UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL

TÍTULO DE LICENCIADAS EN TURISMO

TEMA:

"INNOVACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024"

AUTORAS:

TRÁNSITO JANNETH GAVÍN LLUMÁN

LINDA NICOL VEGA TIGSILEMA

DIRECTOR/ PAR: ING. GERMÁN SÁNCHEZ, MsC

PAR ACADÉMICO: LCDA. JOHANA GARCÍA, MsC

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Innovación de la oferta turística de la provincia de Bolívar, año 2024.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el reflejo de un camino lleno de aprendizaje, esfuerzo y dedicación, en el que hemos contado con el apoyo incondicional de muchas personas a quienes deseamos expresar nuestra sincera gratitud. En primer lugar, agradecemos a Dios, por ser nuestra guía y fortaleza en cada paso de este proceso, por brindarnos la sabiduría y la perseverancia necesarias para alcanzar esta meta.

A nuestros docentes y tutores Ing. Germán Sánchez & Johana García, quienes con su guía, paciencia y conocimientos han sido clave en nuestra formación académica y en el desarrollo de esta investigación.

A nuestros padres, por su amor incondicional, por enseñarnos con su ejemplo el valor del esfuerzo y la disciplina, y por ser nuestra mayor fuente de motivación en cada desafío, sin su apoyo, este logro no habría sido posible.

A nuestros amigos, quienes han estado a nuestro lado en este recorrido, brindándonos su apoyo y compartiendo momentos de alegría y aprendizaje.

Y a todas aquellas personas que, de una u otra manera, han contribuido a que este proyecto se haga realidad, su apoyo y confianza han sido fundamentales para alcanzar este objetivo.

A todos ustedes, nuestro más profundo agradecimiento.

Tránsito Janneth Gavín Llumán

Linda Nicol Vega Tigsilema

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y fortaleza, por darme la sabiduría, paciencia y perseverancia para superar cada desafío y alcanzar mis metas. A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante, gracias por ser mi mayor inspiración y por brindarme siempre su confianza y aliento para seguir adelante. A mi familia, por su respaldo en cada etapa de mi vida, en especial a mi tío, cuyo apoyo inquebrantable en los momentos más difíciles ha sido un pilar fundamental para mí; su generosidad y fortaleza han dejado una huella imborrable en mi corazón. A esa persona especial, cuya motivación han sido mi fuente de admiración y perseverancia, gracias por impulsarme a ser mejor cada día. Con profunda gratitud y amor, dedico este trabajo, porque sin su apoyo y sin la bendición de Dios, este logro no habría sido posible.

Tránsito Janneth Gavín Llumán

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, por darme la sabiduría, la paciencia y la perseverancia para superar los desafíos y alcanzar esta meta. A mis padres, Ingrit y Aníbal, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo y la dedicación, en especial a mi madre, Ingrit, quien ha sido mi mayor inspiración y fortaleza, cuyo amor, sacrificio y fe en mí han sido la luz que me ha guiado siempre. A mis abuelitos, Víctor y Bélgica, por su amor inmenso, sus sabias enseñanzas y por ser un apoyo inquebrantable en mi vida. A mi familia, por su confianza y motivación, y a esa persona especial que con su apoyo incondicional ha sido parte fundamental en este proceso. Con todo mi amor y gratitud, les dedico este trabajo, porque sin ustedes y sin la bendición de Dios, nada de esto sería posible.

Linda Nicol Vega Tigsilema

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN
CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

ING. GERMÁN SÁNCHEZ Y LIC. JOHANA GARCÍA en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación **INNOVACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024**. desarrollado por las estudiantes **TRÁNSITO JANNETH GAVÍN LLUMÁN & LINDA NICOL VEGA TIGSILEMA.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera Turismo.**

Guaranda, mayo 2025

Ing. Germán Sánchez, MSc.
Director/Par

Lcda. Johana García, MSc.
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

CERTIFICADO DEL TUTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN
CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ING GERMÁN SÁNCHEZ, MsC. EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

CERTIFICA

Que el trabajo denominado **"Innovación de la oferta turística de la provincia de Bolívar, año 2024."** modalidad **Proyecto de Investigación,** elaborado por las señoritas; Linda Nicol Vega Tigsilema & Tránsito Janneth Gavin Llumán, estudiantes de la **Carrera de Turismo.** Ha sido analizado por el sistema **TURNITIN,** reflejado como resultado un 8% de coincidencia no intencional como se puede evidencia en la imagen adjunta.

Es todo cuanto podemos certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 07 de marzo del 2025.

Atentamente,

Ing. Germán Sánchez, MsC.
Director

DERECHOS DE AUTOR

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras **Tránsito Janneth Gavín Llumán** y **Linda Nicol Vega Tigsilema** portadoras de la Cédula de Identidad **0606238046** y **0250240736** en calidad de autoras y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Innovación de la oferta turística de la provincia de Bolívar, año 2024** modalidad Proyecto de investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Las autoras declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Tránsito Janneth Gavín Llumán

Linda Nicol Vega Tigsilema

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO V

CERTIFICADO DEL TUTOR VI

DERECHOS DE AUTOR VII

ÍNDICE DE CONTENIDO VIII

ÍNDICE DE TABLAS XI

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES XIII

ÍNDICE DE ANEXOS XV

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 3

ABSTRACT 4

CAPÍTULO I 5

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 5

1.1. Descripción del problema 5

1.2. Formulación del problema 8

1.3. Preguntas de investigación 8

1.4. Justificación 8

1.5. Objetivos 9

1.5.1. Objetivo general 9

1.5.2. Objetivos específicos 9

1.6. Idea a defender 10

CAPÍTULO II 11

2. MARCO TEÓRICO 11

2.1. Antecedentes 11

2.2. Marco científico 14

2.3. Marco conceptual 17

2.4. Marco legal 22

2.5. Marco georreferencial 30

CAPÍTULO III 35

3. METODOLOGÍA 35

3.5. Tipos de investigación 35

3.6. Enfoque de la investigación 36

3.7. Métodos de la investigación 37

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 38

3.9. Universo, Población y Muestra 41

3.10. Procesamiento de la información 42

CAPITULO IV 43

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 43

4.5. Situación actual de la actividad turística de la provincia de Bolívar 43

4.6. Análisis funcional y financiero de la página web 90

4.3. Estructura de la página web turística de la provincia de Bolívar..... 102

CONCLUSIONES 129

RECOMENDACIONES 131

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 132

ANEXOS..... 142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: División política provincia Bolívar 32

Tabla 2: Atractivos turísticos del cantón Guaranda 45

Tabla 3: Alojamientos del cantón Guaranda 47

Tabla 4: Alimentos y bebidas del cantón Guaranda 48

Tabla 5: Operación e intermediación del cantón Guaranda 51

Tabla 6: Centros de turismo comunitario 51

Tabla 7: Parques de atracciones estables 52

Tabla 8: Atractivos turísticos del cantón Chimbo 55

Tabla 9: Alojamientos del cantón Chimbo 56

Tabla 10: Actividad de alimentos y bebidas cantón Chimbo 56

Tabla 11: Actividades de parques de atracciones estables 57

Tabla 12: Atractivos turísticos del cantón Echeandía 60

Tabla 13: Alojamientos del cantón Echeandía 61

Tabla 14: Actividad de alimentos y bebidas 61

Tabla 15: Atractivos turísticos del cantón Caluma 64

Tabla 16: Alojamientos del cantón Caluma 65

Tabla 17: Establecimientos de alimentos y bebidas 65

Tabla 18: Parques de atracciones estables del cantón Caluma 66

Tabla 19: Organizadores de eventos, congresos y convenciones 66

Tabla 20: Atractivos turísticos del cantón San Miguel 69

Tabla 21: Alimentos y bebidas del cantón San Miguel 71

Tabla 22: Alojamientos del cantón San Miguel 71

Tabla 23: Parques de atracciones estables del cantón San Miguel 72

Tabla 24: Atractivos turísticos del cantón Las Naves 75

Tabla 25: Atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Chillanes 78

Tabla 26: Alojamientos del cantón Chillanes 79

Tabla 27: Alimentos y bebidas del cantón Chillanes 79

Tabla 28: Organizadores de eventos, congresos y convenciones..... 79

Tabla 29: Cuadro resumen de los establecimientos y atractivos turísticos de la provincia de Bolívar..... 84

Tabla 30: Número de turistas internos que recibieron las capitales provinciales..... 85

Tabla 31: Turismo interno - destinos de preferencia..... 86

Tabla 32: Alojamiento y gasto turístico en la provincia de Bolívar en feriados nacionales..... 87

Tabla 33: Perfil del turista características sociodemográficas 87

Tabla 34: Sección 1: Potencial turístico y diferenciación de Bolívar..... 90

Tabla 35: Sección 2: Promoción turística y herramientas digitales..... 90

Tabla 36: Sección 3: Funcionalidades y contenido del sitio web..... 91

Tabla 37: Sección 4: Diseño, accesibilidad e innovación..... 92

Tabla 38: Secciones de la página web según los cantones..... 96

Tabla 39: Presupuesto de investigación del proyecto 99

Tabla 40: Presupuesto inicial para el desarrollo de la página web..... 99

Tabla 41: Costos de mantenimiento anual 99

Tabla 42: Costo total de la página web con funcionamiento anual..... 100

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Total, de viajes realizados por la población ecuatoriana a la provincia de Bolívar 86

Ilustración 2: Estructura del inicio de la página web 98

Ilustración 3: Página de inicio 102

Ilustración 4: Sección con imágenes representativas y descripción de la provincia 103

Ilustración 5: Sección de acceso directo a cada cantón de la provincia de Bolívar 103

Ilustración 6: Mapa interactivo de visualización de ubicación de los 7 cantones . 104

Ilustración 7: Sección de encabezado, descripción general del cantón Guaranda . 104

Ilustración 8: Sección ¿Cómo llegar? 105

Ilustración 9: Sección ¿Dónde comer? 105

Ilustración 10: Sección de gastronomía representativa del cantón Guaranda 106

Ilustración 11: Sección ¿Qué hacer? – atractivos turísticos del cantón Guaranda 106

Ilustración 12: Sección ¿Dónde dormir? alternativas de hospedaje 107

Ilustración 13: Sección de imagen representativa del cantón san Miguel 107

Ilustración 14: Descripción del cantón San Miguel 108

Ilustración 15: Sección ¿Cómo llegar? 108

Ilustración 16: Sección ¿Dónde comer? 109

Ilustración 17: Sección ¿Qué hacer? 109

Ilustración 18: Continuación de la sección ¿Qué hacer? 110

Ilustración 19: Sección ¿Dónde dormir? 110

Ilustración 20: Continuación de la sección ¿Dónde dormir? 111

Ilustración 21: Sección de imagen representativa del cantón Chillanes 111

Ilustración 22: Descripción del cantón Chillanes 112

Ilustración 23: Sección ¿Cómo llegar? 112

Ilustración 24: Sección ¿Dónde comer? 113

Ilustración 25: Sección ¿Qué hacer? 113

Ilustración 26: Continuación de la sección ¿Qué hacer? 114

Ilustración 27: Sección ¿Dónde dormir? 114

Ilustración 28: Sección de imagen representativa del cantón Caluma 115

Ilustración 29: Descripción del cantón Caluma 115

Ilustración 30: Sección ¿Cómo llegar? 116

Ilustración 31: Sección ¿Dónde comer? 116

Ilustración 32: Sección ¿Qué hacer? 117

Ilustración 33: Continuación de la sección ¿Qué hacer? 117

Ilustración 34: Sección ¿Dónde dormir? 118

Ilustración 35: Continuación de la sección ¿Dónde dormir? 118

Ilustración 36: Sección de imagen representativa del cantón Las Naves 119

Ilustración 37: Descripción del cantón Las Naves 119

Ilustración 38: Sección ¿Cómo llegar? 119

Ilustración 39: Sección ¿Dónde comer? 120

Ilustración 40: Sección ¿Qué hacer? 120

Ilustración 41: Continuación de la sección ¿Qué hacer? 121

Ilustración 42: Sección ¿Dónde dormir? 121

Ilustración 43: Página de blog 122

Ilustración 44: Sección de pie de página 123

Ilustración 45: Inicio del Chat Bot 124

Ilustración 46: Opciones del menú principal del Chat Bot 124

Ilustración 47: Respuesta a consultas del Chat Bot 125

Ilustración 48: Preguntas adicionales chat Bot 125

Ilustración 49: Interacción con un asistente humano 126

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Reporte similitud de turnitin 142

Anexo 2: Presupuesto ejecutado 144

Anexo 3: Instrumentos de recopilación de datos (Guion de entrevista) 145

Anexo 4: Evidencias fotográficas de entrevistas 151

Anexo 5: Check list de la página web..... 152

Anexo 6: Código QR del prototipo de la página web..... 154

Anexo 7: Carta aval 155

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas con mayor crecimiento a nivel mundial, impulsado por la innovación y la digitalización, en este contexto, la provincia de Bolívar, Ecuador, cuenta con un importante potencial turístico debido a su riqueza natural y cultural, sin embargo, enfrenta limitaciones en infraestructura, promoción y acceso a información turística actualizada, lo que reduce su competitividad frente a otros destinos. Esta investigación se enfocó en la innovación de la oferta turística mediante la creación de una página web que centralice la información, facilite la planificación de visitas y potencie el desarrollo del turismo local.

El interés en este estudio surge de la necesidad de mejorar la visibilidad y accesibilidad de los recursos turísticos de la provincia a través del uso de tecnologías digitales, se buscó proporcionar una solución innovadora que beneficie tanto a turistas como a prestadores de servicios turísticos, promoviendo un desarrollo sostenible y equitativo en la región.

Para la ejecución de esta investigación, se empleó una metodología con enfoque cualitativo, pues se realizaron entrevistas a actores clave del sector turístico, observaciones directas en campo y un análisis documental con el fin de evaluar la situación actual del turismo en la provincia. Además, se llevó a cabo un análisis funcional y financiero de la página web, con el propósito de comprobar su viabilidad técnica y económica.

El estudio se estructuró en cuatro capítulos; el primer capítulo aborda la formulación del problema, la justificación y los objetivos del estudio; el segundo capítulo presenta el marco teórico, donde se analizan conceptos clave relacionados

con el turismo, la digitalización y la competitividad del sector; en el tercer capítulo se describe la metodología aplicada y el proceso de desarrollo de la investigación; finalmente, el cuarto capítulo se muestra los resultados obtenidos como la situación actual de la actividad turística de la provincia de Bolívar, el análisis funcional, financiero y la estructuración de la página web. Como resultado final, se logró diseñar el prototipo de la página web turística que contribuirá a mejorar la experiencia del visitante y fortalecerá la actividad turística en la región, impulsando su crecimiento económico y social.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo proponer directrices para innovar la oferta turística de la provincia de Bolívar mediante el diseño y desarrollo de una página web especializada. Para ello, se aplicó una metodología con enfoque cualitativo, basado en entrevistas a actores clave del sector, observaciones directas en sitios turísticos y análisis documental de fuentes oficiales.

Los resultados evidenciaron que la provincia de Bolívar cuenta con 41 atractivos turísticos, pero enfrenta problemas relacionados con infraestructura deficiente, promoción limitada y escaso uso de herramientas digitales. El análisis financiero determinó que la implementación del sitio web requiere una inversión inicial de $9,640 y un mantenimiento anual de $5,376. Desde el punto de vista funcional, la plataforma fue diseñada bajo principios de usabilidad, accesibilidad y optimización SEO (Search Engine Optimization) incluyendo secciones estratégicas como información sobre atractivos turísticos, rutas de acceso, servicios de alojamiento y gastronomía. Se concluye que la digitalización de la oferta turística permitirá fortalecer la competitividad del destino, mejorar la experiencia del visitante y potenciar el desarrollo económico local. Se recomienda fortalecer la infraestructura turística, establecer un modelo de financiamiento sostenible para la web, capacitar a los prestadores de servicios turísticos en el uso de herramientas digitales e implementar estrategias de marketing digital para mejorar la promoción del destino.

Palabras claves: Turismo, Innovación, Digitalización, Oferta Turística, Provincia de Bolívar.

ABSTRACT

This research aims to propose guidelines for innovating the tourism offerings of the province of Bolívar through the design and development of a specialized website. To this end, a qualitative methodology was applied, based on interviews with key stakeholders in the sector, direct observations at tourist sites, and documentary analysis of official sources.

The results showed that the province of Bolívar has 41 tourist attractions, but faces problems related to poor infrastructure, limited promotion and scarce use of digital tools. The financial analysis estimated that the implementation of the website requires an initial investment of $9,640 and an annual maintenance of $5,376. From a functional point of view, the platform was designed under principles of usability, accessibility and SEO (Search Engine Optimization) including strategic sections such as information on tourist attractions, access routes, accommodation services and gastronomy. It is concluded that the digitalization of the tourist offer will strengthen the competitiveness of the destination, improve the visitor experience and boost local economic development. It is recommended to strengthen the tourism infrastructure, establish a sustainable financing model for the web, train tourism service providers in the use of digital tools and implement digital marketing strategies to improve the promotion of the destination.

