promocionar la Isla Santa Clara serán elaborados por la imprenta CenterGraf a un costo de \$120 por 1.000 unidades. Se utilizó para su diseño fotografías del lugar y se describió la información breve del lugar y las actividades que se pueden realizar. La distribución se realizará en puntos de atención de las embarcaciones y en el Itur de Machala y Cuenca.



Figura 24. Modelo de tríptico

Postales

Las postales son tarjetas de forma rectangular que muestra una cara ilustrada, tradicionalmente ocupada por la imagen de un atractivo turístico

Las postales serán realizadas con fotos de la Isla de Santa Clara y de Puerto Bolívar, serán elaboradas por la imprenta CenterGraf a un costo de \$105,00 por 1000 unidades serán distribuidos, se distribuirá en puestos de artesanía ubicados en el Muelle, puntos de atención de las embarcaciones y en el Itur de Machala y Cuenca.

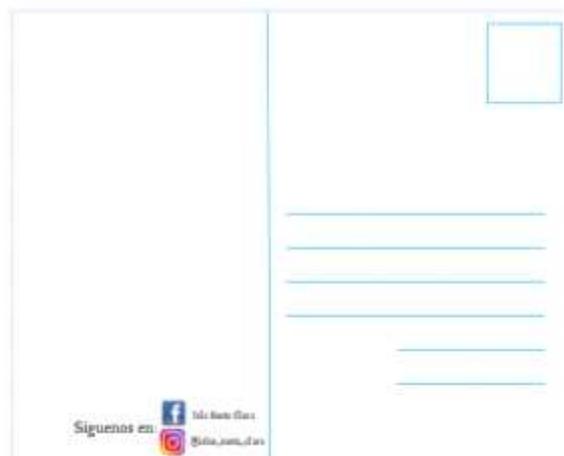


Figura 25. Modelo de postal

Redes sociales

Una Red Social asemeja a una sociedad con la peculiaridad de ser digital integrada por personas, organizaciones o entidades a través de una plataforma virtual, la misma que las relaciona por gustos y motivos en común.

Actualmente las redes sociales se han convertido en el principal medio de publicidad por lo que es conveniente utilizarla para promocionar la Isla Santa Clara, utilizaremos las dos redes principales Facebook e Instagram. Para la difusión y manejo de las redes sociales se contratara los servicios de la empresa Nivelatux, la misma que tendrá un costo de \$1.500,00 por tres publicaciones diarias; diseño de publicidad, videos e imágenes por un periodo de 12 meses.



Facebook

La promoción para este medio empezará creando la página de Facebook donde se publicitará a través de videos y fotos las experiencias de los turistas semanalmente, se invitará a usuarios de la misma red a unirse a la página y crear eventos en la página para observación de fauna marina y por temporada de avistamiento de ballenas jorobadas.



Figura 26. . Modelo de publicaciones en Facebook

Instagram

La promoción por este medio empezará creando una cuenta de Instagram de la Isla Santa Clara, donde se publicitará a través de videos y fotos las experiencias de los turistas semanalmente, se aumentarán el número de seguidores a través de invitaciones a la página.

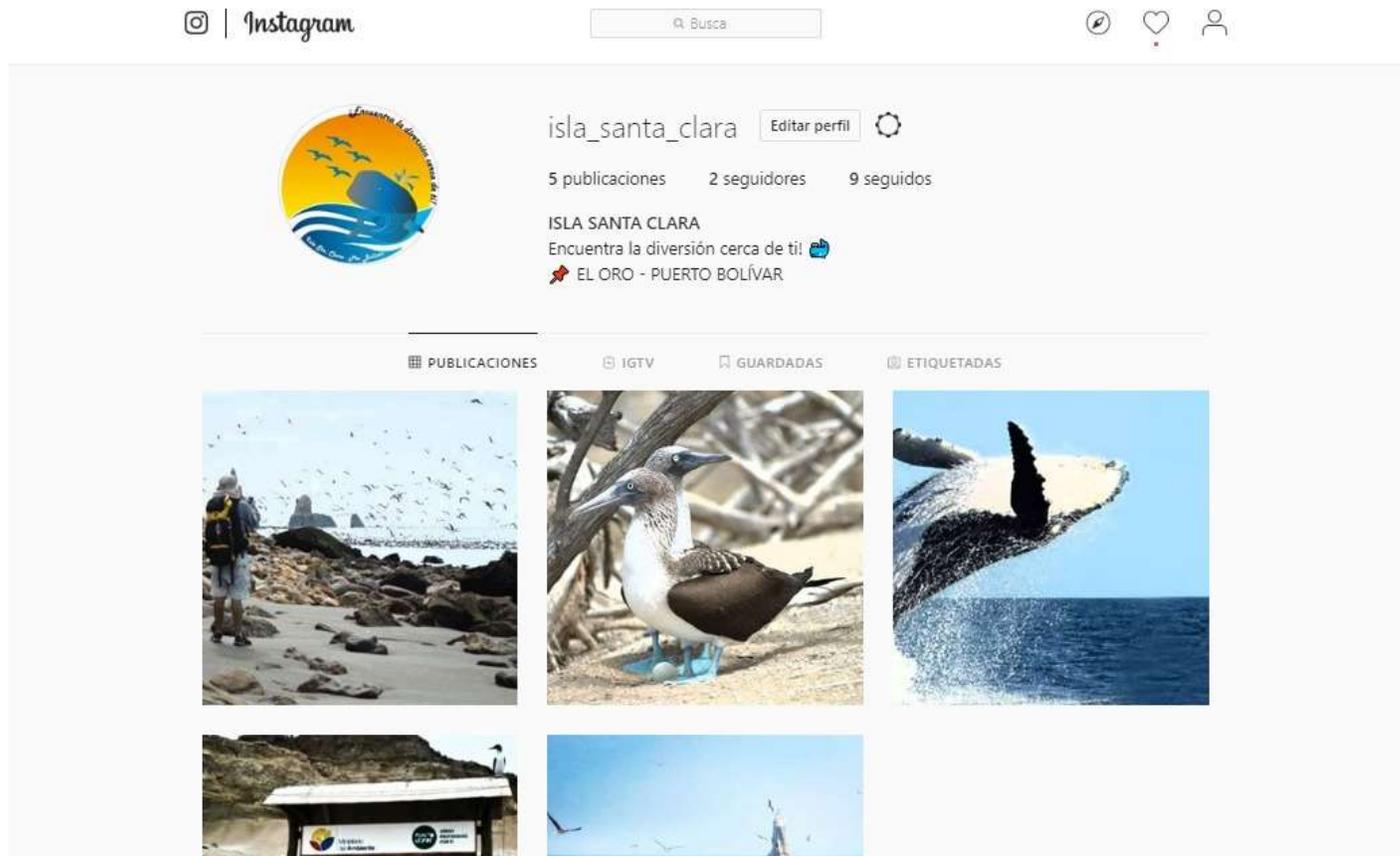


Figura 27. Modelo de página en Instagram

Página web

La página web es una plataforma virtual utilizada para dar a conocer un destino, servicio o producto que se desea promocionar o vender y permite al usuario interactuar con la información virtual que se encuentra en la página.

La creación de la página web para la Isla Santa se encontrara a cargo de la empresa Nivelatux a un costo de \$2.240,00 con el plan página web completa que incluirá diseño y elaboración de la página web, difusión web en redes sociales, posicionamiento CEO y tienda en línea por un periodo de 12 meses.



La página llevará información actividades que se ofertan, describirá el lugar donde tendrán lugar las actividades, el itinerario y los horarios de atención y comentarios de las experiencias.



Figura 28. Modelo de página web



Medios de comunicación

Periódico

La promoción por medio del periódico es importante para el conocimiento del target Cuencano que es el principal mercado de Puerto Bolívar que se hará en el diario el Mercurio a un costo de \$181.40 por un día de publicidad, las dimensiones serán de 12.8 x 10 cm.