Keywords: Tourism, Innovation, Digitalization, Tourism Offerings, Bolívar Province.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

El turismo en la actualidad va transformándose de acuerdo con las conductas del turista, por este motivo para que los viajeros tengan una experiencia acorde a sus expectativas, los desarrolladores de productos turísticos utilizan elementos necesarios como el uso de tecnologías de la información; que contribuye a satisfacer la demanda de los visitantes, entre la oferta que son los atractivos turísticos, infraestructura, alimentación, servicios, entre otros.

En el mundo tras la pandemia del Covid-19 varios países para mitigar los efectos negativos tuvieron que crear una «nueva normalidad» para el sector turístico. La diversificación, la adopción progresiva de modelos de turismo más sostenibles y la inversión en nuevas tecnologías podrían ayudar a conformar la recuperación" (Fondo Monetario Internacional, 2021), ya que el consumidor en la actualidad utiliza más los medios tecnológicos para comunicarse y contratar servicios.

El turismo se ha convertido en "uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y su evolución, en las últimas décadas, ha sido caracterizada por su continua expansión y diversificación" (Nieto, et al., 2016), a través de la innovación de la oferta turística y participación en medios informativos tecnológicos como sitios web, apps, blogs, etc.

A nivel nacional Ecuador después de enfrentar la crisis de la pandemia, afronta problemas de inseguridad por ello "hasta octubre de 2023, Ecuador recibió un total de 1.170.809 visitantes extranjeros, generando ingresos por turismo que

ascendieron a 980,06 millones de dólares, según los datos actualizados hasta septiembre por el Ministerio de Turismo" (Garcés, 2023).

Para (Garcés, 2023), indica que:

> La cadena turística enfrenta diversos desafíos, que van desde la concentración del mercado hasta la carencia de innovación en la estructuración de los productos turísticos y la creación de la oferta hacia el mercado, la falta de una promoción turística especializada de productos hacia los mercados de interés para el Ecuador; así como la falta de certificación de calidad en alojamientos y servicios de alimentación. Estos problemas se ven exacerbados por la competencia desleal proveniente del sector informal, agravada por una fiscalización y regulación insuficientes.

El turismo en Ecuador ha experimentado cambios importantes desde el informe de la CEPAL de 2013, cuando se subrayó la necesidad de mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector. A pesar de algunos avances, Ecuador continúa rezagado en el escenario turístico internacional, ocupando la posición 73 de 117 países en el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (Garcés, 2023). Esta situación es particularmente preocupante al compararla con competidores regionales, pues Colombia se ubica en el puesto 58 y Perú en el puesto 65, quienes han consolidado su posición a través de la innovación, diversificación de productos turísticos y mejoras en infraestructura y servicios.

La provincia de Bolívar, ubicada en la región central de Ecuador, presenta un escenario similar, aunque cuenta con un considerable potencial turístico derivado de su geografía diversa y patrimonio cultural, enfrenta barreras que impiden un mayor aprovechamiento de estos recursos. Bolívar es conocida por sus impresionantes

paisajes que incluyen el volcán Chimborazo, el punto más cercano al sol desde el centro de la Tierra, y por festividades icónicas como el Carnaval de Guaranda, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. Asimismo, la parroquia Salinas se ha posicionado como un referente en turismo comunitario y economía solidaria, lo que demuestra el potencial de la provincia para convertirse en un destino turístico competitivo y sostenible.

No obstante, la infraestructura turística de la provincia es insuficiente a pesar de su baja demanda, y su promoción a nivel nacional e internacional es limitada. En el contexto global actual, uno de los factores clave para mejorar la competitividad de un destino turístico es la adopción y uso de tecnologías de la información y comunicación (TICs). Según el Foro Económico Mundial, las TIC son uno de los elementos centrales en la evaluación de la competitividad turística de los países, ya que permiten mejorar la visibilidad, accesibilidad y gestión de los destinos, factores que son esenciales en la era digital y postpandemia (World Economic Forum , 2022). La implementación de herramientas tecnológicas, como plataformas digitales y páginas web especializadas, es fundamental para posicionar destinos emergentes en el mercado global. Sin embargo, Bolívar aún enfrenta una subutilización de estas tecnologías, lo que limita su capacidad para atraer turistas y aprovechar al máximo su oferta cultural y natural.

Por lo tanto, este estudio se centra en la necesidad de innovar en la oferta turística de la provincia de Bolívar, integrando el uso de la TIC como un elemento clave para mejorar su competitividad. El diagnóstico de la situación turística actual de la provincia requiere ser actualizado, que permita evaluar la calidad de los servicios y la infraestructura.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo se puede establecer mecanismos de innovación de la oferta turística de la provincia de Bolívar?

1.3. Preguntas de investigación

¿Cuál es la situación actual de la actividad turística de la provincia de Bolívar?

¿Cómo se realizará el análisis funcional y financiero de la página web?

¿Cómo se estructuraría la página web turística de la provincia de Bolívar?

1.4. Justificación

Esta investigación pretende innovar la oferta turística de la provincia de Bolívar mediante el desarrollo de una página web que funcione como una plataforma esencial para la planificación y promoción turística de la provincia. Esta página web es una herramienta estratégica que no solo facilita el acceso a información actualizada y detallada sobre los atractivos y servicios turísticos, sino que también optimiza la gestión y el desarrollo turístico.

La importancia de esta página web radica en su capacidad para integrar y digitalizar los recursos turísticos más relevantes, lo que permitirá a los turistas acceder de manera más rápida y eficiente a la información para su visita, en la era tecnológica actual, contar con una plataforma digital que centralice la oferta turística es indispensable para mejorar la experiencia del visitante y fomentar la promoción del destino.

Este proyecto es relevante porque busca que la plataforma no solo cumpla con los estándares tecnológicos actuales, sino que ofrezca una experiencia completa

e interactiva, por lo cual al implementar funciones que mejoren la accesibilidad y la interacción del usuario, se espera que la página web sirva como un modelo de innovación en la promoción turística, adaptándose a las demandas de los turistas nacionales e internacionales.

La trascendencia de esta investigación se manifiesta en su contribución directa al aumento de la competitividad turística de la provincia de Bolívar, al mejorar su visibilidad en el mercado turístico, la provincia podrá posicionarse como un destino atractivo, lo que a su vez impulsa el desarrollo económico y social de la región. Además, la página web no solo beneficia a los turistas, sino que también será un recurso valioso para los actores locales, fortaleciendo la gobernanza y la sostenibilidad del sector turístico provincial.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Crear una página web turística innovadora de la provincia de Bolívar.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la actividad turística de la provincia de Bolívar.
- Realizar el análisis funcional y financiero de la página web.
- Estructurar la página web turística de la provincia de Bolívar.

1.6. Idea a defender

El diseño de una página web turística para la provincia de Bolívar facilitó el acceso a información completa sobre atractivos y sitios de interés en sus cantones. Esta plataforma proporciona detalles sobre experiencias únicas, opciones de alojamiento, servicios de alimentos, actividades recreativas y culturales, así como alternativas de transporte. Al mejorar la planificación de las visitas, la web fomenta la experiencia turística y contribuye al desarrollo económico y turístico de la región.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En este apartado se menciona algunas investigaciones, tesis, proyectos, artículos científicos ya existentes en referencia al tema, que son parte fundamental para el proceso del desarrollo del proyecto de investigación.

Dentro de los antecedente investigativos relevantes se toma el estudio de Vîlcea et al., (2024), en su trabajo titulado cuál es el papel de los sitios web en la promoción del enoturismo realizado en Rumania, donde menciona que el principal objetivo del artículo es evaluar la presencia en línea, el contenido informativo y su eficacia; tomando en cuenta tres fases principales que es recopilar información sobre las bodegas existentes en Rumania y crear una base de datos inicial; evaluar la información y seleccionar los sitios web, análisis de contenido de los sitios web para evaluar su usabilidad, funcionalidad y calidad del contenido en relación con la promoción. Este estudio utiliza una metodología de análisis de contenido y estadística descriptiva para analizar los sitios web de las bodegas rumanas en la cual concluye que 154 sitios web tienen carencias en diseño, marketing y educación, pese a la accesibilidad global de Internet.

De acuerdo a Vyas, (2019), en su investigación en India, se abordó el tema de evaluación de sitios web estatales de turismo utilizando herramientas de optimización de motores de búsqueda; en el que se abarcó distintos métodos como el análisis de datos, además utilizaron las siguientes siete herramientas SEO para analizar seis sitios web turísticos seleccionados: TrafficEstimate y búsqueda de Twitter, Google Trends, Alexa, SimilarWeb, SEMrus llegando a la conclusión de que

para gestionar sitios web de turismo, es importante comprender las palabras clave en la mente de los buscadores, los sitios web del departamento de turismo del gobierno son informativos pero no tan populares como los sitios web de turismo administrados de forma privada, como www.tripadvisor.com, etc.

El estudio de Soto (2024), que trata un artículo sobre la construcción de la persuasión en sitios web de promoción turística en el cual el objetivo es; explorar el uso de adjetivos con guiones dentro de sitios web promocionales de turismo. Este estudio ofrece datos cuantitativos y cualitativos que pueden ser potencialmente reveladores para la caracterización léxica del lenguaje promocional en el ámbito del turismo, y concluye que la comunicación se ve como una interacción social, y es crucial que los promotores comprendan las expectativas de los turistas.

Tomando la referencia de Ruiz (2019), en su investigación realizada en la provincia de Loja, titulada diseño de una página web para la promoción turística de los atractivos, en la que utiliza una metodología mixta ya que analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos, concluye que el desarrollo de la página web tiene como propósito dar a conocer los atractivos incluyendo en su diseño la planta turística, horario de transporte y brindar información detallada a los turistas nacionales y extranjeros.

A sí mismo en un estudio realizado en Cañar según Sucuzhañay (2023), titulado propuesta del diseño de una guía turística que contribuya a la promoción de la parroquia Taday, cantón Azogues, donde se empleó una metodología de tipo documental, descriptiva y de campo con un enfoque mixto con el método analítico inductivo concluye que; la guía es una herramienta esencial para la promoción turística de la parroquia Taday, ya que proporciona información detallada sobre sus

atracciones turísticas. Además, incluye aspectos atractivos para los visitantes, como un mapa turístico, tradiciones locales, gastronomía, flora y fauna, así como recomendaciones de lugares para comer y hospedarse.

De acuerdo a los autores Palma & Zambrano (2017), en su tema de la promoción turística basada en un sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar, tuvo como objetivo diseñar un plan de promoción turística utilizando un sitio web como herramienta para mejorar la visibilidad y desarrollo del cantón Bolívar. La metodología empleada incluyó la búsqueda de información bibliográfica, un diagnóstico turístico y situacional, encuestas a turistas y el diseño de un plan de promoción con estrategias específicas; concluye que el uso de un sitio web para la promoción del cantón incrementaría la demanda turística, favoreciendo así el desarrollo económico local.

En la investigación de Zambrano (2021), sobre el marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Cevallos, tuvo como finalidad diseñar un plan de marketing digital para reactivar el turismo en dicho cantón, afectado por la pandemia de COVID-19. Implementó una metodología que incluyó un diagnóstico situacional, encuestas a establecimientos turísticos y análisis de las herramientas digitales más eficaces, como redes sociales y plataformas web. Se concluyó que las estrategias digitales, especialmente en redes sociales como Facebook e Instagram, son clave para promocionar destinos turísticos y lograr la reactivación económica de la región.

Además, Chávez (2021), en su estudio de un plan de marketing turístico para reactivar la economía del cantón Guaranda, provincia Bolívar, donde su propósito es diseñar un plan de marketing turístico para impulsar la reactivación económica de

Guaranda. La metodología utilizada incluye encuestas a la población económicamente activa y entrevistas a actores clave del sector turístico, como establecimientos de hospedaje y el jefe del departamento de turismo. Se concluyó que, pese a contar con importantes atractivos naturales y culturales, la falta de un plan de marketing turístico había limitado el desarrollo económico de la región, por lo que se propusieron estrategias centradas en la promoción de sus recursos y la mejora de la oferta turística.

Finalmente, Chaguaro & Gonzáles (2016), en un estudio del cantón Guaranda, hace referencia a la reingeniería de la aplicación web del libro vivir en mi tierra de la parroquia Salinas, en la que usa un método inductivo analítico de campo concluye que; la aplicación web se dejó de usar por falta de un correcto mantenimiento, otra razón es porque estaba en un host gratuito y caducaba el tiempo de uso. Por medio de la reingeniería se ha logrado hacer un análisis de las causas por las cuales ya no se utiliza la aplicación web para desarrollar el proceso de reingeniería adecuada, en cambio se logró diseñar una nueva interfaz amigable, dinámica, con nuevas características.

2.2. Marco científico

En este apartado, se revisa y analiza las teorías, modelos y enfoques previos relacionados con el tema de investigación, lo que permite contextualizar el problema y justificar la relevancia del estudio. Este marco no solo guía el desarrollo del proyecto, sino que también proporciona un fundamento sólido para la interpretación de los resultados, asegurando que la investigación esté alineada con los conocimientos actuales y contribuya al avance del proyecto.

De este modo es importante empezar con la teoría del turismo según Ramírez (1992), en su libro de Teoría General de Turismo menciona que este es un fenómeno social de masas que se ha convertido en los últimos años, en un factor importante y básico de su economía. Por ende, la llamada industria sin chimeneas constituye hoy en día, para países como Suiza, Italia y España. Una de las actividades de mayor trascendencia para sus respectivas economías.

A continuación, se indica sobre la teoría del desarrollo turístico que "puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos" (Pearce, 1991, como se citó en Varisco, 2008, p. 61).

Así mismo, la teoría de desarrollo local nace de la necesidad de promover el desarrollo en zonas empobrecidas y que carecen de capacidad empresarial ya sea por razones históricas o por el estancamiento económico actual. Pero debemos enfatizar que es en estas áreas donde es más difícil integrar habilitadores racionalizados en el proceso de producción, porque el desarrollo llama al desarrollo y es en las áreas más dinámicas donde todos los tipos utilizan variables para lograr más energía (Barroso & Flores, 2010, pág. 67).

Por otro lado, la teoría de la competitividad turística es "la capacidad para incrementar el gasto turístico, para atraer visitantes de forma creciente, a la vez que se les proporciona experiencias satisfactorias y se realiza de una forma beneficiosa, mientras que se garantiza el bienestar de la población residente y se preserva el

capital natural del destino para las generaciones futuras" (Crouch y Ritchie, 1999, p. 23, como se citó en Serrano, et al., 2021).

Desde la perspectiva de la teoría de la innovación disruptiva propuesta por (Christensen C. M., 2011), se describe a las tecnologías cuyas aplicaciones afectan significativamente la forma en que funciona un mercado, indicando que cuando se presenta esta, la forma de actuar, conocimiento previo o tendencia mediante la estadística descriptiva no suele tener efecto (Hurtado, et al., 2021).

También la Innovación turística son los cambios en el producto, proceso, distribución, organización, los mercados y el mercadeo que contribuyen al producto agrupado que llamamos experiencia turística, que se ha sido introducido en un período de tiempo relevante que podría considerarse que corresponde al continúo invención-adopción y que proporciona un cambio significativo, desde el punto de vista del turista [...]. En consecuencia, una innovación turística no debe considerarse como innovación a menos y hasta que tenga un efecto, sin importar cuán remoto, en la experiencia de los turistas, por ejemplo, un precio más bajo debido a un aumento de la eficiencia, una reducción en el tiempo de espera (Volo, 2006, p. 79, como se citó en Castillo & Cruz, 2022).

El impacto de las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) es, probablemente, el que mayores cambios ha producido en el sector turístico en las últimas décadas. Todos los sectores económicos han experimentado cambios en su gestión derivados de las mejoras en el tratamiento de la información y del mayor conocimiento disponible sobre el que se toman sus decisiones estratégicas y operativas. También en el sector turístico, para el que la evolución de internet y de las TIC representa el factor de mayor relevancia en las últimas décadas, tanto desde

el punto de vista de la oferta como de la demanda (Giner, 2017, como se citó en Giner, et al., 2019, pág. 29).

A si mismo según Basagoiti (2015), una guía digital es, pues, una adaptación de la guía de viaje impresa al formato electrónico, legible en diversos dispositivos, y puede revestir diferentes formatos, en función del soporte o dispositivo electrónico utilizado para su lectura, y la información facilitada puede venir complementada con una serie de herramientas en línea, de utilidad para el viajero (pág. 12).

2.3. Marco conceptual

En este caso, se abordó las definiciones derivadas de la variable principal del estudio, las cuales servirán como guía para la investigación. Estas definiciones permitirán estructurar un marco conceptual que facilitó tanto la comprensión del objeto de estudio como el análisis del contexto en el que se desarrolla.

2.3.1. Atractivos culturales

Desde la perspectiva de Pibaque et al. (2022), como se citó en (García, 2017) los atractivos culturales son elementos en los cuales interviene o ha intervenido la acción humana donde se analiza que los atractivos culturales son una parte de las culturas ancestrales de un pueblo, con gran valor cultural, mismos que son protegidos en su estado y los atractivos naturales son aquellos creados por la naturaleza, sin la necesidad de la intervención humana (pág. 19).

2.3.2. Atractivos naturales

Se determinan como todos los elementos de la naturaleza con precisada atracción que ocasiona al sujeto a dejar su lugar de origen por un definido tiempo, con el propósito de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo

son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros (Pibaque et al., 2022, pág. 19).

2.3.3. Atractivos turísticos

"Es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio" (Ministerio de Turismo, 2018, pág. 33).

2.3.4. Demanda turística

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (Villasante, 2016).

2.3.5. Diagnóstico

Es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles (Rodríguez, 2007, pág. 2).

2.3.6. Guía turística

Es una publicación que permite promocionar el patrimonio turístico de una localidad. Es una expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación (impresa, disco compacto multimedia, Internet, etc.) que tiene como fin

esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar. (Sánchez, 2010, pág. 25).

2.3.7. Infraestructura

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas y, en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación (Varisco, Nulan, 2023, pág. 68).

2.3.8. Innovación

"La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes. Su objetivo es mejorarlos y crear nuevos sistemas que cubran más necesidades o lo hagan de forma más eficiente" (Peiró, 2024).

2.3.9. Inventarios de atractivos turísticos

Según el Ministerio de Turismo (2018) "El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional" (pág. 7).

2.3.10. Marketing turístico

El marketing turístico es una estrategia de marketing que utiliza un plan y una serie de técnicas y acciones específicas para promocionar productos y servicios turísticos, entre ellos: destinos, hoteles, servicios de transporte, aerolíneas, agencias de viaje, restaurantes y operadores turísticos. Su objetivo es promover la industria, atraer clientes y generar conciencia de marca (Moreno, 2023).

2.3.11. Mercado turístico

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interactuación, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (Socatelli, 2015, pág. 1)

2.3.12. Oferta turística

La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia (Naranjo & Martínez, 2022, pág. 1).

2.3.13. Página web

Un sitio web es un conjunto de páginas web que están conectadas entre sí y se encuentran alojadas en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet, que lo visite por medio de un navegador web. Se compone de diferentes tipos de contenido, como texto, imágenes, videos y elementos interactivos (Coppola, 2023).

2.3.14. Producto turístico

El producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que, de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (Ministerio de Turismo, 2019, pág. 4).

2.3.15. Publicidad

La publicidad es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial con un público de posibles consumidores. A través de recursos visuales, sonoros o textuales, la publicidad busca atraer y captar la atención de las audiencias y convencerlas de adquirir un producto o servicio (Santos, 2023).

2.3.16. Recursos turísticos

Conjunto de elementos sean naturales o culturales que poseen características sobresalientes, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (Ministerio de Turismo, 2019).

2.3.17. Sistema turístico

Según Socatelli (2015) "Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común y que para el caso del turismo son todos los elementos que intervienen para lograr satisfacer las motivaciones del turista" (pág. 1).

2.3.18. Superestructura

"Está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico" (Varisco, 2023, pág. 68).

2.3.19. Tics (Tecnologías de la información y comunicaciones)

Según Sánchez (2008), las "(Tecnologías de la información y comunicaciones) son las tecnologías que se necesitan para la gestión y

transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información″ (pág. 156).

2.3.20. Turismo

El concepto del turismo está íntimamente ligado con la definición de turista, por lo tanto, lo podemos entender como el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados (Ibáñez & Cabrera, 2011, pág. 32).

2.3.21. Turismo receptivo

Según Ibáñez& Cabrera (2011) el turismo receptivo, es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen (pág. 83).

2.4. Marco legal

Se toma en cuenta elementos normativos internacionales como el Código Orgánico Internacional para la Protección de los Turistas y normativas del Ecuador, que permitirán desarrollar esta investigación con el respectivo sustento legal que lo requiere. Para la elaboración de este trabajo, se han considerado diferentes artículos de la Constitución de la República del Ecuador, así como del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo y sus

reglamentos. Estos documentos sirven como base y regulan el enfoque de esta investigación. A continuación, se presentan los detalles correspondientes:

2.4.1. Código orgánico internacional para la protección de turistas

De acuerdo con el Código Internacional para la Protección de los Turistas, adoptado en 2022 mediante la resolución A/RES/732(XXIV) de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se establece un conjunto de principios y recomendaciones que regulan la protección de los turistas y la calidad de los servicios turísticos a nivel global, este código, en sus diversas disposiciones, promueve la seguridad, la asistencia en situaciones de emergencia y la protección de los derechos de los turistas, incluyendo el fomento del uso de servicios turísticos digitales.

En el Tercer capítulo, sobre principios sobre la protección de los turistas en los servicios turísticos digitales, en el apartado III, menciona:

1. **Entorno seguro para el turismo en línea**

Es necesario desarrollar un entorno de turismo en línea que sea justo, seguro, accesible, transparente y no discriminatorio. Este entorno debe respetar los derechos humanos, las libertades fundamentales y los derechos de los turistas, protegiéndolos contra abusos en plataformas digitales. Además, se debe garantizar la responsabilidad de los operadores turísticos y promover medidas para combatir contenidos ilícitos en línea.

2. Igualdad y no discriminación

Es necesario asegurar que las plataformas de turismo en línea y los servicios turísticos digitales sean accesibles y fáciles de usar, permitiendo la participación de los turistas en igualdad de condiciones y sin discriminación. Se deben considerar las

necesidades de los turistas vulnerables que podrían enfrentar dificultades para acceder y utilizar estos servicios.

3. Transparencia y justicia

Es fundamental que las plataformas de turismo en línea y los servicios turísticos digitales presenten de forma clara, transparente y comprensible toda la información necesaria para un uso seguro y responsable. Esto incluye tarifas, costos finales, políticas de reclamación y términos justos. Los turistas deben poder verificar la exactitud de la información y, en el caso de publicidad, esta debe ser claramente identificable, incluyendo quién está detrás de ella.

4. Protección de datos

Es necesario prohibir el almacenamiento o difusión de datos fraudulentos, falsos o inapropiados, y garantizar un tratamiento legal, justo y transparente de los datos personales de los turistas, respetando la legislación de protección de datos. Las plataformas de turismo en línea deben incluir claramente los derechos del usuario y especificar quién y cómo se gestionan los datos personales, asegurando la privacidad de los turistas.

2.4.2. Constitución de la República del Ecuador 2008

Según el Decreto Legislativo 0, publicado en el Registro Oficial 449 el 20 de octubre de 2008 y modificado el 25 de enero de 2021, el capítulo primero sobre principios fundamentales establece lo siguiente:

Art. 1.-El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

En el Art. 3.-se menciona los deberes primordiales del Estado:

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.

Art. 379.- "Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

3. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay.

2.4.3. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

De acuerdo con la COOTAD (2010), mediante la Ley 0, publicada en el Registro Oficial Suplemento 303 el 19 de octubre de 2010 y con su última modificación el 21 de abril de 2020, el capítulo IV, sección primera, sobre naturaleza jurídica, sede y funciones de los distintos niveles de gobierno a nivel parroquial, establece lo siguiente:

Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados. - Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable;

e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

Art. 64.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

Art. 144.- Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural. - Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines.

2.4.4. Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo

Publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 525 el 25 de marzo de 2024, la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo establece un marco normativo destinado a regular, promover y desarrollar el sector turístico en Ecuador. Su última modificación, registrada en el Suplemento del Registro Oficial No. 52 en la misma fecha, incorpora disposiciones que incentivan la innovación en la oferta turística y fomentan el empleo en esta industria.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 5.- Actividades turísticas. - Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de una o más de las siguientes actividades:

1. Alojamiento;

2. Alimentos, bebidas y entretenimiento;

3. Agenciamiento turístico;

4. Transporte turístico;

5. Organizadores de eventos, congresos y convenciones, reuniones, incentivos, conferencias, ferias y exhibiciones;

6. Centros de convenciones, salas de recepciones y salas de banquetes;

7. Guianza turística;

8. Centros de turismo comunitario;

9. Parques temáticos y atracciones estables; y,

10. Balnearios, termas y centros de recreación turística.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Nota: Capítulo y artículo agregados por artículo 9 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 525 de 25 de marzo del 2024.

Art. (...). - De las Modalidades Turísticas. - La Autoridad Nacional de Turismo, establecerá y reglamentará mediante Acuerdo Ministerial las modalidades turísticas, entre otras: Ecoturismo; Turismo Rural; Turismo de Aventura; Avistamiento de Ballenas y fauna marina; Observación de aves; Turismo Accesible e Inclusivo; otras que considere. Para el efecto, emitirá las normas para cada una de ellas, de acuerdo a la clasificación internacional de la Organización Mundial de Turismo, y siempre que, las modalidades puedan ser desarrolladas en el país contando con infraestructura y todos los elementos de seguridad para el turista.

2.5. Marco georreferencial

Para el desarrollo de este trabajo, es esencial determinar el contexto en el que se encuentra la investigación, lo que implica definir y delimitar el área de estudio, así como ofrecer información clave sobre su ubicación y las características más relevantes de la población.

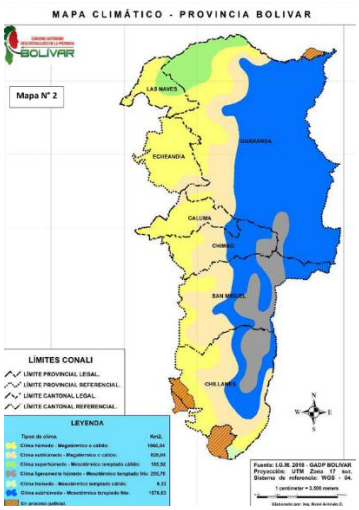
2.5.1. Descripción de la provincia

La Provincia de Bolívar, ubicada en el centro del Ecuador en la región interandina, tiene coordenadas UTM WGS84 X: 710399; Y: 9823314, abarca un área de 3.956,92 km². Su capital es Guaranda, la ciudad más grande y poblada de la provincia, según el Consejo Nacional de Límites (CONALI). Bolívar limita al norte

con Cotopaxi y Tungurahua, al sur con Guayas, al oeste con Los Ríos y al este con Chimborazo (Gad Bolívar , 2021 - 2025).

2.5.2. Mapa de la provincia.

Ilustración 1: *Mapa Climático de la provincia de Bolívar*



Nota. Representa al mapa climático de la provincia de Bolívar con sus cantones y parroquias urbanas y rurales, adaptado de (Gad Bolívar , 2021 - 2025).

2.5.3. Datos generales de la provincia

2.5.3.1. Población

En el territorio bolivarense habitan 199.078 personas según el último censo nacional (INEC, 2022), está constituida por siete (7) cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales.

A continuación, se muestra una tabla con sus parroquias. –

Tabla 1: *División política provincia Bolívar*

DIVISION POLITICA PROVINCIA BOLÍVAR		
CANTON	**PARROQUIA**	**EXTENSION KM2**
GUARANDA	FACUNDO VELA	117.76
	GUARANDA	508.07
	JULIO MORENO	83.29
	SALINAS	465.79
	SAN LORENZO	91.68
	SAN LUIS DE PAMBIL	187.91
	SAN SIMON	83.14
	SANTA FE	25.99
	SIMIATUG	296.54
	TOTAL	**1.860.17**
CHIMBO	LA ASUNCION	34.90
	MAGDALENA	43.56
	CHIMBO	14.67
	SAN SEBASTIAN	10.57
	TELIMBELA	166.14
	TOTAL	**269.84**
SAN MIGUEL	BALSAPAMBA	113.98
	BILOVAN	139.01
	REGULO DE MORA	84.65
	SAN MIGUEL	93.84
	SAN PABLO	76.12
	SAN VICENTE	28.42
	SANTIAGO	50.00
	TOTAL	586.02
CHILLANES	CHILLANES	420.61
	SAN JOSE DEL TAMBO	249.57

	TOTAL	670.18
CALUMA	CALUMA	175.55
	TOTAL	175.55
ECHEANDIA	ECHEANDIA	244.93
	TOTAL	244.93
LAS NAVES	LAS NAVES	150.23
	TOTAL	150.23
	TOTAL	3.956,92

Nota. Se muestra los 7 cantones de la provincia de Bolívar con sus parroquias, adaptado de (Gad Bolívar , 2021 - 2025, pág. 10).

2.5.3.2.Clima

El clima que predomina en la provincia es el mesotérmico templado frio con una extensión de territorio de 1.576,83 km2 que equivale al 39.85%, considerado como clima subhúmedo con pequeño déficit de agua (Gad Bolívar , 2021 - 2025, pág. 23).

2.5.3.3.Temperatura

En la provincia de Bolívar, las temperaturas varían desde -1ºC en las zonas glaciales, como la Reserva Faunística Chimborazo, hasta los 26ºC en las zonas bajas de la provincia, donde predomina un clima cálido tropical. En los 7 cantones de la provincia, especialmente en las áreas de menor altitud, las temperaturas oscilan entre los 17ºC y los 26ºC, reflejando una amplia diversidad climática desde el frío de los páramos hasta el calor de las zonas bajas (Gad Bolívar , 2021 - 2025, pág. 24).

2.5.3.4.Hidrografía

La provincia de Bolívar cuenta con abundantes recursos hídricos que desempeñan funciones clave en diversos ámbitos, como el consumo, riego, actividades agropecuarias, industriales y turísticas, así como en la generación de

electricidad. El sistema hidrográfico de la provincia es parte vital de la cuenca del río Guayas, aportando entre el 30% y 40% de los 36.572 m³ anuales que recibe el río Guayas. Está compuesto por tres subcuencas principales: la subcuenca del río Yaguachi, que ocupa el 28,81% del territorio; la subcuenca del río Babahoyo, que cubre el 70,15%; y la subcuenca del río Júan, que representa el 1,01%. Además, existen otras subcuencas menores, como la del río Chambo y la del río Patate. Todos estos ríos convergen para formar el sistema del río Guayas, crucial para el suministro de agua en la región (Gad Bolívar , 2021 - 2025, págs. 18-20).

2.5.3.5.Actividades económicas

La economía de la provincia de Bolívar abarca diversos sectores productivos; en el sector primario destacan la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y la explotación de minas. En el sector secundario incluye industrias manufactureras, generación de energía, distribución de agua y alcantarillado, y construcción y; en el sector terciario, se destacan el comercio, transporte, alojamiento, servicios de comidas, información y comunicación, así como actividades financieras, inmobiliarias, educativas, de salud, arte y entretenimiento, y servicios administrativos (Gad Bolívar , 2021 - 2025, págs. 118-121).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio, se establecerá los tipos de investigación, enfoques, métodos, técnicas y herramientas apropiadas para la recolección de datos, asegurando un proceso investigativo sistemático y confiable; estas metodologías permitirán analizar y obtener conclusiones válidas.

3.5. Tipos de investigación

El presente trabajo investigativo comprende distintos tipos de investigación; en función del propósito es básica, por su nivel de profundidad descriptiva, de acuerdo al diseño es documental y de campo, así mismo es del tipo no experimental en el que según el período temporal en el que se realiza es Transversal.

Por ello una investigación Básica busca nuevos conocimientos sobre fenómenos y hechos observables sin un fin práctico inmediato (OECD, 2015). La presente investigación es básica debido a que abarca temas como el turismo, innovación turística, competitividad, la guía digital turística y otros.

Además de acuerdo al nivel de profundidad es descriptiva porque se centra en narrar un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el objetivo de identificar su estructura o comportamiento donde los resultados obtenidos ofrecen un nivel intermedio de profundidad en el conocimiento (Arias, 2012), Por ende se realizó un diagnóstico turístico, recopilando información sobre la población, atractivos naturales y culturales, y la planta turística, para seleccionar los lugares más relevantes que se incluirán en la página web.

Por otro lado, la investigación documental se basa en la búsqueda, análisis y crítica de datos secundarios de diversas fuentes para generar nuevos conocimientos.

En cuanto a, la investigación de campo recolecta datos directamente de la realidad sin manipular variables, siendo una investigación no experimental. (Arias, 2012, págs. 27-31). En este caso se empleó el diseño documental, buscando información relevante en fuentes como el Ministerio de Turismo, catastros turísticos, inventarios, categorizaciones, GADs, y estudios previos. La investigación de campo incluyó salidas de observación a los cantones de Bolívar para recopilar información detallada como fotografías, localización y gastronomía.

La investigación no experimental se caracteriza por no manipular ni controlar las variables que se estudian, donde el investigador se limita a observar los fenómenos en su entorno natural (Pérez, 2023), en este caso es no experimental porque se diagnosticó la actividad turística, se realizó el análisis funcional y financiero, en cuanto a la oferta se implementó mecanismos a través de un sitio web que pueda mejorar su visibilidad y accesibilidad, sin alterar las condiciones de los actores involucrados o los servicios ofrecidos.

Finalmente, el estudio transversal es un tipo de investigación observacional que analiza diferentes variables en una población muestra durante un periodo de tiempo determinado, su objetivo es examinar dichas variables y obtener conclusiones sobre su comportamiento (Morales, 2020), de esta forma se analizó variables relacionadas con la oferta turística y la implementación del sitio web, los costos y funcionalidades que la misma abarca.

3.6. Enfoque de la investigación

El enfoque cualitativo busca entender los significados y acciones de los individuos en su contexto social, explicando los hechos mediante la interpretación de la realidad y analizando cómo las personas comprenden su entorno, y proporciona

herramientas para describir, explicar y predecir la compleja realidad social (Piña, 2023).

De este modo el enfoque cualitativo permitió explorar y comprender a profundidad la situación actual de la actividad turística, a través del diagnóstico, se analizó percepciones y experiencias de los actores locales, lo que exige una interpretación detallada de la realidad social y cultural. Así mismo en el análisis funcional se identificó las funcionalidades del sitio web en base a las expectativas de los usuarios. Además, la estructuración del sitio web reflejó la identidad de Bolívar, integrando elementos culturales y sociales relevantes; este enfoque es ideal para interpretar y aplicar estos aspectos, asegurando que la página web sea representativa y funcional mediante entrevistas y observaciones.