Figura 29. Diseño duplicación en el periódico a escala de grises



1. CONCLUSIONES

El objetivo de esta tesis era formular una propuesta de promoción turística para fomentar el turismo en la Parroquia de Puerto Bolívar, la propuesta incidió positivamente en los actores claves del turismo de la localidad porque les ayudó a conocer cuáles eran las falencias, pero a su vez como mejorar a partir de ellas y sobre todo fomentar el turismo de acuerdo a las necesidades del turista.

Uno de los aportes principales de este trabajo fueron las cifras turísticas sobre Puerto Bolívar las cuales eran inexistentes y la elaboración del perfil del turista el cual fue la clave para conocer el tipo de turista que se recibe y conocer su principal motivación para visitar el destino.

La implementación de diagramas de árbol fue positiva para conocer estadísticas de conteo y probabilidad teniendo como base las motivaciones y desarrollarla con las características más relevantes del perfil del turista, de acuerdo a estos resultados identificar las tareas necesarias para ser implementadas en el cuadro de mando.

Se determinó que la implementación del plan de mejoras para Puerto Bolívar durante los tres años de medición propuestos, contribuirá positivamente para confirmar que efectivamente los objetivos planteados y las actividades a desarrollar tendrán un impacto positivo sobre todo en el flujo de turistas comparado con el que actualmente existe el cual es positivo únicamente en determinadas temporadas.



2. RECOMENDACIONES

La principal recomendación que se hace para las autoridades del cantón Machala y las entidades que tienen a su cargo el desarrollo turístico de la parroquia de Puerto Bolívar es que se implemente la propuesta planteada en este proyecto pues contribuirá positivamente al cantón y a cada uno de sus habitantes quienes buscan en el turismo una forma de desarrollo económico y social.

A los establecimientos que brindan servicios turísticos en Puerto Bolívar se les recomienda que se tome en cuenta los objetivos de mejora y que se mida anualmente el efecto que tiene la implementación de los mismo en el turista al momento que califiquen la calidad de los servicios que ofrecen pues Puerto Bolívar posee un gran potencial tanto en el ámbito turístico como en el gastronómico.



3. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, F. (2013). *Puerto Bolívar, realidad y prospectiva en el ámbito turístico*. (Tesis de maestría). Recuperado de Repositorio Institucional de la Universidad de Azuay <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2540>
- Alcaldía de Machala. (05 de junio de 2018). *Plan de desarrollo territorial del cantón Machala*. Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de Alcaldía de Machala: <http://www.machala.gob.ec>
- Autoridad portuaria de Puerto Bolívar. s.f. El Puerto. *Localización Estratégica*. Recuperado de: www.puertobolivar.gob.ec
- Autoridad portuaria de Puerto Bolívar. (2013). *Puerto Bolívar, un puerto a su servicio*. Recuperado de <http://www.puertobolivar.gob.ec>
- Ajila, H. (2016). *Plan estratégico para el desarrollo urbano territorial de la zona urbana central de la parroquia Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Ávila, E. (s. f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-jambeli/>
- Bananotas. (2017). *Se creció en volumen y rendimiento. (enero/febrero,2018)*. Asociación de Exportadores de Banano de Ecuador. Recuperado de <http://www.aebe.com.ec>
- Batallas, D. (2016). *Implementación del servicio de motos acuáticas como estrategia para potenciar el turismo marítimo en Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Brito, J. (2015). *La difusión de atractivos turísticos de Puerto Bolívar y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Cabrera, M., y Guzmán, G. (2016). *Guía turística del Malecón de Puerto Bolívar de la ciudad de Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec>
- Castellano, J., y Fajardo, A. (2017). *Estado actual del patrimonio documental del cantón Machala, Ecuador*. Trabajo presentado en XI congreso virtual internacional turismo y desarrollo/ VII simposio virtual internacional valor y sugestión del patrimonio artístico y cultural. Recuperado de <http://www.eumed.net>
- Castillo, M. A. (05 de junio de 2017). *Repositorio Universidad de Cuenca*. Recuperado el 20 de 01 de 2019, de Repositorio Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec>
- Conocimientos web. (2014). *¿Qué es un diagrama de árbol?*. Recuperado de <https://www.conocimientosweb.net>



- Cuenca, B. (2015). *Creación de un medio digital Puerto Bolívar conectado al mundo para la comunidad de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Chérrez, A y Herrera, P (2009). *Plan de marketing turístico para la ciudad de Machala, basado en la realidad actual y los proyectos a desarrollarse en los próximos 3 años* (Tesis). Recuperado de <http://www.academia.edu>
- Domínguez, N. (2015). *Estrategia de marketing relacional que permita fomentar e incrementar el volumen turístico en la parroquia de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Durazno, C., y González, R. (2013). *Puerto Bolívar, corredor logístico para El Austro* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.uazuay.edu.ec>
- Encalada, D., y Jiménez, M. (2017). *Propuesta de promoción turística para el Zoológico Amaru de Cuenca* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.ucuenca.edu.ec>
- Entorno Turístico. (s.f.). *Promoción turística: qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*. Recuperado de <http://www.entornoturistico.com>
- GAD Parroquial Jambelí. (s.f.). *Historia de la Parroquia*. Recuperado de <http://jambeli.gob.ec/index.php/ct-menu-item-14/ct-menu-item-16>
- Gonzales, F. E. (05 de julio de 2013). *Repositorio Universidad del Azuay*. Recuperado el 20 de enero de 2019, de Repositorio Universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec>
- Goran, O., Jan, R., y Magnus, W. (2000). *Implantando y gestionando el cuadro de mando integral (Performance drivers)*. España: Planet publishing corporation 2000
- Grupo de investigación en economía regional. (2016). *Estudio de demanda y oferta turística en la ciudad de Cuenca*. Recuperado de <http://cuenca.com.ec>
- Huergo, J. (s.f.). *Los procesos de gestión*. Recuperado de <http://servicios.abc.gov.ar>
- Isla San Gregorio: una playa para disfrutar del sol, mar y deportes acuáticos. (8 de abril de 2018). *Opinión*. Recuperado de <https://www.diariopinion.com/web2018/primeraplana/verArticulo.php?id=969564>
- Kaplan, R., y Norton, D. (1996). *Cuadro de mando integral: The balanced scorecard*. España: Ediciones Gestión 2000, S.A



León, M. (2016). *Análisis de la importancia que tiene la marca ciudad Machala en la percepción de los turistas* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2016). *Estadísticas Portuarias y de transporte marítimo 2016*. Recuperado de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Boletin-Estadistico-Portuario_2016_MTOP.pdf.

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2017). *Estadísticas Portuarias y de transporte marítimo 2017*. Recuperado de http://www.asotep.org/pdf/legislacion/legislacion_61.pdf.

MINTUR impulsa el turismo en la zona Sur del Ecuador. (25 de abril 2014). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec>

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de <http://repositori.uji.es>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jambelí. (2015). Gobierno Autónomo descentralizado de la Parroquia de Jambelí. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760030760001_PDyOT%20JAMBEL%C3%8D%202015_30-10-2015_13-33-18.pdf

Puerto Bolívar, nuevo destino para cruceros (01 de noviembre 2016). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec>

Puerto Bolívar, pilar de desarrollo ecuatoriano, se prende en sus fiestas. (20 julio 2014). *Telégrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/puerto-bolivar-pilar-del-desarrollo-ecuatoriano-se-prende-en-sus-fiestas>.