3.7. Métodos de la investigación

El método inductivo es un enfoque utilizado en la investigación que parte de lo general a lo especifico y se basa en la recolección de datos empíricos, organizando la información para identificar patrones y regularidades. En cambio, el método deductivo parte de una premisa general para llegar a una conclusión especifica, en el cual este enfoque es estructurado y riguroso, comúnmente utilizado en disciplinas como las matemáticas, la lógica y la filosofía, donde se sigue un conjunto definido de reglas para garantizar la validez del razonamiento (Suárez, 2024).

En este contexto se utilizó una combinación de ambos métodos, el inductivo para analizar la situación actual y las necesidades de la provincia, y el deductivo para aplicar modelos de innovación turística en el diseño y análisis funcional de la página web.

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos son esenciales para obtener una visión precisa de la situación actual y las oportunidades de mejora, pues permitió recopilar información valiosa tanto de fuentes primarias como secundarias, facilitando el análisis de las necesidades, preferencias y percepciones de los actores turísticos locales. Además, el uso adecuado de entrevistas y la observación directa contribuyo a diseñar una página web que impulse la visibilidad del destino, pues es necesario explicar cada uno de ellos.

Entonces las fuentes primarias son aquellas que proporcionan información original, es decir, de primera mano, resultan de ideas, conceptos, teorías y hallazgos de investigaciones, y presentan información directa, sin haber sido interpretada o evaluada por terceros; y son producidas por los actores directamente involucrados en los hechos, por ejemplo: documentos oficiales, diarios, cartas, grabaciones de audio, entrevistas, encuestas, observación directa entre otros (Maranto & González, 2015).

Un punto importante para obtener fuentes primarias es el trabajo de campo que consiste en la recolección sistemática de información sobre un fenómeno específico, realizada directamente en el lugar donde ocurre y puede aplicarse a diversas áreas de estudio. Un aspecto clave del es la investigación in situ, donde los investigadores se desplazan desde su entorno habitual (laboratorio u oficina) al sitio donde el fenómeno ocurre naturalmente (Ibarretxe, 2022).

Una de las técnicas de este tipo de fuentes es la entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Además, es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo

coloquial; siendo así una comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto (Díaz et al, 2013).

Como también la observación directa es un método de recopilación de datos que se enfoca en estudiar a un individuo, fenómeno o situación específica, se caracteriza porque el investigador se encuentra en el lugar en el que se desarrolla el hecho sin intervenir ni alterar el ambiente, o de lo contrario los datos obtenidos no serían válidos (Cajal, 2020).

Para obtener información es imprescindible el uso de las fuentes secundarias, pues consisten en información primaria que ha sido organizada y reinterpretada para facilitar su acceso; habitualmente, se basan en datos ya elaborados, como los obtenidos de anuarios estadísticos, internet, medios de comunicación, bases de datos utilizados con otros propósitos, así como artículos y documentos (Miranda & Acosta, 2009).

Una técnica fundamental dentro de las fuentes secundarias es la revisión bibliográfica puesto que es un "análisis exhaustivo de la literatura, la investigación y las publicaciones académicas disponibles que son relevantes para un tema o una pregunta de investigación concretos, ayuda a los investigadores a identificar las teorías, metodologías y enfoques pertinentes utilizados en estudios anteriores" (Abreu, 2023).

Para este proyecto de investigación es pertinente mencionar las técnicas e instrumentos por cada objetivo específico. –

Para llevar a cabo el primer objetivo que es realizar el diagnóstico de la actividad turística en la provincia de Bolívar, se empleó una revisión bibliográfica

basada en fuentes oficiales, como catastros turísticos, planes de desarrollo provincial y documentos del Ministerio de Turismo; esta técnica permitió obtener una visión clara sobre la infraestructura y los servicios turísticos actuales. Como también se estudió la literatura existente, incluidas investigaciones previas, artículos científicos y reportes gubernamentales, para comprender mejor el contexto y las condiciones del turismo en Bolívar. Los instrumentos utilizados para este objetivo se incluyeron fichas documentales, que sirvieron para registrar y sistematizar la información relevante extraída de las fuentes documentales, permitiendo organizar los datos según categorías clave como infraestructura, atractivos turísticos y servicios.

Dentro del segundo objetivo que implica analizar las funcionalidades y los costos asociados a la creación de una página web, se ejecutó la revisión bibliográfica, el check list y entrevistas, en este caso la revisión permitió estudiar modelos exitosos de páginas turísticas a nivel nacional e internacional, identificando mejores prácticas en diseño, funcionalidades y costos. Las entrevistas con expertos en desarrollo web, profesionales del turismo y actores locales permitió tener una comprensión más profunda de las expectativas y necesidades del sitio web. Los instrumentos que se incluyeron son las fichas documentales, donde se registró la información relevante, además, se utilizó un guion de entrevista estructurada, diseñada específicamente para dirigir las conversaciones hacia aspectos técnicos y financieros, tales como costos de implementación, mantenimiento y funcionalidad del sitio.

Para el tercer objetivo que es estructurar la página web que refleje la identidad turística de la provincia, se aplicó técnicas de observación directa y desarrollo web mediante prototipado, así mismo la observación permitirá registrar características de los lugares turísticos durante visitas de campo, destacando

elementos clave para el sitio web. Por lo tanto, el prototipado, a través de Google Sites, facilitó la creación de versiones preliminares del sitio, permitiendo recoger retroalimentación de usuarios y hacer ajustes visuales y funcionales. Los instrumentos empleados en esta fase incluirán fichas de observación, que registraron las características de los lugares turísticos observados, fotografías, y Google Sites, que servirá como la plataforma para el desarrollo del sitio web y un check list que permita verificar que el sitio web esté óptimo.

En conjunto, estas técnicas e instrumentos de recolección de datos garantizaron la obtención de información precisa y relevante, contribuyendo al objetivo general de innovar la oferta turística en la provincia de Bolívar a través de una página web eficiente y alineada con las necesidades del sector.

3.9. Universo, Población y Muestra

En este estudio sobre la innovación de la oferta turística en la provincia de Bolívar, el universo incluye a todos los actores clave del sector turístico, como prestadores de servicios, autoridades locales y visitantes. La población se enfoca en operadores turísticos, hoteles, restaurantes y organizaciones vinculadas al turismo. De esta población se seleccionó una muestra representativa de actores locales y expertos para obtener información sobre las oportunidades de innovación en la oferta turística de la provincia, donde se utilizó el muestreo por Bola de nieve en la que se identificó actores clave.

3.10. Procesamiento de la información

Una vez recolectada la información mediante las técnicas e instrumentos planteados para el proyecto de innovación turística en la provincia de Bolívar, la información se organizó de la siguiente manera:

Los datos obtenidos en la entrevista se transcribirán en un documento de Word, destacando la información clave sobre la funcionalidad y costos asociados a la página web, así como las opiniones sobre la situación turística actual de la provincia.

La información recopilada en las fichas de observación sobre los atractivos turísticos durante las visitas de campo se clasificó según las fichas de caracterización, enfocándose en los elementos a destacar en la página web.

Para el prototipado se utilizó Google Sites y Adobe Ilustrador, en la que se desarrolló versiones preliminares del sitio web y sus elementos visuales, integrando la información más relevante y ajustando con base en la retroalimentación obtenida.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se presentan y analizan los resultados obtenidos en función de los objetivos específicos de la investigación, orientados al cumplimiento del objetivo general, pues se aborda el diagnóstico de la actividad turística actual, el análisis funcional y financiero, y la estructuración del sitio web, destacando las oportunidades y desafíos para fortalecer la oferta turística de la provincia.

4.5. Situación actual de la actividad turística de la provincia de Bolívar

El diagnóstico de la situación actual de la actividad turística en la provincia de Bolívar es un paso fundamental para comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y desafíos que enfrenta este territorio en su desarrollo turístico. Este análisis permite evaluar el sistema turístico tanto la oferta, la infraestructura, superestructura, los servicios, la conectividad, la demanda, los recursos naturales y culturales.

4.5.1. Oferta turística de la provincia de Bolívar

La provincia de Bolívar, ubicada en el corazón de Ecuador, se caracteriza por su rica diversidad turística, que combina atractivos naturales, culturales y gastronómicos. Está conformada por siete cantones: Guaranda, Chimbo, Echeandía, Caluma, San Miguel, Las Naves, y Chillanes, cada uno con una oferta única que incluye alojamientos, establecimientos de alimentos y bebidas, parques de atracciones, centros de turismo comunitario y servicios especializados como agencias

de viajes y organizadores de eventos. A continuación, se presenta un resumen detallado de la oferta turística de cada cantón, destacando su contribución al desarrollo del turismo en la región.

4.5.1.1.**Cantón Guaranda**

4.5.1.1.1. Atractivos turísticos

Para el caso de estudio se tomó en cuenta los atractivos con mayor jerarquía en este caso el cantón Guaranda, ubicado en la provincia de Bolívar, cuenta con una diversidad de atractivos turísticos jerarquizados en los niveles II y III, que destacan por su riqueza natural, cultural e histórica, estos sitios representan un gran potencial para fortalecer el turismo y posicionar al cantón como un destino de referencia en la región. Sin embargo, la evaluación técnica de los atractivos turísticos del cantón Guaranda refleja un desarrollo medio, con una puntuación en el rango de 36-60 y de 61-85 sobre 100. Cabe mencionar que la información se obtiene de las practicas preprofesionales realizadas tanto en el Mintur y oficina técnica de turismo de Guaranda.

De este modo entre los puntos fuertes se encuentran la riqueza cultural de sus tradiciones y la conservación de los sitios naturales, así como la posibilidad de realizar actividades recreativas y de ecoturismo. No obstante, las principales debilidades radican en la insuficiente infraestructura turística, la limitada promoción de los atractivos, y la carencia de un sistema formal de registro de visitantes. Además, se evidencian carencias en la formación del personal turístico y en la implementación de políticas de regulación específicas para el sector. Por ello es fundamental integrar los atractivos en los planes de ordenamiento territorial, lo que

permitirá maximizar su aprovechamiento, asegurar su conservación y aumentar su competitividad como destino turístico**.**

Tabla 2: *Atractivos turísticos del cantón Guaranda*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Vertientes de Aguas Sal	Atractivos Naturales	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	Salinas	II
2	Quindimucho	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña	Salinas	II
3	Farallones de Tiagua	Atractivos Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cueva o Caverna	Salinas	II
4	Bosque protector Peña Blanca	Atractivos Naturales	Bosques	Páramo	Salinas	II
5	Iglesia central Virgen del Rosario	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	Julio Moreno	II
6	Centro histórico de Guaranda	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	Guaranda	III
7	Centro cultural Indio Guaranga	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	Guaranda	II
8	Museo de la Guitarra	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	Guaranda	III
9	Carnaval de Guaranda	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Guaranda	III
10	Fiesta San Pedro de Guanujo	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Guaranda	II
11	Reserva de producción faunística de Chimborazo	Atractivos Naturales	Bosques	Páramo	Guanujo	III
12	Mirador el Gavilán	Atractivos naturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Salinas	II
13	Bosque protector Piedra Blanca	Atractivos naturales	Bosques	Montano Bajo	San Luis de Pambil	II

Nota. Se muestran los atractivos tanto naturales y culturales del cantón Guaranda, tomado del inventario de atractivos de la provincia de Bolívar.

4.5.1.1.2. Planta turística del cantón Guaranda

El cantón Guaranda es el centro turístico más destacado de la provincia de Bolívar, gracias a su amplia variedad de servicios y atractivos. Cuenta con 16 alojamientos, que incluyen hoteles, hostales y otros establecimientos preparados para recibir a los visitantes con comodidad. Además, posee 40 establecimientos de alimentos y bebidas, entre los que se encuentran restaurantes, cafeterías, bares y discotecas, ofreciendo una diversidad gastronómica y opciones de entretenimiento nocturno. En cuanto a recreación, Guaranda tiene 1 parque de atracciones estable, que es ideal para el disfrute familiar. También se resalta la presencia de 1 centro de turismo comunitario, promoviendo actividades sostenibles y vivencias culturales en armonía con las comunidades locales. Finalmente, el cantón alberga 7 empresas de operación e intermediación, como agencias de viajes y operadores turísticos, que facilitan recorridos organizados y experiencias personalizadas.

Tabla 3: *Alojamientos del cantón Guaranda*

N.	Nombre comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo de parroquia	Dirección	Teléfono principal
1	Balcón cuencano	Hostal	1 estrella	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Sucre, Olmedo, 805	032551039
2	Peñaloza	Hostal	1 estrella	San Luis de pambil	Rural	Abel Torres Oleas, La Union, s/n	
3	Hotel marqués	Hotel	2 estrellas	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Eloy Alfaro, 10 de Agosto, Sn	032981101
4	Hotel san Luis	Hotel	2 estrellas	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	10 de Agosto, Antonio Ante, Sn	0999350154
5	Hotel san Rafael	Hotel	2 estrellas	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	9 de Abril, Azuay, 607	0980270950
6	La Rustica hotel	Hotel	2 estrellas	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Panamericana Sur, Guarango, Sn	032981506
7	El Ángel	Hotel	2 estrellas	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Km. 1,2 Vía a Vinchoa, Vía Riobamba, s/n	032225075
8	Santa Fe	Hostal	1 estrella	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	10 de Agosto, 9 de Abril, 804	0995168451
9	7 Colinas	Hostal	1 estrella	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av Alfredo Noboa Montenegro, Barrio La Primavera, Km 2 Vía Ambato, Sn	0993082825
10	Hostal spa oasis	Hostal	1 estrella	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	General Enríquez, García Moreno, Sn	0990761386
11	Spa D' Sol	Hostal	1 estrella	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av. Cándido Rada, Escalinata Pastaza, 313	0993574352
12	Gran hotel palacio real	Hotel	2 estrellas	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	García Moreno, 7 de Mayo, Sn	0988264353
13	Sumak Samyra	Hostal	1 estrella	Guanujo	Urbana	Av. Padre Leónidas Proaño, V 5, Sn	0990354987
14	Hostal la rueda	Hostal	1 estrella	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av. Caracas, Roberto Arregui, S	032552241

15	Kachi Yaku	Hostal	1 estrella	Salinas	Rural	El Salinerito, Los Puruhás, 1	0992401454
16	La minga	Hostal	1 estrella	Salinas	Rural	Guayamas, Salinerito, Sn	0986267586

Nota. Se muestra los distintos alojamientos del cantón Guaranda, tanto su categoría y ubicación tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 4: *Alimentos y bebidas del cantón Guaranda*

N.	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo de Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Barrio caliente	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	10 de agosto, pichincha, sn	32981373
2	Café galería 7 santos	Cafetería	(1) una taza	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Convención de 1884, 10 de agosto, 921	32550943
3	Su santa e	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	10 de agosto, 9 de abril, 802	032550299
4	La terraza d-b producciones	Discoteca	(1) una copa	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Azuay, antigua Colombia, 068	989603372
5	Listo el pollo	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	9 de abril, García Moreno, sn	0988239370
6	La estancia	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av. Gral Enríquez, c. Olmedo, s/n	999613407
7	La bohemia	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Convención de 1884, 10 de agosto, 1001	980741437
8	Señora pizza	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av. General Enríquez, av. Cándido Rada, 526	991696400
9	Señora pizza	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av. General Enríquez, av. Cándido Rada, 526	991696400
10	La Casa de Mama	Restaurante	(1) un tenedor	Guanujo	Urbana	Panamericana norte, Felisa Eguez, sn	0994094256
11	Jack daniel's	Bar	(1) una copa	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Espejo, sucre, sn	0999338689
12	Rock'n food	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Selva alegre, sucre, 502	0987158518

13	El Taller, espacio creativo	Cafetería	(1) una taza	Ángel Polibio Chávez	Urbana	10 de agosto, coronel García, 106	0995163345
14	Restaurante marisquería la Perla	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Elisa Marino de Carvajal, sasaur, sn	0981047924
15	Il cortile pizzería	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Selva alegre, convención de 1884, 604	0991993659
16	Don Florentino	Cafetería	(1) una taza	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Olmedo, 9 de abril, 903	
17	Alkahueka	Cafetería	(1) una taza	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Cleotilde Montenegro, césar a. Saltos, n/a	0996003321
18	Rawa cocina fusión	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	García Moreno, pichincha, s/n	0997862046
19	Mis abuelos	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Sucre, Azuay, 415	0998889854
20	Sweet Tomasito	Cafetería	(1) una taza	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Azuay, 9 de abril, 711	995453295
21	Pizzería di florentino	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	García Moreno, 7 de mayo, 519	0994555898
22	Paraíso de las frutas y algo mas	Cafetería	(1) una taza	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Sucre y García Moreno	
23	Panchito's comida rápida	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	General Salazar, sucre, 308	0981420635
24	La rocka retro club bar	Bar	(1) una copa	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Pichincha, García Moreno, 609	0980600779
25	Sugar - the sweet lab	Cafetería	(1) una taza	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Salinas, Azuay, sn	32206327
26	The fifties	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Pichincha, entre García Moreno y 10 de ag, 26300	0962963364

27	Delicias del negro	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av.dr. Humberto del pozo saltos, Eduardo Dávila, s/n	0963431247
28	Folk	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	General Enríquez, García Moreno, s/n	0989571661
29	Blues restobar	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Realidad bolivarense, vía principal, sn	0989571661
30	Cafeteria art late	Cafetería	(1) una taza	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Siete de mayo, 10 de agosto, 417	982205578
31	Casa nostra	Restaurante	(1) un tenedor	Salinas	Rural	El salinerito, guayamas, n 2-4	0997230577
32	Dtodito	Discoteca	(1) una copa	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Convención de 1884, olmedo, sn	0963468394
33	Chorigol	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	García Moreno, sucre y pichincha	981674636
34	Shot's bar discotec	Discoteca	(1) una copa	Guanujo	Urbana	Simón Bolívar, Benedicto González, sn	0997685567
35	Chimborazo rey group s.a.s	Restaurante	(2) dos tenedores	Guanujo	Urbana	Panamericana norte km 29, via Ambato, sn	0991744102
36	Yes- factory	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	General Enríquez, Azuay, 308	994220701
37	Bar 7 sacos	Bar	(1) una copa	Guanujo	Urbana	Juan José flores, Luis gavilanes y Manuel Paliz, s/n	0989746491
38	Ortiz catering y eventos	Servicio de catering	Categoría única	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana		
39	Parrilladas y pizzería la casa del gaucho	Restaurante	(1) un tenedor	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Av Alfredo Noboa, no hay, s/n	0981310781
40	Pizzería buon giorno	Restaurante	(1) un tenedor	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Sucre, García Moreno, sn	0995017536

Nota. Se muestra los distintos establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Guaranda, tanto su categoría y ubicación tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 5: *Operación e intermediación del cantón Guaranda*

N.	Nombre comercial	Clasificación	Parroquia	Tipo de parroquia	Dirección	Teléfono principal
1	Curiquingue tour	Agencia de viajes dual	Santa fe	Rural	Simón Bolívar, via caluma, sn	0969923218
2	Farallones tours	Operador turístico	Salinas	Rural	Matiavi, tomavela	990615582
3	Chimborazo Rey Group	Operador turístico	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Pasaje Vinicio Noboa, av. Humberto del Pozo Saltos, casa s	0968596592
4	Salinas sabores y paisajes	Operador turístico	Salinas	Rural	Samilagua, entre el salinerito y los toma, s-n	0990372249
5	Taita Chimborazo tours	Agencia de viajes dual	Ángel Polibio Chávez	Urbana	Convención 1884, Manuela Cañizares, s/n	0995446803
6	Colibry S.A.S	Operador turístico	Guanujo	Urbana	Via a las cochas, s/n, s/n	0986175235
7	Runandes Ecuador	Operador turístico	Salinas	Rural	Jose Dubach, guayamas, sn	0995017536

Nota. Se muestra los establecimientos dedicados a la operación e intermediación turística del cantón Guaranda, tanto su categoría y ubicación tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 6: *Centros de turismo comunitario*

N.	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Matiavi Salinas	centros de turismo comunitario	Categoría Única	Salinas	Rural	Similagua, el salinerito, n/a	0997871260

Nota. Se muestra los centros de turismo comunitario del cantón Guaranda, tanto su categoría y ubicación tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 7: *Parques de atracciones estables*

N.	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Lago las cochas	Balneario	Categoría Única	Gabriel Ignacio Veintimilla	Urbana	Parroquia Guanujo lago las cochas ,	0989084110

Nota. Se muestra los parques de atracciones estables del cantón Guaranda, tanto su categoría y ubicación tomado del catastro turístico nacional.

4.5.1.1.3. Situación actual de la infraestructura del cantón Guaranda

En infraestructura en referencia al sistema de energía eléctrica el cantón cubre las necesidades básicas, aunque no se especifica la cobertura exacta entre las áreas urbanas y rurales, pero es fundamental mejorar la infraestructura eléctrica en las zonas más alejadas, ya que estas suelen presentar mayor vulnerabilidad debido a limitaciones logísticas y técnicas. En cuanto al abastecimiento del agua potable, el 90% de la población urbana cuenta con acceso al servicio, con una calidad del agua del 98% apta para el consumo humano. Sin embargo, en las áreas rurales y periurbanas, la situación es crítica: la cobertura es baja y el 90% de las fuentes de agua no cumplen con estándares para consumo humano. En la actualidad, se están desarrollando intervenciones en algunas parroquias rurales como Simiatug y San Luis de Pambil, donde se implementarán sistemas de agua potable y alcantarillado (Gad cantonal Guaranda, 2020).

Por otro lado, en base al sistema educativo cuenta con infraestructura tanto en áreas urbanas como rurales, pero presenta desigualdades significativas, pue en las zonas rurales, el acceso y la calidad de la educación son limitados, lo que se traduce en tasas más altas de analfabetismo y menor permanencia en el sistema escolar. La conectividad digital es otro desafío importante, aunque se han registrado avances en las áreas urbanas, la cobertura de internet en las zonas rurales sigue siendo insuficiente, lo que afecta negativamente la educación, la comunicación y el acceso a servicios básicos modernos.

En términos de viabilidad y movilidad, Guaranda cuenta con una red vial funcional, aunque presenta limitaciones en las zonas rurales de difícil acceso, por ende, es necesario priorizar intervenciones en infraestructura vial para mejorar la

movilidad y facilitar el transporte de bienes y servicios hacia estas áreas, lo que a su vez contribuiría al desarrollo económico y social del cantón.

4.5.1.1.4. Gobernanza y superestructura turística

En cuanto a la gobernanza y superestructura turística, Guaranda cuenta con un especialista en turismo en la oficina técnica sin embargo se reconocen esfuerzos mínimos del municipio para fomentar el desarrollo territorial, incluyendo posiblemente iniciativas turísticas. Además, el cantón tiene un alto potencial turístico basado en su patrimonio cultural tangible e intangible, que podría ser mejor aprovechado mediante una planificación estratégica adecuada. Es importante que como cantón y capital de la provincia de Bolívar cuente con los atractivos turísticos ya definidos como la parroquia de Salinas que turísticamente cuenta ya con las facilidades para realizar una actividad turística.

4.5.1.2. Cantón Chimbo

4.5.1.2.1. Atractivos turísticos

Este cantón cuenta con algunos atractivos tanto naturales como culturales en su mayoría en la jerarquía II es decir sus atractivos cuentan con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales. A continuación, se muestra los atractivos turísticos del cantón Chimbo.

Tabla 8: *Atractivos turísticos del cantón Chimbo*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Cascada chonta pucara 2	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Telimbela	II
2	Cascada san Francisco chico	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Telimbela	II
3	Montaña mama rumi	Atractivos naturales	Montaña	Baja Montaña	Telimbela	II
4	Centro histórico de Chimbo	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área histórica	San José de Chimbo	II
5	Santuario del Guayco	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área histórica	Magdalena	II

Nota. Se muestra la categoría, tipo, subtipo y la categoría que se encuentra cada atractivo ya sea natural o cultural.

4.5.1.2.2. Planta turística del cantón Chimbo

El cantón Chimbo, aunque más pequeño en comparación con Guaranda, también tiene una oferta turística significativa. Cuenta con 2 alojamientos, ofreciendo opciones cómodas para los visitantes que buscan hospedarse en la zona. En el ámbito gastronómico y de entretenimiento, dispone de 5 establecimientos de alimentos y bebidas, incluyendo restaurantes y cafeterías que destacan por su sabor local. Además, en cuanto a recreación, Chimbo cuenta con 2 parques de atracciones estables, ideales para el esparcimiento de locales y turistas.

Tabla 9: *Alojamientos del cantón Chimbo*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Hostal rayito de luna	Hostal	1 estrella	San José de Chimbo	Urbana	Abdón Vaca, Cristóbal Colon, sn	032988997
2	Grant ruiseñor	Hostal	1 estrella	San José de Chimbo	Urbana	10 de agosto, circunvalación, 111	032988836

Nota. Se muestra la ubicación de los establecimientos de alojamientos.

Tabla 10: *Actividad de alimentos y bebidas cantón Chimbo*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	La Boutique del sabor	Restaurante	(1) Un Tenedor	San José de Chimbo	Urbana	Tres De marzo, Via a Guaranda, S/N	0987715563
2	" D`Coreventos "	Restaurante	(1) Un Tenedor	San José de Chimbo	Urbana	Av. 3 De marzo, Circunvalación, Sn	0984235850
3	Parrilladas italianas	Restaurante	(1) Un Tenedor	San José de Chimbo	Urbana	El Tejar Km9, Via a Guaranda, Sn	980026144
4	Cocot-K la	Discoteca	(1) Una Copa	San José de Chimbo	Urbana	10 De agosto, Bolivar, S/N	0992025691
5	Cobacha soda la	Bar	(1) Una Copa	San José de Chimbo	Urbana	10 De agosto, Cristóbal Colon, 0	N/E

Nota. Tomado del catastro turístico nacional, se indica los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Chimbo

Tabla 11: *Actividades de parques de atracciones estables*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	El descanso de Anita y natividad	Balneario	Categoría Uno	San José de Chimbo	Urbana	Llacan Grande, vía A Chimbo	N/E
2	Quinta flor maría	Balneario	Categoría Uno	San José de Chimbo	Urbana	Vía a Llacan, sin intersección, 00	0993476878

Nota. Se muestras los parques de atracciones estables del cantón Chimbo

4.5.1.2.3. Situación actual de la infraestructura

El cantón Chimbo presenta distintas características en su infraestructura, donde al agua potable, el sistema de abastecimiento proviene del río Guapungoto y cuenta con una planta de potabilización en el sector de Catequilla. Aunque beneficia a 1.887 familias, el agua no es completamente potable, y su provisión no es continua. En las zonas rurales, operan aproximadamente 40 juntas de agua tratada en parroquias como San Sebastián, La Magdalena, La Asunción y Telimbela, pero persisten deficiencias en calidad y abastecimiento (Gad cantonal Chimbo, 2023, págs. 35-105).

La electricidad es suficiente en el área urbana, pero en las zonas rurales enfrenta limitaciones para satisfacer las necesidades productivas y residenciales. En referencia a la conectividad, el acceso a servicios de telecomunicaciones es limitado, afectando especialmente a las comunidades rurales y restringiendo el desarrollo socioeconómico y turístico.

El sistema vial del cantón muestra un estado irregular, si bien existen vías principales que conectan las parroquias y comunidades, estas presentan condiciones variables, con sectores en mal estado que dificultan el transporte. Este aspecto requiere intervención urgente para mejorar la accesibilidad y la conectividad. En la educación, Chimbo cuenta con instituciones en todas las parroquias, pero los recursos tecnológicos y de infraestructura son insuficientes para garantizar una educación de calidad; esto limita las oportunidades de formación en habilidades necesarias para el desarrollo turístico y otras áreas económicas estratégicas.

4.5.1.2.4. Gobernanza y superestructura turística

La gobernanza en el cantón Chimbo enfrenta desafíos en la planificación y coordinación entre los actores clave, ya que El GAD municipal cuenta con recursos limitados para ejecutar proyectos estratégicos, y la articulación con otros actores como la Cámara de Comercio, esto impacta negativamente en la capacidad de desarrollar una oferta turística integrada y sostenible (Gad cantonal Chimbo, 2023).

La superestructura turística es incipiente, con pocos esfuerzos consolidados para promocionar los recursos turísticos, aunque existen atractivos naturales y culturales en el cantón, estos no han sido suficientemente integrados en paquetes turísticos atractivos ni promocionados adecuadamente. Además, la falta de un enfoque coordinado entre actores públicos, privados y comunitarios impide el aprovechamiento del potencial turístico de la zona.

4.5.1.3.Cantón Echeandía

4.5.1.3.1. Atractivos turísticos

Es importante destacar que este cantón posee diversos atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, que en su mayoría se clasifican en la jerarquía II. Esto significa que estos atractivos cuentan con características interesantes y condiciones básicas para desarrollar productos turísticos que puedan captar la atención de visitantes que llegan a la zona por otros motivos turísticos o que incluso puedan generar flujos de turismo nacional. A continuación, se presentan los atractivos turísticos del cantón Echeandía.

Tabla 12: *Atractivos turísticos del cantón Echeandía*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Trapiche Jesús del gran poder	Atractivos naturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Echeandía	II
2	Museo osoloma	Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	Echeandía	II

Nota. Se indica el tipo, subtipo, ubicación de los atractivos naturales y culturales.

4.5.1.3.2. Planta turística

En Echeandía, los visitantes pueden encontrar una oferta turística equilibrada que incluye 2 alojamientos, preparados para recibir turistas de paso o que deseen conocer la zona en profundidad. En términos gastronómicos, hay 3 establecimientos de alimentos y bebidas, que ofrecen una variedad de platillos tradicionales y contemporáneos. Asimismo, este cantón tiene 2 parques de atracciones estables, espacios diseñados para el entretenimiento y la relajación, ideales para compartir en familia.

Tabla 13: *Alojamientos del cantón Echeandía*

N.	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Italia st	Hostal	1 estrella	Echeandía	Urbana	Genaro Viscarra, Simón Bolívar, Sn	032970234
2	Alice's	Hostal	1 estrella	Echeandía	Urbana	Simón Bolivar, Sucre, Sn	0997830566

Nota. Se muestra los establecimientos de alojamientos del cantón Echeandía.

Tabla 14: *Actividad de alimentos y bebidas*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Floresta grill	Restaurante	(1) Un Tenedor	Echeandía	Urbana	Vía A Camarón, 24 de mayo, Sn	0939826222
2	La cima	Discoteca	(1) Una Copa	Echeandía	Urbana	Av. 24 De mayo, Av. 5 de octubre, Sn	0968963244
3	Angie	Cafetería	(1) Una Taza	Echeandía	Urbana	Simón Bolívar y Ángel Polibio Chávez	S/N

Nota. tomado del catastro turístico nacional se muestra establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Echeandía.

Tabla 15: *Parques de atracciones estables del cantón Echeandía*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Piscinas visnar	Balneario	Categoría uno	Echeandía	Urbana	Vía a Ventanas S/N, ,	0204500955
2	Viscarras-park	Balneario	Categoría uno	Echeandía	Urbana	Avenida Nelson León s/n y los Angeles, ,	0988236496

Nota. Tomado del catastro turístico nacional se muestra los parques de atracciones estables del cantón Echeandía.

4.5.1.3.3. Situación actual de la infraestructura

El cantón Echeandía, cuenta con una infraestructura que, aunque presenta avances significativos, enfrenta importantes desafíos, especialmente en las zonas rurales, por ende, en lo que respecta al agua potable, solo el 55.11% de las viviendas tiene acceso a este servicio mediante tuberías, mientras que el 44.89% restante carece de abastecimiento, siendo las áreas rurales las más afectadas, con un déficit que alcanza el 73%. Además, los sistemas de saneamiento básico son inadecuados, lo que genera contaminación en quebradas y esteros debido a la eliminación ineficiente de aguas servidas y residuos sólidos.

En cuanto a la energía eléctrica, la cobertura alcanza el 89.6%, con mejor distribución en las zonas urbanas. El cantón cuenta con una subestación eléctrica que también abastece a sectores vecinos. Sin embargo, las áreas rurales aún presentan limitaciones en el acceso al servicio eléctrico. En el ámbito educativo, Echeandía dispone de 28 unidades educativas, de las cuales 6 se encuentran en la zona urbana y 22 en la rural. No obstante, el acceso a estas instituciones es complicado en áreas rurales debido a las largas distancias que deben recorrer los estudiantes. Además, solo el 19% de las escuelas está conectado al sistema de alcantarillado, mientras que el 71% utiliza pozos sépticos.

En cuanto a salud, el cantón cuenta con tres unidades operativas ubicadas en la cabecera cantonal, San José de Camarón y Sabanetillas. Estas son complementadas por tres dispensarios médicos campesinos situados en los recintos El Congreso, San Gerardo y Guachana. Sin embargo, la cobertura sanitaria aún es limitada, lo que requiere un fortalecimiento para garantizar una atención adecuada a toda la población (Gad Echeandía , 2022). Finalmente, en el ámbito de seguridad y gestión de riesgos,

Echeandía enfrenta retos relacionados con la cobertura de servicios en caso de emergencias, especialmente en las zonas rurales.

4.5.1.3.4. Gobernanza y la infraestructura turística actual

El cantón Echeandía, ubicado en la provincia de Bolívar, cuenta con una infraestructura turística limitada pero funcional que apoya las actividades recreativas y culturales en la región.

Los accesos terrestres hacia los principales atractivos turísticos del cantón son viables, gracias a una red vial de más de 500 kilómetros. Sin embargo, el mantenimiento de algunas vías, principalmente las lastradas y de tierra, es un área de mejora prioritaria para garantizar el flujo constante de visitantes.

En cuanto a gobernanza, el cantón Echeandía se organiza bajo una estructura administrativa centralizada en una sola parroquia. Esta gobernanza local está orientada a gestionar los recursos del cantón y fomentar el desarrollo sostenible, aunque enfrenta retos importantes relacionados con el manejo ambiental. La deforestación y la contaminación en algunos atractivos naturales son problemas que requieren atención, destacando la necesidad de políticas públicas más firmes en conservación y sostenibilidad.