Puerto Bolívar y sus atractivos. (09 de febrero de 2014). *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec>

Puerto Bolívar, una ventana hacia horizontes del mundo. (marzo, 2011). *Revista Avance*. Recuperado de <http://web.revistavance.com/ediciones-antteriores/ano-2011/marzo-de-2011/1578-puerto-bolivar-una-ventana-hacia-horizontes-del-mundo.html>

Reserva Marina de Santa Clara. (s.f.). Recuperado el 26 de junio de 2018, de Sistema Nacional de Áreas Protegidas

Salinas, B. (2017). *Campaña radial para promocionar los lugares turísticos representativos de Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.e>

Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>



Santacruz, R., San Martín, G. y Ricaurte, C. (2009). *Propuesta temática histórico-socioeconómico para la reconstrucción del malecón de Puerto Bolívar*. Recuperado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1634/1/3238.pdf>

Serra, A. (2010). *Marketing turístico*. España: editorial ESIC

Serrano, A. Freire, S., Espinoza, F., Andrade D., y Villafuerte, M. (2018). *Modeling of tourist profiles with decision trees in a world heritage city: the case of Cuenca*. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501731

Solano, J., Pazmiño, K., Fernández, K., y Rojas, K. (2017). *Medición de la calidad de servicios: Caso de restaurantes ubicados en la zona de afluencia turística en Puerto Bolívar, Puerto Jelí y Puerto Hualtaco*. Trabajo presentado en el II congreso Internacional virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI. Resumen recuperado de <http://www.eumed.net>

Torres, P. (2009). *Aplicación del cuadro de mando integral (CMI) a la gestión del turismo en el Parque Nacional Machalilla* (Tesis). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/8160>

Tuarez, B. (2015). *Impulso del servicio turístico sustentable en la ciudad de Machala por medio de una eficiente publicidad* (tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.ulvr.edu.ec>

Turismo en Puerto Bolívar. (junio de 2013). *Ecuador Turístico*. Recuperado de <http://www.ecuador-turistico.com>

Veintimilla, R. (2016). *Diseño de una estrategia para facilitar el uso del transporte marítimo hacia los destinos turísticos de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachal.edu.ec>



Universidad de Cuenca

4. ANEXOS

7.1 Anexo 1: Diseño de tesis aprobado



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

Proyecto de intervención previo a la obtención del título en Ingeniería en Turismo.

DIRECTOR: Mg. Segundo Freire

AUTORAS: Johanna Mirella Macas Quishpi

Mercedes Michelle Vivar Pesantez

Cuenca, octubre de 2018.



1. Título del proyecto de intervención

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

2. Nombres de los estudiantes/correos electrónicos

Johanna Mirella Macas Quishpi jmirella.macasq@ucuenca.edu.ec

Mercedes Michelle Vivar Pesántez michelle.vivar@ucuenca.edu.ec

3. Resumen del proyecto de intervención

El proyecto de intervención diseñará una propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, con el propósito de darlo a conocer a nivel nacional debido a que el lugar cuenta actualmente con una baja y estacional concurrencia de turistas. El objetivo general de esta propuesta busca fomentar el turismo de Puerto Bolívar mediante un diagnóstico de la situación turística actual y estableciendo la oferta y demanda turística, una vez obtenida toda esta información se establecerá las estrategias más adecuadas para su promoción

La metodología del presente proyecto de intervención se realizará será a través de cuadro de mando, en la cual se analizará la información obtenida por medio de encuestas y grupos focales, se procederá a realizar un árbol de decisiones y se obtendrá un perfil del turista, que contribuirá a determinar a quién se debe dirigir la promoción para Puerto Bolívar.

4. Planteamiento del proyecto de intervención

La información obtenida según el segmento de noticias del Ministerio de Turismo, nos indica que “Puerto Bolívar recibió el 30 de octubre del 2016 al crucero SilverSeam, con 130 cruceristas, los cuales visitaron las 4 Áreas Protegidas que existen en El Oro: Reserva Ecológica de Buenaventura, Reserva Ecológica de Arenillas y el Bosque Petrificado Puyango” (Ministerio de Turismo, 2016).

La idea que permite a Puerto Bolívar considerarse como un lugar apto para crecimiento turístico, se da con el 1er Taller para el Impulso de Turismo en la Zona Sur, “el cual abarcó 14 altos ejecutivos y empresarios de la provincia y el país, los cuales impulsan a la intermediación crear nuevos productos del lugar que atraigan a turistas y mejoren la economía del lugar, recalcando su crecimiento dentro del ámbito turístico” (Ministerio de Turismo, 2014).



El presente trabajo de intervención con el título de “Propuesta de promoción turística en Puerto Bolívar del cantón de Machala, 2018” propone crear estrategias que permitan la promoción del lugar para su reconocimiento principalmente nacional, con el fin de involucrar a la ciudadanía en actividades turísticas mejoraren su estilo de vida, contribuir económicamente a la ciudad para que con el paso del tiempo creen una fuente para la mejora de las instalaciones en sí del Malecón y diversificar el turismo, dando la oportunidad a los turistas a no solo desarrollar su concepto del país en base a un lugar específico visitado, sino a la maravillosa diversidad que posee Ecuador.

El presente trabajo de intervención con el título de “Propuesta de promoción turística en Puerto Bolívar del cantón de Machala, 2018” propone crear estrategias que permitan la promoción del lugar para su reconocimiento principalmente nacional, con el fin de involucrar a la ciudadanía en actividades turísticas mejoraren su estilo de vida, contribuir económicamente a la ciudad para que con el paso del tiempo creen una fuente para la mejora de las instalaciones en sí del Malecón y diversificar el turismo, dando la oportunidad a los turistas a no solo desarrollar su concepto del país en base a un lugar específico visitado, sino a la maravillosa diversidad que posee Ecuador.

5. Revisión bibliográfica

La provincia de El Oro es conocida a nivel nacional por sus productos de exportación sin embargo la promoción turística es un punto que aún debe desarrollarse, existen atractivos naturales y culturales que pueden ser promocionados y así posicionar a la provincia como un destino turístico nacional e internacional.

Puerto Bolívar es un lugar muy reconocido y de gran importancia a nivel nacional, ya que en sus puertos se reciben naves de distintos países con carga de diferentes productos necesarios y distribuidos en todo el país. La afluencia de turistas durante épocas específicas del año hacia Puerto Bolívar es alta sin embargo son muy pocas personas que fuera de la provincia de El Oro conocen o han visitado el Puerto por la poca información que se da acerca del mismo y lo que puede ofrecer al turista.

El perfil de turista que llega hacia Puerto Bolívar lo obtendremos en base a los conocimientos del libro *Administración de servicios turísticos, promoción y venta* de la autora Noelia Cabarcos, donde planteamos el tipo de demanda que llega al sector y que es lo que determina esta demanda, a su vez determinar qué nivel de ingresos económicos generan con su llegada hacia Puerto Bolívar.



La investigación incluye conocer las características de los usuarios turísticos de Puerto Bolívar, este uno de los objetivos que se han planteado mediante el estudio de la demanda turística, que es lo que motiva la viajera y cuáles son las particularidades del mismo para así tener una idea en que debemos basar nuestras estrategias de promoción turística.

Puerto Bolívar cuenta además con atractivos que pueden destacar en el ámbito turístico, también cuenta con actividades turísticas enfocadas mayormente en el alojamiento y en la restauración, se puede indicar que cuenta con una planta turística determinada.

La restauración que existe en el lugar, cuenta con restaurantes y también con marisquerías, poseen una variedad de platos que son de gran deleite para el paladar del visitante ya sean tanto nacionales como internacionales, los cuales tienen claro que su gastronomía es muy rica y especial en este lugar.

El análisis de la oferta turística de Puerto Bolívar involucra el aporte del libro *Administración de servicios turísticos, promoción y venta* de la autora Noelia Cabarcos, en donde analizaremos la oferta turística del sector y el comportamiento de la demanda turística, además se planteará cuáles pueden ser los componentes adecuados para la oferta turística de Puerto Bolívar.

La promoción turística es un elemento fundamental dentro de éxito de un destino, debido a que abarca distintas técnicas estratégicas que permitan asegurar la promoción de los atractivos potenciales previamente estudiados para el alcance del interés del público y asegurar el éxito en cuanto las visitas y posicionamiento en el mercado.

La promoción turística conlleva un conjunto de actividades relacionadas entre sí que tienen como fin aplicar técnicas que permitan el reconocimiento masivo de algún atractivo para lograr su surgimiento, convirtiéndolos en una razón principal para que los turistas se desplacen hacia el mismo, de esta manera mejorando la economía de un país.