Echeandía no solo tiene potencial para consolidarse como un destino turístico sostenible, sino también para diversificar su oferta turística mediante el fortalecimiento de su infraestructura y una gobernanza más eficiente y alineada con las necesidades del sector.

4.5.1.4.Cantón Caluma

4.5.1.4.1. Atractivos turísticos

Caluma, se destaca por sus diversos atractivos naturales, en su mayoría clasificados con jerarquía II. Estos espacios ofrecen condiciones básicas para la generación de productos turísticos y son capaces de captar la atención de visitantes, incluso aquellos que llegan a la zona por motivos diferentes al turismo.

Tabla 15: *Atractivos turísticos del cantón Caluma*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Cascada el Triunfo	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Caluma	II
2	Cascada Tres Pailas	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Caluma	II
3	Cascada Plomovado	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Caluma	I
4	Cascada Arcoíris	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Caluma	II
5	Refugio de vida silvestre Samama Mumbes	Atractivos naturales	Bosques	Húmedo tropical	Caluma	I

Nota. Se muestra los atractivos turísticos del cantón Caluma.

4.5.1.4.2. Planta turística

Caluma cuenta con una oferta turística diversa que lo convierte en un destino interesante dentro de la provincia. Este cantón cuenta con 5 alojamientos, que incluyen opciones económicas y cómodas para los turistas. Además, posee 4 establecimientos de alimentos y bebidas, entre restaurantes y cafeterías, que presentan una variedad culinaria para los visitantes. En el ámbito recreativo, Caluma dispone de 3 parques de atracciones estables, lugares ideales para el disfrute familiar y el contacto con la naturaleza. También destaca por contar con 1 organizadora de eventos, congresos y convenciones, lo que lo posiciona como un lugar apto para actividades empresariales y sociales.

Tabla 16: *Alojamientos del cantón Caluma*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Gran Caluma	Hotel	2 estrellas	Caluma	Urbana	Av. la naranja, Calle 26, S/N	0959934571
2	Aylin hostal max	Hostal	1 estrella	Caluma	Urbana	Av la naranja, Pedro Velasco Mariño, 0	0990194865
3	Hostal de Guadalupe como en casa	Hostal	1 estrella	Caluma	Urbana	Alfredo Gonzales, Sergio Figueroa, 76072	0986640790
4	Hostería madera fina	Hostería	3 estrellas	Caluma	Urbana	S/N, n/a, Solar 9	0999063159
5	Gran panorama	Hostal	1 estrella	Caluma	Urbana	Av. la naranja, Celestino Sosa,	0986604174

Nota. Se muestra los establecimientos de alojamiento del cantón Caluma.

Tabla 17: *Establecimientos de alimentos y bebidas*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	El chef Caluma	Restaurante	(1) un tenedor	Caluma	Urbana	Av. la naranja, Anarcasis Camacho, 0341	0959609664
2	Bijao resort	Restaurante	(1) un tenedor	Caluma	Urbana	Via a Guamaspungo, calle sn, 0	0980768975
3	Discoteca obsesión	Discoteca	(1) una copa	Caluma	Urbana	23 de agosto, callejón, s/n	0980163540
4	Frutilandia m a	Restaurante	(1) un tenedor	Caluma	Urbana	Av. la naranja, Celestino Sosa, Sn	0985288982

Nota. Se muestra los establecimientos turísticos del cantón Caluma, tomado del catastro nacional.

Tabla 18: *Parques de atracciones estables del cantón Caluma*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Orange city	Balneario	Categoría uno	Caluma	Urbana	Avenida la naranja s/n vía al recinto Catarama, ,	0993700627
2	Ecoturístico mi rancho	Balneario	Categoría uno	Caluma	Urbana	Barrio el paraíso vía a Guaranda, ,	098530082
3	Los Farellones	Balneario	Categoría uno	Caluma	Urbana	Vía a Guaranda s/n Km 2, ,	0996956283

Nota. Se muestra las atracciones estables del cantón Caluma.

Tabla 19: *Organizadores de eventos, congresos y convenciones*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Orange city eventos	Sala de recepciones y banquetes	Categoría uno	Caluma	Urbana	Avenida la naranja s/n vía al recinto catarama, ,	0993700627

Nota. Se muestra los distintos organizadores de eventos, congresos y convecciones del cantón Caluma.

4.5.1.4.3. Situación de la infraestructura turística

El cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar, presenta un desarrollo en infraestructura básica con avances importantes, aunque aún enfrenta desafíos en varios sectores. En cuanto a agua potable y saneamiento, Caluma cuenta con un sistema de abastecimiento que incluye captaciones de agua en El Pescado y El Cumbe, con una capacidad de producción de 28.75 l/s y 5.61 l/s, respectivamente. Sin embargo, el 41% de la población no tiene acceso a alcantarillado, y muchas viviendas aún descargan aguas residuales directamente en cuerpos de agua cercanos.

En el sector energético, la cobertura de electricidad se encuentra extendida en el área urbana, pero aún existen sectores rurales donde los habitantes dependen de fuentes alternativas para la iluminación y la cocción de alimentos.

Respecto a la educación, el cantón cuenta con 30 instituciones educativas, de las cuales el 86.67% son fiscales. A pesar de los esfuerzos gubernamentales, el acceso a internet sigue siendo un problema en el área rural, donde solo el 12.5% de las instituciones tiene conectividad.

En el ámbito de la salud, Caluma dispone de cuatro centros de salud y varios dispensarios del Seguro Social Campesino. Sin embargo, la cobertura sanitaria alcanza apenas el 64.25% de la población, lo que refleja la necesidad de ampliar los servicios médicos. La vialidad también presenta dificultades. A pesar de los proyectos de asfaltado y adoquinado en varias calles, las vías rurales aún requieren mejoras, especialmente en épocas de lluvias cuando el acceso a ciertas comunidades se vuelve complicado.

En el ámbito productivo, Caluma se caracteriza por su producción agrícola, destacando cultivos de caña de azúcar, cacao, plátano y naranja. Además, el turismo

tiene un potencial significativo, con atractivos naturales como la Cascada Plomovado y la Piedra de los Tres Soles, aunque la falta de inversión y planificación ha impedido su consolidación como destino turístico. (Gad Cantonal Caluma, 2024)

4.5.1.4.4. Gobernanza y superestructura turística

La gobernanza turística en Caluma enfrenta desafíos debido a la limitada articulación entre el sector público, privado y comunitario. A pesar de contar con recursos turísticos valiosos, la promoción y gestión de estos es deficiente, lo que ha impedido su aprovechamiento óptimo.

En términos de superestructura turística, el cantón cuenta con 47 prestadores de servicios en alojamiento, alimentación y transporte, pero solo 13 están registrados en el catastro turístico del Ministerio de Turismo. La falta de categorización y planificación limita el desarrollo del sector y su potencial para generar ingresos y empleo.

Para fortalecer la actividad turística, es necesario mejorar la infraestructura básica, incrementar la promoción de los atractivos del cantón y fomentar la cooperación entre los diferentes actores del sector. Esto permitirá consolidar a Caluma como un destino atractivo y sostenible en la provincia de Bolívar.

4.5.1.5.Cantón San Miguel

4.5.1.5.1. Atractivos turísticos

El cantón San Miguel, ubicado en la provincia de Bolívar, cuenta con una variedad de atractivos turísticos que destacan por su riqueza natural y cultural. Estos sitios representan una oportunidad única para potenciar el turismo y consolidar al cantón como un destino atractivo en la región, sin embargo, la evaluación técnica de

los atractivos turísticos del cantón San Miguel obtuvo una puntuación de un rango de 36-60 sobre 100, lo que refleja un desarrollo medio.

Los puntos fuertes son la conservación de los sitios y las actividades disponibles, mientras que las debilidades incluyen la falta de infraestructura turística, promoción limitada, y ausencia de un registro de visitantes. Además, el nivel de formación del personal y las políticas de regulación requieren mejoras significativas. Por ello se recomienda invertir en infraestructura, capacitación, promoción, y sistemas de monitoreo, además de integrar los atractivos en la planificación territorial, para potenciar su atractivo y competitividad.

Tabla 20: *Atractivos turísticos del cantón San Miguel*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Cascada Mariposa Azul	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Balsapamba	II
2	Cascada Copalillo	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Balsapamba	II
3	Bosque protector Cashca totoras	Atractivos naturales	Bosques	Páramo	Santiago	II
4	Santuario del Señor de la Salud	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Santiago	III
5	Gruta de Lourdes	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/ vernácula	San Miguel/ recinto Lourdes	II
6	Templete Histórico Camino Real	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área histórica	Bilovan	II

Nota. Se muestra los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón San Miguel.

4.5.1.5.2. Planta turística

San Miguel ofrece una oferta turística balanceada, con 5 alojamientos disponibles para quienes deseen hospedarse en el cantón. Además, cuenta con 4 establecimientos de alimentos y bebidas, donde los visitantes pueden disfrutar de comida típica y otras opciones culinarias. En cuanto a entretenimiento, este cantón tiene 3 parques de atracciones estables, perfectos para quienes buscan actividades recreativas al aire libre y contacto con la naturaleza.

Tabla 21: *Alimentos y bebidas del cantón San Miguel*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Broster chicken exquisite	Restaurante	(1) un tenedor	San Miguel	Urbana	Pichincha, Olmedo, sn	0994144643
2	Restaurant self service	Restaurante	(1) un tenedor	San Miguel	Urbana	Sucre, Pichincha, sn	0994732425
3	Saona	Discoteca	(3) tres copas	San Miguel	Urbana	Ciudadela Monterrey, sn, sn	0995625717
4	No bar discotek mas lounge	Discoteca	(1) una copa	San Miguel	Urbana	Pichincha, Juan pio de mora, 0	0997353816

Nota. Se muestra los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón San Miguel, información tomada del catastro turístico nacional.

Tabla 22: *Alojamientos del cantón San Miguel*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Hostal San Miguel	Hostal	1 estrella	San Miguel	Urbana	Veintimilla, Olmedo, s/n	0980735968
2	Hostal Imperial	Hostal	1 estrella	San Miguel	Urbana	Guayas, 10 de enero, 1113	0989364985
3	Anturios	Hotel	2 estrellas	San Miguel	Urbana	10 de enero, Guayas, s/n	032650114
4	Quinta fina madera san Vicente	Inmuebles habitacionales	Categoría única	San Vicente	Rural	Av principal, via a san Miguel, sn	0985561600
5	Seiba lodge	Casa de huéspedes	Categoría única	Balsapamba	Rural	Via A Balzapamba, via Montalvo - Balsapamba kilómetro 169, 491	0967981991

Nota. Se muestra los establecimientos de alojamientos del cantón San Miguel, información tomada del catastro nacional.

Tabla 23: *Parques de atracciones estables del cantón San Miguel*

N°	Nombre comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo de parroquia	Dirección	Teléfono principal
1	Paraíso Escondido	Balneario	Categoría uno	Bilován	Rural	Vía a chaupiacu, sn, s/n	0991868026
2	Parque Acuático Josefina Barba	Balneario	Categoría uno	Balsapamba	Rural	Barrio el cristal, via a Babahoyo, ,	0986870640
3	Cascada Milagrosa	Terma	Categoría uno	Balsapamba	Rural	Vía a Babahoyo km 64, ,	02656726

Nota. Se muestra los parques de atracciones estables del cantón San Miguel.

4.5.1.5.3. Situación actual de la infraestructura cantón San Miguel

En cuanto a la infraestructura del cantón San Miguel presenta algunos avances, pero enfrenta desafíos significativos, en este caso al agua potable y alcantarillado, la captación del agua proviene del río Cañí, con un caudal suficiente y apto para consumo humano. Sin embargo, la cobertura en áreas rurales es limitada, y no existen políticas sostenibles para la gestión de cuencas y ecosistemas que garanticen a largo plazo la disponibilidad del recurso hídrico. Por otro lado, aunque se han realizado acciones de reforestación en años anteriores, estas no han sido sostenibles ni suficientes para contrarrestar el deterioro de las fuentes de agua.

La cobertura eléctrica abarca la mayoría de las zonas urbanas y rurales del cantón, pero la infraestructura necesita modernización para responder a las demandas crecientes de la población y las actividades productivas. En cuanto a la conectividad y telecomunicaciones, el acceso a internet es limitado, especialmente en áreas rurales, lo que afecta la inclusión digital y limita el desarrollo socioeconómico de las comunidades más alejadas.

En el ámbito de la vialidad y transporte, las principales carreteras están asfaltadas, lo que facilita la conectividad entre las zonas urbanas; sin embargo, las vías rurales aún presentan deficiencias, lo que dificulta el transporte de productos agrícolas y la movilidad de los habitantes y visitantes. Estas condiciones requieren intervenciones prioritarias para garantizar una conectividad integral en el cantón. Por su parte, la infraestructura educativa cuenta con centros en las parroquias urbanas y rurales, pero se evidencia la necesidad de mejorar las instalaciones y dotarlas de tecnología adecuada para responder a las necesidades actuales de estudiantes y docentes (Gad cantonal San Miguel, 2023, págs. 20-76).

4.5.1.5.4. Gobernanza y superestructura

En lo que respecta a la gobernanza, el GAD Municipal de San Miguel enfrenta limitaciones en la implementación y monitoreo de proyectos estratégicos debido a restricciones presupuestarias y falta de datos consolidados. Esto afecta la capacidad de planificar y ejecutar acciones que potencien el desarrollo sostenible del cantón. Además, los actores involucrados en el ámbito turístico, como la Cámara de Comercio y la Oficina Técnica de Turismo, no están articulados de manera efectiva y esto debilita las políticas de promoción y planificación, reduciendo la capacidad de aprovechar los recursos turísticos del territorio (Gad cantonal San Miguel, 2023, págs. 77-79).

Finalmente, la superestructura turística del cantón muestra una falta de integración entre las instituciones clave, mientras que existen iniciativas locales en el ámbito turístico, estas carecen de una visión integral que potencie el desarrollo y la promoción del cantón como un destino competitivo. Por ello es fundamental fortalecer la coordinación entre los actores públicos y privados para consolidar estrategias que impulsen el turismo como eje de desarrollo económico y cultural.

4.5.1.6.Cantón Las Naves

4.5.1.6.1. Atractivos turísticos

El cantón Las Naves, se distingue por la diversidad de sus recursos naturales y culturales, los cuales poseen una clasificación predominante de jerarquía II. Estos recursos presentan características esenciales para el diseño de productos turísticos innovadores, capaces de atraer visitantes tanto del ámbito nacional como aquellos que arriban al territorio por razones distintas al turismo. A continuación, se presentarán los atractivos, tanto naturales como culturales.

Tabla 24: *Atractivos turísticos del cantón Las Naves*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Cascada el Triunfo	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Las Naves	II
2	Cascada Bellavista	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Las Naves	II
3	Cascada San José	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Las Naves	II
4	Bosque Jerusalén	Atractivos naturales	Bosques	Montano bajo	Las Naves	II
5	Piedras Arqueológicas de Bellavista	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Petroglifos	Las Naves	II

Nota. Se muestra los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Las Naves.

4.5.1.6.2. Planta turística

El cantón Las Naves, aunque más limitado en su oferta, cuenta con 1 alojamiento, lo que garantiza al menos una opción para quienes deseen pasar la noche en esta zona.

4.5.1.6.3. Situación actual de la infraestructura

Las Naves cuenta con una infraestructura básica que evidencia tanto avances significativos como áreas de mejora cruciales. De este modo en términos de abastecimiento de agua potable, el 59.8% de las viviendas tiene acceso a agua proveniente de la red pública, mientras que el resto depende de fuentes alternativas. En cuanto al saneamiento, solo el 17.3% de los hogares dispone de un sistema de alcantarillado, lo que representa un desafío considerable para la salud pública y el bienestar de los habitantes.

En el ámbito de la energía eléctrica, el 95.7% de las viviendas está conectado a la red pública, reflejando una cobertura amplia en comparación con otros servicios básicos. Sin embargo, algunas áreas rurales aún requieren ampliaciones de esta infraestructura para garantizar una cobertura total. En cuanto a la educación, el cantón dispone de 16 establecimientos educativos, distribuidos entre zonas urbanas y

rurales. Estas instituciones, en general, están en condiciones funcionales, aunque algunas requieren mejoras en infraestructura y recursos para atender adecuadamente a la población estudiantil.

En el ámbito de la salud, se cuenta con un Centro de Salud en la cabecera cantonal que ofrece servicios básicos, emergencias y consultas generales. En la parroquia Las Mercedes, un puesto de salud complementa esta atención, aunque sería necesario reforzar la infraestructura y el personal médico para cubrir las necesidades de las zonas rurales más alejadas. En lo que respecta a los espacios públicos y seguridad, Las Naves dispone de parques, canchas deportivas y áreas recreativas que fomentan la interacción comunitaria. Sin embargo, parte de estas infraestructuras necesita reparaciones y mantenimiento para garantizar su funcionalidad y seguridad.

En el sector de telecomunicaciones, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) ofrece servicios como internet y telefonía fija, aunque carece de una oficina física de atención al cliente en el cantón, limitando el acceso a soporte presencial (Gad cantonal Las Naves , 2023). Aunque las Naves ha logrado avances importantes en electricidad, educación y espacios recreativos, enfrenta retos significativos en agua potable, saneamiento, salud y telecomunicaciones, los cuales requieren atención prioritaria en los planes de desarrollo futuros.

4.5.1.6.4. Gobernanza y superestructura turística

La gobernanza en el cantón Las Naves enfrenta desafíos significativos derivados de la falta de planificación estratégica y la limitada coordinación entre los actores locales. Aunque el GAD Municipal tiene presencia activa en la administración del territorio, los recursos económicos y humanos disponibles son insuficientes para garantizar una gestión efectiva y sostenida de los proyectos

turísticos. Adicionalmente, las organizaciones comunitarias y privadas no están plenamente integradas en los procesos de planificación, lo que limita el impacto de iniciativas destinadas al desarrollo turístico.

El acceso restringido a servicios básicos en varias zonas del cantón, como agua potable, electricidad y saneamiento, afecta directamente la capacidad de Las Naves para atraer visitantes y ofrecer una experiencia turística de calidad. La gestión territorial muestra la necesidad urgente de reordenamiento para preservar la diversidad ecológica y mejorar las condiciones logísticas, sociales y económicas de la población. La superestructura turística del cantón Las Naves es incipiente y carece de una estrategia consolidada para promover y desarrollar sus atractivos. Los recursos turísticos, como los bosques secundarios poco intervenidos, áreas de avifauna diversa y ríos importantes, aún no han sido plenamente aprovechados para crear productos turísticos sostenibles y atractivos.

Además, los servicios básicos necesarios para el turismo, como recolección de basura y acceso a saneamiento, son insuficientes en muchas áreas del cantón, lo que dificulta el desarrollo de un turismo competitivo. La promoción de los atractivos locales es prácticamente inexistente, y no se han desarrollado mecanismos para integrarlos en paquetes turísticos que estimulen la visita de turistas nacionales o internacionales. El cantón Las Naves necesita un enfoque integral que combine la mejora de la gobernanza, el fortalecimiento de la infraestructura básica y la creación de una estrategia turística que valore y promueva su riqueza natural. La coordinación entre actores públicos, privados y comunitarios será clave para consolidar al cantón como un destino turístico sostenible y atractivo.

4.5.1.7.Cantón Chillanes

4.5.1.7.1. Atractivos turísticos

Es importante destacar que este cantón posee diversos atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, que en su mayoría se clasifican en la jerarquía II. Esto significa que estos atractivos cuentan con características interesantes y condiciones básicas para desarrollar productos turísticos que puedan captar la atención de visitantes que llegan a la zona por otros motivos turísticos o que incluso puedan generar flujos de turismo nacional. A continuación, se presentan los atractivos turísticos del cantón Chillanes.

Tabla 25: *Atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Chillanes*

N°	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación Parroquia	Jerarquización
1	Bosque Tiquibuzo	Atractivos naturales	Bosques	Montano bajo	Las Naves	II
2	Laguna de Azapi	Atractivos naturales	Ambiente lacustre	Laguna	Las Naves	II
3	Cascada Sumbe	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	Las Naves	II
4	Cerro Changuil	Atractivos naturales	Montaña	Baja montaña	Las Naves	II
5	Mirador Torreloma	Atractivos naturales	Montaña	Baja montaña	Las Naves	II

Nota: Se muestran los atractivos turísticos del cantón Chillanes.

4.5.1.7.2. Planta turística

Chillanes, a pesar de ser un cantón pequeño, ofrece una variedad de servicios turísticos que incluye 1 alojamiento para los visitantes. En términos de gastronomía, dispone de 1 establecimiento de alimentos y bebidas, donde los turistas pueden degustar la cocina local. Además, cuenta con 1 organizadora de eventos, lo que lo convierte en un punto clave para actividades sociales y culturales de la región.

Tabla 26: *Alojamientos del cantón Chillanes*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	El grand hostal de Chillanes	Hostal	1 estrella	Chillanes	Urbana	Ezequiel Guerrero, Guayas, 316	0989999447

Nota. Se muestra los establecimientos de alojamiento del cantón Chillanes, tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 27: *Alimentos y bebidas del cantón Chillanes*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Amandita	Restaurante	(2) dos tenedores	San José del tambo	Rural	Homero Villagómez y Melchor Avilés	N/E

Nota. Se muestra los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Chillanes, tomado del catastro turístico nacional.

Tabla 28: *Organizadores de eventos, congresos y convenciones*

N°	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Parroquia	Tipo De Parroquia	Dirección	Teléfono Principal
1	Salón de eventos los arrayanes	Sala de recepciones y banquetes	Categoría uno	Chillanes	Urbana	Quilayaco s/n y regulo de Mora, ,	0989999447

Nota. Se muestra los establecimientos de organización de eventos, tomado del catastro turístico nacional.

4.5.1.7.3. Situación actual de la infraestructura turística

El cantón Chillanes, conocido como el "Granero del Ecuador", cuenta con una infraestructura básica que refleja tanto avances como desafíos significativos.

En cuanto a agua y saneamiento, el 79.6% de las viviendas tiene acceso a agua entubada de red pública, aunque esta cobertura se reduce al 10% en las comunidades rurales de la parroquia San José del Tambo. Sin embargo, solo el 14.3% de los hogares dispone de alcantarillado y el 20% cuenta con servicios higiénicos adecuados, lo que plantea importantes retos en términos de salubridad (Gad cantonal Chillanes , 2022).

En el ámbito de la energía eléctrica, solo el 33.8% de las viviendas están conectadas a la red eléctrica, mientras que el 72.7% de los hogares aún depende de la leña como principal fuente de energía, una situación que refleja una marcada brecha energética en el cantón.

Respecto a la educación, existen 100 centros educativos que atienden a 5,273 estudiantes con el apoyo de 296 docentes. Aunque esta infraestructura incluye colegios y escuelas primarias, la calidad y cantidad de los servicios educativos son limitadas, y el analfabetismo sigue siendo un problema debido al abandono escolar, especialmente en zonas rurales.

En el ámbito de la salud, Chillanes dispone de un hospital con internación pública, cinco subcentros de salud y tres puestos médicos, además de dos dispensarios del Seguro Social Campesino. No obstante, la tasa de camas hospitalarias es de apenas 0.5 por cada 10,000 habitantes, un indicador que evidencia la necesidad de mayor infraestructura y recursos para atender la demanda sanitaria.

La vialidad es una de las principales limitaciones del cantón. La única vía asfaltada que conecta a Chillanes con la red nacional está en malas condiciones, y la mayoría de los caminos internos son lastrados o de tierra, lo que dificulta el acceso, especialmente durante la época de lluvias.

La gestión de residuos sólidos es deficiente, con una cobertura de recolección de basura que alcanza solo el 11.1% del territorio cantonal. Esta situación afecta la calidad ambiental y la salud de sus habitantes.

En términos de vivienda, existen 4,078 viviendas en el cantón, pero muchas presentan carencias en servicios básicos como agua potable, electricidad y saneamiento.

En el ámbito productivo, Chillanes destaca por su producción agrícola, siendo reconocido por cultivos de maíz, habas, arvejas, café, cacao y caña de azúcar, entre otros. También tiene una significativa producción de ganado ovino, bovino y otras especies menores, consolidándose como un importante eje agropecuario en la región.

Aunque Chillanes tiene fortalezas en su producción agrícola y un incipiente potencial turístico, enfrenta desafíos significativos en agua potable, saneamiento, energía, salud, vialidad y recolección de residuos. La atención a estas áreas es fundamental para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y fomentar un desarrollo sostenible en el cantón.

4.5.1.7.4. Gobernanza y superestructura turística del cantón Chillanes

La gobernanza en el cantón Chillanes enfrenta importantes desafíos debido a la limitada coordinación entre los actores clave y los recursos restringidos del GAD Municipal. La falta de planificación estratégica y articulación con sectores privados y comunitarios ha dificultado el desarrollo de una oferta turística integrada y sostenible. Este escenario impide aprovechar de manera óptima los recursos naturales y culturales que posee el cantón, frenando su potencial para posicionarse como un destino turístico atractivo.

En cuanto a la superestructura turística, esta se encuentra en una etapa inicial, con esfuerzos dispersos para el desarrollo y promoción de los atractivos del cantón. La falta de un enfoque coordinado entre actores públicos, privados y comunitarios limita la capacidad de integrar los recursos turísticos en paquetes atractivos y de promocionarlos efectivamente. Este contexto subraya la necesidad de fortalecer la planificación, mejorar la infraestructura básica y promover la cooperación entre los diferentes sectores para maximizar el potencial turístico del cantón.

4.5.1.8. Resumen del análisis de la infraestructura y atractivos turísticos en la provincia de Bolívar

La provincia de Bolívar, posee una rica diversidad natural y cultural que le otorga un gran potencial turístico. Guaranda lidera en infraestructura, con una amplia oferta de alojamiento y restaurantes, posicionándose como el principal destino turístico de la provincia. Cantones como Chimbo y Echeandía, aunque con menor infraestructura, también cuentan con atractivos únicos que podrían potenciarse.

Caluma y San Miguel, con menos establecimientos turísticos, presentan interesantes actividades culturales y naturales que podrían convertirse en destinos clave con el apoyo adecuado.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de los establecimientos turísticos y atractivos en cada cantón, permitiendo identificar tanto las áreas con mayor desarrollo como las oportunidades para fortalecer el turismo en cantones con menos infraestructura.

Tabla 29: *Cuadro resumen de los establecimientos y atractivos turísticos de la provincia de Bolívar*

Cantón	Establecimientos turísticos						Atractivos turísticos	
	Alojamiento	**Alimentos y bebidas**	**Operación e intermediación**	**Parques de atracciones estables**	**Organizadores de eventos**	**Centros de turismo comunitario**	**Naturales**	**Culturales**
Guaranda	16	40	7	1	0	1	7	6
Chimbo	2	5	0	2	0	0	3	2
Echeandía	2	3	0	2	0	0	1	1
Caluma	5	4	0	3	1	0	5	0
San Miguel	5	4	0	3	0	0	3	3
Las Naves	1	0	0	0	0	0	4	1
Chillanes	1	1	0	0	1	0	5	0
Total	**32**	**57**	**7**	**11**	**2**	**1**	**28**	**13**

Nota: se muestran los números totales de establecimientos y atractivos turísticos, por cantones de la provincia de Bolívar.

4.5.2. Análisis de la demanda turística de la provincia de Bolívar

La demanda turística de la provincia de Bolívar muestra un panorama complejo que refleja tanto oportunidades como desafíos para el desarrollo del sector.

4.5.2.1. Demanda potencial

La provincia de Bolívar recibió 29,423 turistas internos durante el año 2012, según las estimaciones de turismo interno. Además, considerando las capitales de provincias vecinas con acceso geográfico más cercano a Bolívar, la demanda interna potencial asciende a 71,753 turistas (MINTUR BOLÍVAR, 2012).

Tabla 30: *Número de turistas internos que recibieron las capitales provinciales*

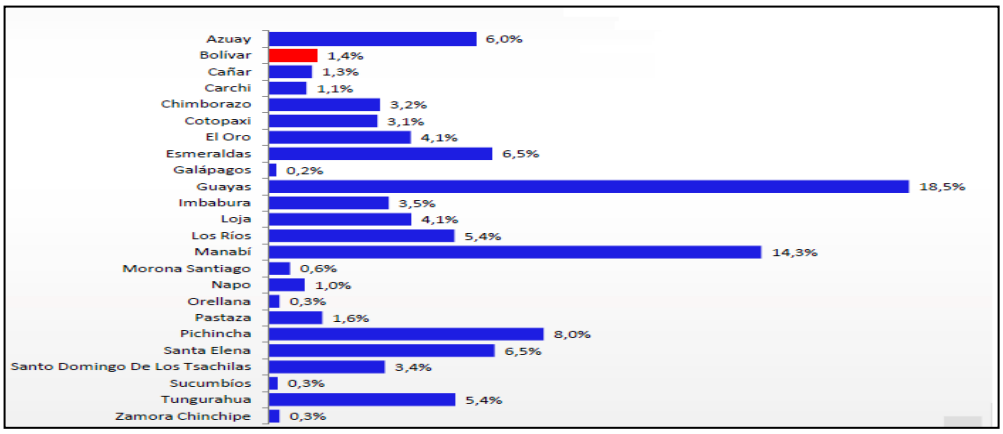
Capital de provincia	Número de turistas interno
Latacunga	13.737
Ambato	25.312
Riobamba	20.478
Babahoyo	8.522
Azogues	3.561
Guayaquil	143.222
TOTAL	**71.753**

Nota. Se muestra que el número de turistas internos que recibieron las capitales provinciales es de: 71.753 turistas con corte al 2012 tomado de destinos visitados turismo receptor de la dirección de investigación- MINTUR.

4.5.2.2.Demanda efectiva

La provincia de Bolívar representó el 1.4% del total de viajes realizados por la población ecuatoriana en 2011. Este dato ilustra una baja participación relativa en el mercado turístico interno nacional. Este segmento se caracteriza principalmente por turistas comunitarios interesados en experiencias vivenciales, como interacciones culturales y descubrimientos naturales únicos. Este tipo de demanda se traduce en una oportunidad para fortalecer la oferta vinculada al ecoturismo y turismo comunitario, incrementando el impacto positivo en las comunidades locales (MINTUR, 2011).

Ilustración 1: *Total, de viajes realizados por la población ecuatoriana a la provincia de Bolívar*



Nota.
Se muestra la representación de Bolívar con el 1,4 % del total de viajes realizados por los ecuatorianos tomados del Ministerio de Turismo 2011. Dirección de Investigación. Turismo Interno y Receptor. Prov. Bolívar

4.5.2.3.Turismo interno

En referencia al turismo interno de acuerdo con una encuesta realizada en septiembre del 2022, entre los destinos de predilección la región de mayor preferencia es la Sierra con el 42, 53 %, donde la provincia de Bolívar abarca el 0, 37 % como destino más visitado (Turismo en cifras , 2022).

Tabla 31: *Turismo interno - destinos de preferencia*

Regiones de preferencia de viaje	
Sierra	42, 53 %
Costa	41, 63 %
Amazonía	10, 07 %
Galápagos	5, 77 %
Listado de destinos más visitados	
Zamora	0,50 %
Alausí	0,43 %
Same	0,40 %
Bolívar	0,37 %
Gualaseo	0,33 %
Macas	0,33 %
Orellana	0,33 %
Puerto López	0,33 %
Total	**100 %**

Nota. Se muestra los destinos de preferencia de los turistas nacionales, dato tomado de la página del Mintur de Turismo en cifras en el año 2022.

4.5.2.4.Turismo receptivo

En cuanto al turismo receptivo de acuerdo con la encuesta de viajes y gasto en Feriados Nacionales Bolívar en el año 2024 tiene el 44 % de ocupación de turistas nacionales y el 0 % de turistas Extranjeros.

Tabla 32: *Alojamiento y gasto turístico en la provincia de Bolívar en feriados nacionales*

Alojamiento y gasto turístico de la provincia de Bolívar, feriados año 2024	
Ocupación	44 %
Tarifa promedio (dólares)	30
Ocupante por habitación	1,8
Pernoctación promedio	1
% Participación en alojamiento	Nacionales 100 %
	Extranjeros 0%
Gasto turístico (millones de dólares)	2
Viajes turísticos (miles de viajes)	60

Nota. Se indica la ocupación, gasto turístico, el porcentaje de participación en alojamiento.

4.5.3. Perfil del turista

El perfil del turista que visita la provincia de Bolívar, Ecuador, se caracteriza por ser ecuatoriano, vivir cerca de la zona, viajar solo, con amigos o familia, permanecer un día, Visitar recursos naturales y culturales, demanda actividades relacionadas con el turismo de aventura, recreación o deportes.

Tabla 33: *Perfil del turista características sociodemográficas*

EDAD PROMEDIO DE VISITANTES	Entre 25 y 55 años
SEXO	Masculino y femenino
PROCEDENCIA (PAÍS O CIUDAD)	Ecuatorianos (Quito, Riobamba, Ambato, Guayaquil, Cuenca), extranjeros: EE. UU., Italia, Francia
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Superior, Profesionales
ESTADO CIVIL	casados y solteros
FRECUENCIA DE VISTA	Semanal

MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA A LA ZONA	Negocios, trabajo, estudios, turismo
PROMEDIO DE INGRESOS DEL VISITANTE	$ 800,00-$1.200,00
PROMEDIO DE NOCHES DE ESTADÍA	Entre 2-3 noches
PROMEDIO DE GASTO DIARIO	60 dólares
SATISFACCIÓN	En todos los servicios que se ofertan prima la comodidad, amabilidad, higiene, seguridad.

Nota. La tabla muestra el perfil de los turistas que visitan la provincia de Bolívar, tomado de un estudio para el fomento del turismo realizado por el MINTUR en el año 2017.

4.5.4. Discusión

El diagnóstico de la situación turística de la provincia de Bolívar ha permitido evidenciar tanto sus fortalezas como los desafíos que enfrenta el sector. La provincia cuenta con un total de 41 atractivos turísticos, clasificados en naturales y culturales, con una mayor concentración en Guaranda, la capital provincial. No obstante, la mayoría de estos atractivos poseen una jerarquización de nivel II, lo que indica un desarrollo intermedio con necesidades de mejora en infraestructura y accesibilidad.