El presente trabajo obtendrá bases investigativas del libro *Fundamentos de Marketing Turístico* del autor Miguel Ángel Acerenza, para diagnosticar las características del marketing en destinos turísticos y plantear las estrategias competitivas en la gestión del marketing y definir cuál es la opción más indicada para plantear durante el proyecto a desarrollar en Puerto Bolívar.

La metodología del presente trabajo obtendrá bases del artículo científico *Modeling of Tourist Profiles with Decision Trees in a World Heritage City: The Case of Cuenca(Ecuador)*, de los autores Ana Lucia



Serrano, Segundo Freire, Freddy Espinoza, Dolores Andrade y María Villafuerte, del cual se tomará en cuenta el análisis de la información obtenida, el árbol de decisiones y la determinación de perfil del turista.

El libro *Marketing Turístico* del autor Antoni Serra aportará a determinar el análisis del entorno, de la demanda y oferta turística, el comportamiento del consumidor en el turismo, la segmentación del mercado, estrategias de promoción turísticas convenientes para cumplir con el trabajo de Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar, 2018.

El apoyo metodológico será del libro *Cuadro de Mando Integral* de los autores Robert Kaplan y David Norton el cual aportará al estudio de las perspectivas financiera, perspectivas del cliente, perspectivas del proceso interno, perspectivas de aprendizaje y crecimiento, la vinculación de los indicadores de cuadro de mando integral con su estrategia, la estructura y estrategia como objetivo final de aprender acerca de la construcción de cuadro de mando integral.

6. Objetivos, metas, transferencia de resultados e impactos

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta que contribuya a la actividad turística en Puerto Bolívar del cantón Machala.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación turística de Puerto Bolívar en el año 2018.
2. Determinar la oferta y demanda turística de Puerto Bolívar en el año 2018.
3. Establecer estrategias para la promoción turística de Puerto Bolívar a nivel nacional con base a la situación del año 2018 en dependencia del perfil del turista.

Metas

Formular una propuesta que contribuya a desarrollar la actividad turística en el Puerto Bolívar del cantón de Machala.

Transferencia de resultados



La propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala entregará a la Municipalidad de Machala, como un aporte para la ciudad en el ámbito turístico y para su consideración en la aplicación de tal propuesta para la mejora de la actividad turística.

La presente propuesta será transferida a disposición de todos los estudiantes de la Universidad de Cuenca por medio del repositorio virtual del Centro Documental Juan Bautista Vásquez que se maneja en la misma, con el fin de aportar conocimientos al tema relacionado.

Impactos

La propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala tendrá un impacto económico-social, debido a que si se realiza la ejecución del mismo aportará a la afluencia de más turistas en la ciudad.

7. Técnicas de trabajo

La metodología del presente trabajo de intervención es mixta, debido a que tiene como objetivo determinar los medios para promocionar turísticamente Puerto Bolívar del cantón de Machala, será cualitativa con la herramienta de grupos focales, la cual es una técnica usada para indagar la opinión de un grupo en específico sobre un tema de interés y cuantitativa por medio de encuestas, basándose en las encuestas del artículo Modeling of Tourist Profiles with Decision Trees in a World Heritage City: The Case of Cuenca, las mismas que dentro de esta investigación se aplicaran a través de la técnica de cuadro de mando, entendiéndose que es una herramienta que permite dirigir a las personas hacia el cumplimiento de los objetivos de la organización mejorando el desempeño actual y el futuro; el cuadro de mando será planteado en la investigación mediante tres momentos.

Primer momento.

El primer momento estará conformado por tres partes: mapeo de información secundaria, diagnóstico cualitativo a través de grupo focal y análisis cuantitativo mediante encuestas. El segundo momento formulará un perfil analítico estadístico. Y en un tercer momento, se manifestará la estrategia de promoción.

Primera parte. El mapeo de información secundaria corresponde al diagnóstico de fuentes secundarias que servirá como base preliminar para realizar un diagnóstico de la situación turística de Puerto Bolívar



proveniente de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Machala, de la cual se busca conocer datos como el número de turistas que llegan al lugar, los meses que han llegado con mayor frecuencia, los lugares más visitados, el tipo de alojamiento que usan, entre otros.

Segunda parte. Se fundamenta en la metodología cualitativa mediante grupo focal dirigido a los actores claves del turismo como: operadores turísticos, hoteleros, restauradores, transporte turístico, comunidad y gobierno local, que servirá para conocer su perspectiva acerca de la oferta, calidad de servicios y productos y nuevas alternativas de infraestructura y productos.

Tercera parte. Se basará en un metodología cuantitativa mediante la realización de encuestas que servirá para determinar el perfil del turista que ha visitado el lugar y el perfil que podría visitarlo, englobaran variables demográficas como (sexo, edad, actividad económica, ocupación, ingreso anual del hogar, parientes o individuos, y educación) y variables de los viajes turísticos (motivo principal del viaje, tipos de productos turísticos, duración del viaje o visita, origen y destino, medio de transporte usados y tipos de alojamiento utilizados); todos estos pasos conforman el primer momento de la investigación denominado diagnóstico.

Segundo momento.

Se enfoca en realizar un árbol de decisiones al ser un método analítico, contribuirá mediante esquemas obtener las mejores decisiones y determinar el perfil de turista.

Tercer momento.

Acorde al perfil del turista obtenido se formularán el plan de marketing para generar un plan de promoción y estrategias guiadas hacia el target que se ha identificado por toda la investigación antes detallada. De igual manera se encontrará con otras responsabilidades como la infraestructura a cargo del Gobierno local, y la infraestructura privada a cargo de las empresas, las mismas que al no poseer relevancia pertinente al trabajo de intervención solo quedarán detalladas.



8. Bibliografía

Aguilar, F. (2013). *Puerto Bolívar, realidad y prospectiva en el ámbito turístico* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.uazuay.edu.ec>

Ajila, H. (2016). *Plan estratégico para el desarrollo urbano territorial de la zona urbana central de la parroquia Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association (6ta edición)*. México: Editorial el Manual Moderno

Serra, A. (2010). *Marketing turístico*. España: editorial ESIC

Autoridad portuaria de Puerto Bolívar. (2013). *Puerto Bolívar, un puerto a su servicio*. Recuperado de <http://www.puertobolivar.gob.ec>

Batallas, D. (2016). *Implementación del servicio de motos acuáticas como estrategia para potenciar el turismo marítimo en Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>

Brito, J. (2015). *La difusión de atractivos turísticos de Puerto Bolívar y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>

Cabrera, M., y Guzmán, G. (2016). *Guía turística del Malecón de Puerto Bolívar de la ciudad de Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec>

Castellano, J., y Fajardo, A. (2017). *Estado actual del patrimonio documental del cantón Machala, Ecuador*. Trabajo presentado en XI congreso virtual internacional turismo y desarrollo/ VII simposio virtual internacional valor y sugestión del patrimonio artístico y cultural. Recuperado de <http://www.eumed.net>

Cuenca, B. (2015). *Creación de un medio digital Puerto Bolívar conectado al mundo para la comunidad de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>



- Chérrez, A y Herrera, P (2009). *Plan de marketing turístico para la ciudad de Machala, basado en la realidad actual y los proyectos a desarrollarse en los próximos 3 años* (Tesis). Recuperado de <http://www.academia.edu>
- Domínguez, N. (2015). *Estrategia de marketing relacional que permita fomentar e incrementar el volumen turístico en la parroquia de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Durazno, C., y González, R. (2013). *Puerto Bolívar, corredor logístico para El Austro* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.uazuay.edu.ec>
- Encalada, D., y Jiménez, M. (2017). *Propuesta de promoción turística para el Zoológico Amaru de Cuenca* (Tesis). Recuperado de <http://www.dspace.ucuenca.edu.ec>
- Entorno Turístico. (s.f.). *Promoción turística: qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*. Recuperado de <http://www.entornoturistico.com>
- Kaplan, R., y Norton, D. (1996). *Cuadro de mando integral: The balanced scorecard*. España: Ediciones Gestión 2000, S.A
- León, M. (2016). *Análisis de la importancia que tiene la marca ciudad Machala en la percepción de los turistas* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- MINTUR impulsa el turismo en la zona Sur del Ecuador. (25 de abril 2014). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec>
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de <http://repositori.uji.es>
- Puerto Bolívar y sus atractivos. (09 de febrero de 2014). *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec>
- Puerto Bolívar, nuevo destino para cruceros (01 de noviembre 2016). Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec>
- Serrano, A., Freire, S., Espinoza, F., Andrade, D., y Villafuerte, M. (2018). *Modeling of tourist profiles with decision trees in a world heritage city: the case of Cuenca*. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501731



Solano, J., Pazmiño, K., Fernández, K., y Rojas, K. (2017). *Medición de la calidad de servicios: Caso de restaurantes ubicados en la zona de afluencia turística en Puerto Bolívar, Puerto Jelí y Puerto Hualtaco*. Trabajo presentado en el II congreso Internacional virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI. Resumen recuperado de <http://www.eumed.net>

Salinas, B. (2017). *Campaña radial para promocionar los lugares turísticos representativos de Machala* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>

Tuarez, B. (2015). *Impulso del servicio turístico sustentable en la ciudad de Machala por medio de una eficiente publicidad* (tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.ulvr.edu.ec>

Turismo en Puerto Bolívar. (junio de 2013). *Ecuador Turístico*. Recuperado de <http://www.ecuador-turistico.com>

Veintimilla, R. (2016). *Diseño de una estrategia para facilitar el uso del transporte marítimo hacia los destinos turísticos de Puerto Bolívar* (Tesis). Recuperado de <http://www.repositorio.utmachal.edu.ec>.

9. Talento humano

RECURSOS	DEDICACIÓN	VALOR TOTAL U.S. \$
DIRECTOR	4 horas/semana/12 meses	600,00
ESTUDIANTES	14 horas/semana/12 meses Investigador 1:\$840,00 Investigador 2:\$840,00	1.680,00
TOTAL	216 horas	2.280,00



10. Recursos materiales

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

CANTIDAD	RUBRO	VALOR U.S. \$
500	Hojas INEN A4	600,00
300	Fotocopias	6,00
1	Internet	300,00
24	Transporte	288,00
72	Alimentación	144,00
TOTAL		1.338,00



11. Cronograma de actividades

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

ACTIVIDAD	MES
-----------	-----

	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	X					
2. Discusión y análisis de la información		X				
3. Trabajo de campo/ pilotaje			X			
4. Realización de grupo focal y encuestas.				X		
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos.					X	
5. Redacción del trabajo					X	X
6. Revisión final						X



12. Presupuesto

Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE \$	OTROS APORTES \$	VALOR TOTAL U.S \$
TALENTO HUMANO Director INVESTIGADORES	2.280,00		2.280,00
GASTOS DE MOVILIZACIÓN TRANSPORTE ALIMENTACIÓN	432,00		432,00
GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN INSUMOS MATERIAL DE ESCRITORIO BIBLIOGRAFÍA INTERNET	906,00		906,00
OTROS	50,00		50,00
TOTAL	3.668,00		3.668,00



Propuesta de promoción turística para Puerto Bolívar del cantón Machala, 2018

Autoras: Johanna Mirella Macas Quishpi y Mercedes Michelle Vivar Pesántez

13. Esquema

Índice

Abstract

Agradecimiento

Dedicatoria

Introducción

Capítulo I

Diagnóstico de la situación turística de Puerto Bolívar

1.1 Generalidades de Puerto Bolívar

1.2 Antecedentes turísticos de Puerto Bolívar

Capítulo II

Oferta y demanda turística de Puerto Bolívar

2.1 Demanda turística de Puerto Bolívar

2.2 Oferta turística de Puerto Bolívar

2.3 Perfil del turista que visita Puerto Bolívar

Capítulo III

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA PUERTO BOLÍVAR

3.1 Plan de marketing

3.2 Estrategia de promoción turística



3.2 Medios de difusión

Conclusiones

Bibliografía

Anexos



ANEXO 1

GRUPO FOCAL

El siguiente grupo focal tiene como objetivo investigar la perspectiva de las agencias operadoras de la ciudad de Machala, en cuanto a la promoción de Puerto Bolívar.

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

La pregunta busca que diferentes opiniones de actores involucrados en agencias operadoras, hoteles, restauración, cooperativa de botes, gobierno local, comunidad acerca de Puerto Bolívar para determinen el factor de importancia y los factores que faltan desarrollarse a profundidad.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de restauración que ofrece el Puerto Bolívar?

La pregunta busca que el sector de restauración sea evaluado en base a su servicio, precio, higiene, sabor, infraestructura disponible, seguridad.

3. ¿Qué opina usted sobre los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

La pregunta busca una crítica sobre los atractivos que posee Puerto Bolívar con respecto a lo que posee evaluando su calidad, su servicio, seguridad. Adicionalmente determinar que faltaría de implementar en los atractivos y sugerencias ante los mismos

4. ¿Cómo difundiría actualmente la promoción de Puerto Bolívar?

La pregunta busca la opinión de los actores acerca de los medios que ellos difunden la promoción de Puerto Bolívar, que debe poseer para la misma, con que medio han obtenido mejores resultados.

5. Entre las dos opciones de logo ¿Cuál usted consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

6. Entre las dos opciones de slogan ¿Cuál usted consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

7. Sugerencias



ANEXO 2



Esta encuesta es realizada con el fin de conocer el perfil del turista que visita Puerto Bolívar.

I. Género

M F

(Si su respuesta es NO, responda la siguiente pregunta)

Muy satis- fecho	Insatis- fecho/a	Aceptable	Satis- fecho/a	Muy satis- fecho/a
1	2	3	4	5

18. Tiempo de estadía en Puerto Bolívar

- Menos de un día
- Hasta dos días
- Dos a tres días
- Más de tres días
- Una semana
- Más de una semana

19. Tipo de alojamiento utilizado durante el viaje:

- Hotel
- Hostería
- Lodge
- Refugio
- Casa de huéspedes
- Hostal
- Hacienda turística
- Resort
- Campamento turístico
- Otros

20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio de alojamiento utilizado en Puerto Bolívar?

Muy satis- fecho	Insatis- fecho/a	Aceptable	Satis- fecho/a	Muy satis- fecho/a
1	2	3	4	5

21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de transporte turísticos utilizados en Puerto Bolívar?

Muy satis- fecho	Insatis- fecho/a	Aceptable	Satis- fecho/a	Muy satis- fecho/a
1	2	3	4	5

22. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con el trato brindado por la comunidad de Puerto Bolívar?

Muy satis- fecho	Insatis- fecho/a	Aceptable	Satis- fecho/a	Muy satis- fecho/a
1	2	3	4	5

23. Gasto promedio durante su estancia

24. ¿Recomendaría a sus amigos o familiares visitar Puerto Bolívar?

- Les recomendaría sin ninguna duda
- Ni les recomendaría, ni los desanimaría
- Los desanimaría

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



7.2 Anexo 2: Registro de visitantes a Jambelí en el año 2018

N REPORTE	MES	TURISTAS
1	26 DICIEMBRE 2017 - 01 ENERO 2018	8.252
2	02 - 08 ENERO	3.561
3	09 - 15 ENERO	2.561
4	16 - 22 ENERO	2.478
5	23 - 29 ENERO	2.404
6	30 ENERO - 05 FEBRERO	1.251
7	6 - 13 FEBRERO	15.569
8	14 - 19 FEBRERO	1.996
9	20 - 26 FEBRERO	2.405
10	27 FEBRERO - 05 MARZO	1.830
11	6 - 12 MARZO	2.669
12	13 - 19 MARZO	2.524
13	20 - 26 MARZO	2.837
14	27 MARZO - 02 ABRIL	5.499
15	03 - 09 ABRIL	2.798
16	10 - 16 ABRIL	2.264
17	17 - 23 ABRIL	2.347
18	24 ABRIL - 01 MAYO	5.402
19	02 - 07 MAYO	1.538
20	08 - 14 MAYO	1.035
21	15 - 21 MAYO	1.024
22	22 - 28 MAYO	2.780
23	29 MAYO - 04 JUNIO	1.294
24	05 - 11 JUNIO	1.373
25	12 - 18 JUNIO	1.294
26	19 - 25 JUNIO	1.915
27	26 JUNIO - 02 JULIO	1.819
28	03 - 09 JULIO	2.172
29	10 - 16 JULIO	1.734
30	17 - 23 JULIO	2.432
31	24 - 30 JULIO	3.582
32	31 JULIO - 06 AGOSTO	4.773
33	07 - 12 AGOSTO	10.018
34	13- 20 AGOSTO	6.210
35	21- 27 AGOSTO	5.250



N REPORTE	MES	TURISTAS
36	28 AGOSTO - 3 SEPTIEMBRE	3.996
37	04 -10 SEP	2.975
38	11 - 17 SEPTIEMBRE	3.425
39	18 - 24 SEPTIEMBRE	1.788
40	25 SEP - 1 OCTUBRE	1.812
41	02 - 08 OCTUBRE	3.022
42	09 - 15 OCTUBRE	1.016
43	16 - 22 OCTUBRE	1.789
44	23 - 29 OCTUBRE	1.257
45	30 OCTUBRE - 4 NOVIEMBRE	6.910
46	05 - 12 NOVIEMBRE	1.880
47	13 - 19 NOVIEMBRE	1.482
48	20 - 26 NOVIEMBRE	2.111
49	27 NOVIEMBRE - 03 DICIEMBRE	1.437



7.3 Anexo 3: Entrevista a Fátima Domínguez -Recepcionista del Hostal Solar del Puerto



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
TURISMO**

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: FÁTIMA DOMINGUEZ – HOSTAL SOLAR DEL PUERTO

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

No es bueno, le falta bastante le falta todavía mucho.

a. ¿Qué actividades cree usted que le falta desarrollar en este lugar con fines turísticos?

Tenemos el malecón de puerto Bolívar, tal vez actividades acuáticas

b. ¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?

Los turistas vienen principalmente por la isla Jambelí, pero se van muy decepcionados por la forma en que esta.

c. ¿Creen que los turistas recomendarían visitas el sitio a sus amigos y familiares?

Desgraciadamente le falta mucho a la provincia y más que nada a Puerto Bolívar, no hay tantos atractivos, no es que no lo haya no hay la publicidad porque en atractivos tenemos lo que son los ríos, del puerto únicamente tenemos eso como atractivo.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

Depende lo monetario aquí porque si se busca algo sumamente económico está el mercado que es bueno, pero si quiere mariscos esta Nuevo Edén, el Pepe.

a. ¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?

A la gente le gusta la comida de aquí se van satisfechos.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

Los atractivos del lugar están muy descuidados.



a. ¿Qué atractivos son principalmente visitados?

El puerto y los parques los cuales están muy descuidados.

b. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?

Aproximadamente un 8, es decir satisfechos, aunque muchos turistas se han quejado de Jambelí que los habitantes frente a ellos arrojan la basura al mar.

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

Para difundirlo debe haber un compromiso con las autoridades y no lo hay aún, están en campañas y prometiendo que van a regenerar sin embargo si usted ve el Malecón cuando hay aguajes se llena de agua, entonces ¿Cómo van a promocionar eso? Primero se debería regenerar.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Temporada alta de junio a agosto.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

La temporada media en marzo.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

La temporada baja en enero

Para difundir el turismo en estas temporadas sería por medio de redes sociales, es lo que más impacta.

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

La calidad es buena.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

Si, se quedan máximo dos días

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Bueno aquí más los hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Lo básico, no hay lujos.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

A los turistas les agrada el trato de aquí ya que no es el común es más personalizado y en el caso de que sean personas de otros lugares se trata de ofrecerle mayor variedad en sus desayunos.



6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Actualmente ha mejorado.

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Básica.

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Casi no lo ocupan, en su mayoría utilizan taxis.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

No he escuchado nada sobre esto.

7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Los que más utilizamos es la imagen del antiguo muelle de cabotaje.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Ninguna.

9. Sugerencias

La regeneración urbana, la comisaria no pedir tantos tramites pues es muy complejo y más apoyo por parte del gobierno local, más apoyo para los emprendedores que se encuentran los alrededores del Puerto.



7.4 Anexo 4: Entrevista a Hilda Pérez- trabajadora de Pepe`s Restaurants



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
TURISMO**

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: HILDA PEREZ-PEPE`S RESTAURANTS

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Es turístico, bastante incogible.

a. ¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?

Antes de plantear actividades se debería adecuar el malecón, limpiarlo porque al momento que los turistas llegan ven mucha basura.

b. ¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?

La playa de Jambelí, siempre preguntan y les llama la atención.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

Que es bastante bueno.

a. ¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?

Ciertos clientes le dicen a uno que la comida estuvo bastante buena

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

Primeramente, se debería ofrecer seguridad.

a. ¿Qué atractivos son principalmente visitados?

Las playas y el parque que existe.

b. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?

Es regular, ni buena ni mala.

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?



Arreglando la playa.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Temporada alta en carnaval y semana santa.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Temporada media el mes de agosto.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Temporada baja el me de noviembre.

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

El servicio de alojamiento es bueno tanto en Machala como en el Puerto.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

Se quedan más de un día máximo dos días.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Se pregunta más por hoteles que posean piscina.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Muy buena.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Se quedan satisfechos.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Regular

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Es buena.

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Buena.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Se quedan satisfechos.



7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Un malecón.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Puerto Bolívar, lugar turístico.

9. Sugerencias

Se aumente la seguridad, al alcalde que tenga en cuenta el Puerto.



7.5 Anexo 5: Entrevista a Jaime Cruz-Representante del Barrio Autoridad Portuaria



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: JAIME CRUZ-REPRESENTANTE DEL BARRIO -AUTORIDAD PORTUARIA DE PUERTO DE BOLÍVAR.

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Bajo.

a. ¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?

Juegos acuáticos, deportes.

b. ¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?

Visitar el malecón.

c. ¿Creen que los turistas recomendarían visitas al sitio a sus amigos y familiares?

En este momento no lo harían por la situación de la isla Jambelí.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

Es regular, ni buena ni mala.

a. ¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?

No es del agrado de los turistas ni la comida ni el trato de las personas que los atienden.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

Que si efectivamente hay varios lugares a visitar en el puerto y las islas.

a. ¿Qué atractivos son principalmente visitados?

El parque, el malecón, Jambelí.



b. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?

Satisfechos.

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

Creando eventos, haciendo tours.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Temporada de la sierra.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Fin de año y enero.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

De febrero a marzo.

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Tiene buenos hoteles.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

A veces se quedan más de una semana.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Es buena.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Se sienten satisfechos.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Regular.

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Si, han cambiado mucho incluso las líneas de buses se han modernizado.

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Satisfechos, incluso por la creación del nuevo terminal terrestre.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?



Buena.

7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

No opina.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

No opina.

9. Sugerencias

Debería haber un cambio en general del Puerto, arreglarlo.



7.6 Anexo 6: Entrevista a Johan Fernández – Trabajador de Restaurante Hola Ola



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: JOHAN FERNANDEZ – RESTAURANTE HOLA OLA

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Regular.

a. *¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?*

Actividades playeras.

b. *¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?*

Las calles limpias.

c. *¿Creen que los turistas recomendarían visitas al sitio a sus amigos y familiares?*

No.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

Son buenas.

a. *¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?*

Que es regular.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

a. *¿Qué atractivos son principalmente visitados?*

Los barcos.

b. *¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?*

Algunas personas son desagradables y los turistas se llevan una mala impresión.



4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

Como un lugar para la aventura y diversión.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

El mes de diciembre.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

El mes de enero.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

El resto de meses.

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

El servicio de alojamiento es bastante malo.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

No.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Los hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Que son malos, pero es lo mejor que hay en el lugar.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Poco satisfechos.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Es bueno.

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Son regulares.

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Temor por los robos.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Poco satisfechos.



7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

No entiende, no opina.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Del mar a su mesa.

d. Sugerencias

Aumentar la seguridad.



7.7 Anexo 7: Entrevista a Orlando Chica Valarezo - Representante de La Cooperativa de Transporte Fluvial y Marítimo Capitán De Fragata Rafael Moran Valverde



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: ORLANDO CHICA VALAREZO - COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO CAPITAN DE FRAGATA RAFAEL MORAN VALVERDE

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Es un sitio turístico solo que la publicidad no se ha manejado adecuadamente.

a. ¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?

Visitar las playas.

b. ¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?

Las noticias que se difunden del lugar.

c. ¿Creen que los turistas recomendarían visitas al sitio a sus amigos y familiares?

No responde.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

La comida es buena.

a. ¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?

Se van satisfechos.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

a. ¿Qué atractivos son principalmente visitados?

La playa.

b. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?



Satisfechos.

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

No responde.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Carnaval, junio y fin de año.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Semana santa.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Agosto y septiembre

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Que efectivamente hay buenos hoteles.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

Sí.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Muy buena.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Muy buena.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Es buena.

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Es muy bueno porque ha mejorado las unidades de transporte público.

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Buena.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?



Buena.

7. **Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?**
El malecón.
8. **Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?**
El Puerto más hermoso.
9. **Sugerencias**
Que haya más preocupación por parte de las autoridades en adecuar mejor el Puerto.



7.8 Anexo 8: Entrevista a María Elena Cruz- Contar de Agencia De Viajes Rosetour



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: MARIA ELENA CRUZ -AGENCIA DE VIAJES ROSETUR

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Tiene su pro y contras pues siempre se ha querido fomentar como un puerto bonito y turístico, pero hasta ahora no se ha dado.

a. *¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?*

Disfrutar la gastronomía.

b. *¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?*

Seguridad.

c. *¿Creen que los turistas recomendarían visitar el sitio a sus amigos y familiares?*

Sí.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

La comida es buena dependiendo el lugar.

a. *¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?*

Se van satisfechos.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

Que están descuidados.

a. *¿Qué atractivos son principalmente visitados?*

El parque temático, el muelle

b. *¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?*



Insatisfechos.

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

Se debe difundir todo el tiempo.

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Fin de año.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Vacaciones de la sierra.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Agosto y septiembre

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

No son buenos

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

Sí.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Regular.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Regular.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Ha mejorado.

d. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Buena.

e. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Satisfechos.

f. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?



Buena.

7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

El malecón.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Puerto limpio.

Bienvenido a nuestro Puerto

9. Sugerencias

Que se mejore la apariencia del puerto, las playas y hay más seguridad para el turista sobre todo en las noches.



7.9 Anexo 9: Entrevista Robert Loayza- Representante de Cooperativa de Taxis Machaleñita



UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD TURISMO

La siguiente entrevista tiene como objetivo investigar las opiniones de los principales actores del turismo en la parroquia de Puerto Bolívar para conocer el estado de su situación.

ENTREVISTADO: ROBERT LOAYZA- COOPERATIVA DE TAXIS MACHALEÑITA

1. ¿Cómo definiría usted a Puerto Bolívar desde el ámbito turístico?

Turísticamente se encuentra en un punto medio pues si bien es turístico no satisface aun el nivel que debería generar, tal vez con un poco más de inversión podría sobresalir.

a. *¿Qué actividades se realizan en el lugar con fines turísticos?*

Visitar la playa de Jambelí, la gastronomía.

b. *¿Cuáles creen que son los aspectos que toman en cuenta los turistas para visitar Puerto Bolívar?*

Los mariscos, visitar Jambelí.

c. *¿Creen que los turistas recomendarían visitas al sitio a sus amigos y familiares?*

Sí.

2. ¿Qué opina usted acerca de la calidad de los servicios de comida y bebida que ofrece el Puerto Bolívar?

Hay de todo lugar bueno y malo, pero en general son buenos.

a. *¿Conoce el nivel de satisfacción que tienen los turistas luego de haber obtenido el servicio de alimentación?*

Se van satisfechos.

3. ¿Qué opina usted sobre cada uno de los atractivos que ofrece Puerto Bolívar?

En la actualidad están descuidados.

a. *¿Qué atractivos son principalmente visitados?*

La playa de Jambelí, el parque, el muelle.

b. *¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción que se llevan los turistas con respecto al trato que le da la comunidad?*



Inconformes

4. ¿Cómo difundiría actualmente a Puerto Bolívar?

Medios de comunicación, redes sociales

a. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada alta e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Carnaval y fin de año.

b. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada media e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Junio, julio.

c. ¿Cómo difundiría a Puerto Bolívar en temporada baja e indique los meses que usted considere pertenecen a la misma?

Agosto

5. ¿Qué opina usted sobre el servicio de alojamiento en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Son buenos y sobre todo económicos.

a. ¿Cree usted que los turistas pernoctan o no por un día?

Sí.

b. ¿Qué tipo de alojamiento usted cree que usan con mayor frecuencia?

Hoteles.

c. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de alojamiento que se ofrecen?

Buena.

d. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?

Satisfechos.

6. ¿Qué opina usted sobre el servicio de transporte en Puerto Bolívar y la ciudad de Machala?

Es bueno, ha mejorado.

a. ¿Cuál cree usted que es de calidad de servicios de transporte que se ofrecen?

Es un buen servicio

b. ¿Cuál cree usted que es la percepción de los turistas al ocupar este tipo de transportes?

Buena.

c. ¿Cuál cree que es usted la satisfacción del turista luego de ocupar estos servicios?



Satisfechos.

7. Según su opinión ¿Qué imagen consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

El malecón.

8. Según su opinión ¿Qué frase consideraría más representativo para Puerto Bolívar? y ¿Por qué?

Del mar a su plato.

9. Sugerencias

Para las autoridades que mejoren el malecón pues al ser la imagen de la ciudad debe estar mejor cuidado.



7.10 Anexo 10: Informe de Entrevistas elaborado en base a los resultados de la plataforma de Atlas.ti

INFORME DE LAS ENTREVISTAS: PROPUESTA DE PROMOCION TURISTICA PARA PUERTO BOLÍVAR DEL CANTÓN MACHALA, 2018

RESPONSABLES:

Macas Quishpi Johanna Mirella

Vivar Pesantez Mercedes Michelle

TEMAS:

- Puerto Bolívar desde al ámbito turístico
- Servicio turístico ofertados en Puerto Bolívar y su calidad
- Difusión turística de Puerto Bolívar

LUGAR:

Malecón de Puerto Bolívar, cantón Machala, El Oro.

FECHA DE ELABORACIÓN:

12 y 13 de enero de 2019.

DESCRIPCIÓN:

Las entrevistas realizadas en el Malecón de Puerto Bolívar perteneciente a la ciudad de Machala, se realizaron con el fin de conocer la opinión de los actores claves del turismo de la zona como dueños de restaurantes, hoteleros, servicio de transporte, con respecto a la situación turística del puerto.

Para poder realizar las entrevistas se tomó la opinión de cinco representantes de servicios turísticos de la zona a las cuales se les planteo nueve preguntas relacionadas con Puerto Bolívar en el ámbito turístico, los servicios turísticos que se ofrecen en el lugar como alojamiento, alimentación, transporte y la calidad de los mismos y por ultimo como difundirían a Puerto Bolívar turísticamente.



Las opiniones de cada representante fueron diversas sin embargo todos concluían en que antes de difundir turísticamente al puerto, es necesario realizar mejoras en cuanto a la infraestructura del lugar y sobre tratar de que el turista se sienta seguro al llegar, mejorar la atención al turista dentro del Malecón como en los atractivos más cercanos en este caso la Isla Jambelí pues gran cantidad de turistas que llegan hasta Puerto Bolívar lo hacen con el fin de visitar esta isla.

OTROS PARTICIPANTES:

- Fátima Domínguez – Hostal Solar del Puerto
- Hilda Pérez – Pepe´s Restaurant
- Jaime Cruz – Barrio Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar
- Johan Fernández – Restaurant Hola Ola
- Orlando Chica - Cooperativa De Transporte Fluvial Y Marítimo Capitán De Fragata Rafael Moran Valverde
- María Elena Cruz-Agencia de viajes ROSETUR
- Robert Loayza – Cooperativa de Taxis Machaleñita



7.11 Anexo 11: Modelo de encuesta aplicada en Puerto Bolívar.

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Esta encuesta es realizada con el fin de conocer el perfil del turista que visita Puerto Bolívar.

1. Género
 M F

Turista nacional
 Turista extranjero

2. Edad: _____

3. Estado civil:
 Soltero
 Casado
 Divorciado
 Unión libre

4. Grado de instrucción
 Primario
 Secundario
 Universitario
 Post Grado
 Otros especifiquen _____

5. Situación ocupacional
 Empleado privado
 Empleado publico
 Estudiante
 Profesional
 Ama de casa
 Jubilado
 Otro

6. Lugar de procedencia:
 País: _____
 Ciudad: _____

7. Grupo de Viaje
 Familia Amigos
 Pareja Solo
 Grupo Compañeros
 organizado de trabajo
 Otros

8. ¿Sus ingresos económicos personal mensuales se encuentran entre?

9. Modalidad de viaje
 Contrato una agencia de viajes
 Viaja por cuenta propia
 A través de Internet
 Otros

10. ¿Usted vino exclusivamente a Puerto Bolívar?
 (Si su respuesta es SI, continúe)
 (Si su respuesta es NO, responda la siguiente pregunta)
 Si No

11. ¿En qué lugar va a realizar su actividad principal?

12. Motivo principal de viaje a Machula
 Negocios Cultura
 Turismo Salud
 Estudios Otros
 Visita a familia/amigos

13. Motivo principal de viaje a Puerto Bolívar
 Negocios Cultura
 Ocio Salud
 Estudios
 Visita a familia/amigos
 Gastronomía

14. Aspectos que tomó en cuenta al momento de elegir Puerto Bolívar como destino (elija una opción)
 Costos Visitar el Malecón
 Clima Gastronomía
 Naturaleza Historia/Cultura
 Noticias Visitar Jambelí
 Seguridad

15. Atractivo principal que ha Visitado
 Parque temático Isla Santa Clara
 Isla del Amor Isla del muerto
 Malecón de Puerto Bolívar Isla Jambelí

16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del atractivo visitado?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Acceptable	Satisfecho	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio de alimentación de Puerto Bolívar?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5

18. Tiempo de estadía en Puerto Bolívar

- Menos de un día
- Hasta dos días
- Dos a tres días
- Más de tres días
- Una semana
- Más de una semana

19. Tipo de alojamiento utilizado durante el viaje:

- Hotel Hostal
- Hostería Hacienda turística
- Lodge Resort
- Refugio Campamento turístico
- Casa de huéspedes Otros

20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio de alojamiento utilizado en Puerto Bolívar?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5

21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de transporte turísticos utilizados en Puerto Bolívar?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5

22. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con el trato brindado por la comunidad de Puerto Bolívar?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5

23. Gasto promedio durante su estancia

24. ¿Recomendaría a sus amigos o familiares visitar Puerto Bolívar?

- Les recomendaría sin ninguna duda
- Ni les recomendaría, ni los desanimaría
- Los desanimaría

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



7.12 Anexo 12: Cotización de publicidad

CenterGraf

Estimada

Reciba un cordial saludo, por medio de la presente adjunto la proforma solicitada.

Elaboración de:

Cantidad	Descripción	Precio
1000	Flyers A6 Full color ambos lados	\$ 85
1000	Postales A5 Full color	\$ 105
1000	Trípticos Full color	\$ 120

Nota:

- Precios incluyen diseño
- Precios incluyen IVA
- Tiempo de entrega a convenir

Esperamos poder brindarle nuestros servicios

CenterGraf

072 829810 / 0991128976

Roberto Rodas

Gerente



7.13 Anexo 13: Cotización de diseño web y manejo de redes sociales



Cuenca, 30 de junio de 2019

Benigno Malo 6-70 y Presidente Córdova
095 883 0974 - 098 482 8834

PROFORMA N° 000102

Srta. Michelle Vivar Pesántez,

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **Nivelatux**, empresa especializada en Servicios Académicos Integrales y Diseño Web.

Para nosotros es muy grato cotizar los servicios solicitados, por un periodo de 12 meses.

Servicio	Detalles	Valor
Página web de presentación.	Diseño y elaboración de página en plantilla simple demostrativa. Sin dominio en servidor. No servicio de tienda en línea. No difusión en redes sociales.	\$ 1 250
Página web básica	Diseño y elaboración de página en plantilla simple. Incluye pago anual de dominio en servidor. Anuncios incorporados. No servicio de tienda en línea. No difusión en redes sociales.	\$ 1 800
Página web completa	Diseño y elaboración de página web según los requerimientos del cliente. Difusión web en redes sociales. Posicionamiento SEO. Sin anuncios incorporados. Incluye tienda en línea.	\$ 2 240
Diseño web	Diseño de página web según requerimientos del cliente. (El costo de este servicio varía según la complejidad solicitada)	\$ 400 - \$ 1 300
Difusión y manejo de redes sociales	Tres publicaciones diarias en los horarios que se solicite. Diseño de publicidad, videos e imágenes. Interacción con posibles clientes.	\$ 1 500

Esta proforma tiene una validez de 90 días a partir de su fecha de emisión. Dentro de este periodo los valores están sujetos a cambios debido a variación en los costos de alquiler del servidor. Los valores presentados no incluyen IVA. No incluye costo por modificaciones.

Sin más que adjuntar, Nivelatux agradece la confianza prestada en nuestros servicios y le indicamos que nos encontramos a sus órdenes para futuros contratos.



Universidad de Cuenca

Muy cordialmente,

Gabriela Carrión

Dpto. de Proyectos.





7.14 Anexo 14: Cotización de medio de difusión, prensa escrita



Cuenca, junio 2019

Srta.:

Michelle Vivar

Ciudad.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un atento y cordial saludo, de quienes hacemos el área comercial de Diario El Mercurio, a la vez le invitamos a que participe en nuestras promociones que por temporada mantenemos para nuestros clientes especiales.

Le damos a conocer las dimensiones y valores que ofrecemos para su publicidad:

DIMENSIÓN	COLOR	P. NORMAL	TAMAÑO	P. PROM.	DÍAS
8.4x10 cm	F/C	\$ 120.96	Tam. Esp.	\$ 75,60	Ordinarios
12.8x10 cm	F/C	\$ 181.44	Tam. Esp.	\$ 113,40	Ordinarios
26x5 cm	F/C	\$ 181.44	Pie de Pag.	\$ 113,40	Ordinarios
26x10 cm	F/C	\$ 362.88	Pie de Pag.	\$ 226.80	Ordinarios
12.8x15 cm	F/C	\$ 272.16	Oct. de Pag.	\$ 170,10	Ordinarios
12.8x20 cm	F/C	\$ 362.88	Tam. Esp.	\$ 226,80	Ordinarios
12.8x25 cm	F/C	\$ 453.60	1/4 de Pag.	\$ 283,50	Ordinarios

Precio por publicación.

Este valor no incluye IVA.



Universidad de Cuenca

Nota: este valor promocional vigente se aplica siempre que el contrato de espacios publicitarios, sea más de **DOS** anuncios comerciales

Forma de Pago: treinta días crédito a partir de la fecha de facturación.

Así mismo ponemos en consideración nuestro departamento de diseño para la elaboración de los artes, sin costo adicional.

Siempre a sus órdenes para cualquier decisión.

Lcdo. Juan Mocha Pesántez

El Mercurio - Cuenca

 **0990191622**

 **0979496361**

Oficina 4111786 ext 211 mail: ventas@elmercurio.com.ec