Según los datos obtenidos del inventario de atractivos turísticos y el catastro de la planta turística, se observa que la oferta de servicios está centralizada en Guaranda, donde se ubica la mayor cantidad de alojamientos, restaurantes y operadores turísticos. Sin embargo, cantones como Chimbo, Echeandía y Las Naves presentan una infraestructura limitada, lo que restringe la diversificación y distribución equitativa del turismo en toda la provincia.

Además, el análisis de los estudios previos dentro de la investigación ha permitido corroborar la existencia de problemáticas estructurales que afectan la competitividad del destino. La investigación de Chávez (2021) destaca la falta de estrategias de marketing turístico como una de las principales limitaciones para el

desarrollo económico de Guaranda, lo cual coincide con los hallazgos del presente estudio, donde la promoción insuficiente de los atractivos es un factor clave que limita la llegada de visitantes.

Asimismo, el informe del Ministerio de Turismo (2018) resalta la importancia de la infraestructura en el desarrollo de destinos emergentes, indicando que la ausencia de conectividad vial y servicios básicos adecuados impide el crecimiento del turismo en provincias como Bolívar. Esto se refleja en la limitada accesibilidad a ciertos atractivos, especialmente aquellos ubicados en áreas rurales.

Finalmente, la CEPAL (2021) enfatiza que la digitalización y la conectividad son factores clave para el fortalecimiento de la oferta turística. Sin embargo, el presente estudio ha identificado una subutilización de herramientas tecnológicas en la provincia, lo que dificulta la promoción y comercialización de sus atractivos.

4.6. Análisis funcional y financiero de la página web

Para realizar el análisis funcional de la página web, se ha llevado a cabo una entrevista con actores clave del sector turístico. Entre ellos son: Lcda. Martha Arregui, encargada de la oficina del Ministerio de Turismo (MINTUR); Lcdo. Gustavo Fierro, encargado del departamento de Turismo de Guaranda y Lcdo. Edison Guaranda, encargado del Hostal Oasis del Cantón Guaranda.

Tabla 34: *Sección 1: Potencial turístico y diferenciación de Bolívar*

Actores claves	P1
Mintur Lcda. Martha Arregui	El atractivo, la naturaleza y la amabilidad de la gente que es única en la provincia de Bolívar.
Gad Guaranda Lcdo. Gustavo Fierro	Aventura y adrenalina, aprovechando su relieve montañoso, clima variado y atractivos naturales mediante rutas turísticas.
Hostal Oasis Lcdo. Edison Guaranda	La innovación presente en los centros y atractivos turísticos, mejorando la experiencia del visitante y la oferta de servicios.

Nota: En general, las distintas perspectivas coinciden en que la provincia de Bolívar tiene un potencial turístico significativo basado en su naturaleza, su gente y su capacidad para ofrecer experiencias innovadoras y de aventura. La combinación de estos factores, junto con el enfoque en la mejora constante de los servicios, posiciona a Bolívar como un destino con gran atractivo para una variedad de turistas.

Tabla 35: *Sección 2: Promoción turística y herramientas digitales*

Actores claves	P2	P3	P4
Mintur Lcda. Martha Arregui	La promoción turística de Bolívar es insuficiente debido a la falta de estrategias efectivas y profesionales en el sector, además de un enfoque más político que turístico en su difusión.	Las nuevas generaciones planifican sus viajes mediante redes sociales, pero Bolívar aún no aprovecha estas plataformas. Muchos empresarios turísticos carecen de presencia digital o estrategias efectivas en internet.	El impacto de un sitio web turístico se mide por el aumento de visitantes debido a la promoción digital.

Gad Guaranda Lcdo. Gustavo Fierro	La promoción turística de Bolívar sigue en una fase inicial debido a la ausencia de una estrategia integral y planificación efectiva que involucre a todos los actores clave.	Las herramientas digitales son altamente efectivas si brindan información confiable. La era digital y la inteligencia artificial han transformado la búsqueda turística, por lo que Bolívar debe adaptarse a esta tendencia.	Se sugiere usar herramientas de análisis de interacciones y comentarios de turistas, pero es esencial un seguimiento constante para evitar datos engañosos.
Hostal Oasis Lcdo. Edison Guaranda	Indica que sí existen esfuerzos de promoción a través de redes sociales, pero sin profundizar en su alcance o impacto real.	Confirma esta percepción y señala que las redes sociales han sido clave en la promoción turística	Señala que el impacto de la página web podría medirse según la atracción que genera en los visitantes, aunque no especifica métricas concretas.

Nota: La promoción turística de Bolívar es limitada por la falta de estrategias digitales efectivas y una presencia débil en redes sociales. Se recomienda adoptar un enfoque integral utilizando herramientas digitales y análisis de datos para medir el impacto y mejorar la visibilidad del destino.

Tabla 36: *Sección 3: Funcionalidades y contenido del sitio web*

Actores claves	**P5**	**P6**	**P7**	**P8**
Mintur Lcda. Martha Arregui	Destaca que un sitio web turístico debe responder a tres preguntas clave: ¿Qué hacer?, ¿Dónde dormir? y ¿Dónde comer?, e incluir detalles sobre costos, transporte y mapas interactivos.	Sugiere enfocarse en la experiencia del visitante, incluyendo información sobre atractivos, gastronomía y transporte.	Sugiere un blog con testimonios y sugerencias de turistas, evitando noticias que puedan ser negativas.	Destaca la utilidad de la inteligencia artificial para acceder a información rápida y confiable.
Gad Guaranda Lcdo. Gustavo Fierro	Destaca que el video es la herramienta más efectiva para transmitir experiencias, superando al texto y las imágenes estáticas.	Propone incluir testimonios de turistas, ya que los comentarios reales son más efectivos que la información institucional.	También coincide, pero sugiere priorizar el uso de videos sobre textos escritos.	Coincide, pero enfatiza que debe complementarse con atención humana para evitar frustraciones por respuestas automatizadas imprecisas.

Hostal Oasis Lcdo. Edison Guaranda	Guaranda destaca que las fotografías atractivas de los destinos son clave, ya que los turistas suelen basar su decisión en imágenes llamativas.	Resalta el interés de los turistas por atractivos y gastronomía	Está de acuerdo en que un blog con recomendaciones de viaje sería beneficioso.	Sugiere que los chatbots serían útiles para brindar respuestas inmediatas.

Nota: Se recomienda que un sitio web turístico incluya información clave, testimonios de turistas, videos y fotografías atractivas. Además, se destaca el uso de inteligencia artificial y chatbots, complementados con atención humana para mejorar la experiencia del visitante.

Tabla 37: *Sección 4: Diseño, accesibilidad e innovación*

Actores claves	P9	P10	P11	P12
Mintur Lcda. Martha Arregui	Sugiere un diseño visualmente atractivo, con imágenes de alta calidad y colores vibrantes.	Menciona la diversidad cultural y los colores vivos de la provincia.	Enfatiza que el inglés es fundamental, pero señala que en la provincia hay una deficiencia en el dominio del idioma.	Señala que en Bolívar hay muy pocos espacios turísticos inclusivos.
Gad Guaranda Lcdo. Gustavo Fierro	Propone que el diseño se base en una identidad gráfica previamente definida.	Recomienda utilizar elementos gráficos alineados con la marca turística nacional	También coincide en que la web debe estar en inglés y español, y sugiere incluir un tercer idioma, como el chino.	Sugiere simplificar la navegación para facilitar el acceso a personas con discapacidad.
Hostal Oasis Lcdo. Edison Guaranda	Menciona que la web debe incluir elementos tradicionales	Sugiere que el azul y el verde son los colores más representativos	Coincide en que la web debe estar en inglés y español	Considera que la web debe ser accesible para todos

Nota: Se recomienda un diseño atractivo para la web turística de Bolívar, con imágenes de alta calidad y colores representativos como el azul y verde. Debe estar en inglés, español y, preferentemente, en chino, con una navegación accesible para personas con discapacidad y elementos tradicionales que resalten la diversidad cultural.

Tras identificar las condiciones del turismo en Bolívar, se ha determinado la necesidad de mejorar la infraestructura, los servicios y la oferta turística, como siguiente paso, se llevará a cabo un análisis funcional y financiero de la página web que permitirá definir sus características técnicas, evaluar costos y garantizar su sostenibilidad y de esta manera, se busca que la página web sea una herramienta efectiva para la promoción turística y contribuir al desarrollo del sector en la provincia.

4.6.1. Análisis funcional de la página web turística

La página web turística estará diseñada para ofrecer una experiencia dinámica y fácil de navegar, en su inicio, los usuarios serán recibidos con imágenes y videos impactantes que capturan la esencia de la provincia, acompañados de un eslogan atractivo. Además, el menú de navegación será claro y accesible, permitiendo un fácil acceso a las secciones principales. Se incluirán apartados donde los visitantes podrán conocer información útil sobre cómo llegar a cada cantón, qué hacer, dónde comer y dónde hospedarse, todo presentado de manera organizada y visualmente atractiva.

El pie de página será una sección clave que ofrecerá accesos rápidos a todas las partes relevantes del sitio, para facilitar la interacción con los usuarios, también se incluirá información legal y la política de privacidad para garantizar la protección de datos.

Cada sección de la página web estará cuidadosamente estructurada para que los usuarios puedan encontrar rápidamente lo que buscan, desde actividades turísticas y eventos hasta opciones de alojamiento y restauración, todo esto con un diseño

responsivo que asegura una navegación óptima en dispositivos móviles y de escritorio, adaptándose a las necesidades tanto del turista local como internacional.

Propósito de la página web

La página web tiene como objetivo principal contribuir al posicionamiento de la provincia de Bolívar como un destino turístico competitivo, ofreciendo a los usuarios una herramienta práctica que les permita informarse y organizar su visita de manera eficiente. Permitirá a los turistas explorar atractivos naturales y culturales, encontrar opciones de alojamiento y gastronomía, y descubrir actividades únicas que reflejan la riqueza de la provincia.

Este estudio cuenta con el respaldo institucional del Ministerio de Turismo de Bolívar (MINTUR) y será entregado al GAD Provincial, quien asumirá la responsabilidad de garantizar su actualización periódica y el adecuado funcionamiento, con el objetivo de ofrecer información precisa, confiable y accesible a los visitantes.

La estructura mínima que debe tener una página web de turismo debe incluir los elementos esenciales para ofrecer información clara, atractiva y funcional para los visitantes. A continuación, se detalla cada una de las partes fundamentales:

1. **Encabezado**

El logotipo debe ser auténtico y representativo de la provincia de Bolívar, reflejando su identidad de manera única y memorable mediante elementos visuales característicos como montañas, cascadas, ríos y la máscara del Carnaval de Guaranda, resaltando su riqueza natural y cultural. Debe integrar los colores rojo y verde, representativos de la provincia, junto con tonos vibrantes que transmitan diversidad y dinamismo. La tipografía debe ser moderna y elegante, garantizando

legibilidad y adaptabilidad en distintos formatos y medios. Por su parte, el eslogan debe ser una frase corta, llamativa y diferenciadora que capture la esencia de la provincia sin necesidad de mencionar su nombre directamente, transmitiendo su ubicación privilegiada, riqueza natural y diversidad cultural. Además, debe generar interés y curiosidad en los turistas, incentivando la exploración del destino y reforzando su identidad turística.

Para facilitar la accesibilidad internacional, también se debe incluir la opción de cambiar el idioma de la página, permitiendo que turistas de diferentes partes del mundo puedan navegar sin problemas.

2. Página de inicio

La página de inicio es la primera interacción que los visitantes tendrán con nuestro sitio web, por lo que debe causar una impresión impactante. Para ello, utilizaremos una imagen o un video corto y de alta calidad que capture la esencia de la provincia de Bolívar, mostrando sus paisajes más hermosos y sus actividades turísticas más representativas. Esta experiencia visual debe inspirar a los turistas a explorar más a fondo todo lo que la provincia tiene para ofrecer, ya sea a través de actividades naturales, como caminatas en la montaña, o experiencias culturales, como el famoso carnaval de Guaranda.

El menú de navegación será sencillo e intuitivo, permitiendo un acceso fácil a las secciones principales del sitio. En lugar de un esquema tradicional, organizaremos el contenido por cantones, facilitando la búsqueda de información específica. Cada cantón incluirá secciones como "Cómo llegar", "Dónde comer", "Qué hacer" y "Dónde dormir", brindando a los turistas una guía completa para su visita. Además, contaremos con un blog que ofrecerá contenido relevante sobre la

provincia, proporcionando recomendaciones, eventos y datos de interés para enriquecer la experiencia de los viajeros.

3. Sección de destinos o servicios

Se presentará una tabla interactiva que servirá como una guía clara y accesible para los turistas que desean conocer todos los aspectos esenciales de su visita a la provincia de Bolívar. Esta tabla incluye información crucial, como detalles sobre cómo llegar a cada cantón desde diferentes ciudades del país, información sobre el transporte público disponible, opciones de restaurantes, actividades turísticas recomendadas y alojamiento. La tabla está pensada para ser de fácil acceso, permitiendo a los usuarios encontrar rápidamente la información que necesitan para planificar su visita. A continuación, se presenta la estructura de la tabla, que servirá de base para las recomendaciones turísticas de cada cantón de la provincia:

Tabla 38: *Secciones de la página web según los cantones*

Pestaña	Descripción
¿Cómo llegar?	En esta sección se encontrará información sobre las instrucciones de cómo llegar a cada cantón de la provincia desde distintas ciudades del país, además de información sobre transporte público.
¿Dónde comer?	Dentro de esta sección se encontrará información sobre restaurantes, cafeterías, bares, discotecas, entre otros, de cada cantón.
¿Qué hacer?	Detalles sobre las actividades turísticas, tanto naturales como culturales, que se pueden realizar en cada cantón de la provincia.
¿Dónde dormir?	Información sobre los hoteles, de cada cantón de la provincia de Bolívar incluyendo el número de contacto de su propietario.
Contacto	Información de contacto para consultas o solicitudes relacionadas con la página web.
Blog	Opción para que los usuarios dejen comentarios sobre su experiencia en la provincia de Bolívar.

Nota: se presenta las características que se incluirá en cada sección de la página web.

4. **Pie de página**

El pie de página, aunque suele ser una sección discreta, juega un papel clave en la navegación y la accesibilidad del sitio web, en esta área, se deben incluir enlaces rápidos a las secciones principales del sitio, permitiendo a los usuarios acceder de manera eficiente a la información sin necesidad de desplazarse demasiado.

También es importante agregar botones de redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter, pero no solo los de la página web, sino también los de los propietarios de establecimientos turísticos que cuenten con presencia en estas plataformas. Esto fomentará la interacción digital y ampliará la visibilidad tanto de la página como de los negocios locales.

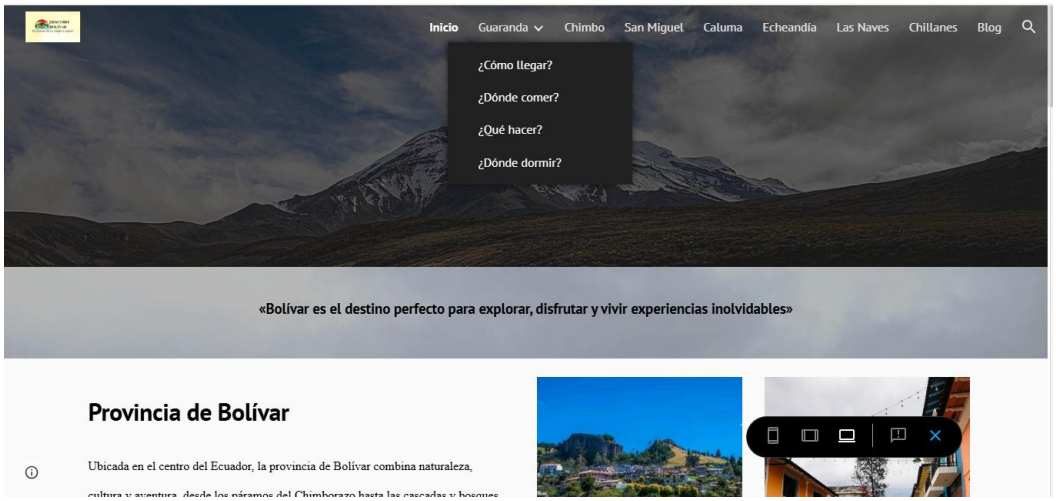
Además, la inclusión de un aviso legal y una política de privacidad es esencial para cumplir con las normativas legales, asegurando la protección de los datos personales de los usuarios y ofreciendo transparencia en el uso de su información.

Por último, el pie de página puede ser un espacio ideal para incluir testimonios de turistas, las opiniones de visitantes son una herramienta poderosa para generar confianza y credibilidad. Permitir que los usuarios dejen sus comentarios sobre su experiencia en Bolívar contribuirá a crear una comunidad en torno al turismo en la provincia, si los testimonios están bien organizados y muestran valoraciones visibles, pueden atraer a nuevos turistas al resaltar los aspectos más destacados de la experiencia en Bolívar.

A continuación, se presenta un ejemplo de cómo podría estar estructurada la página web turística de la provincia de Bolívar. Este ejemplo tiene como objetivo

proporcionar una guía visual y funcional para la organización del contenido, asegurando que la página sea accesible, atractiva y útil tanto para los turistas como para los actores locales del sector.

Ilustración 2: *Estructura del inicio de la página web*



Nota. Se muestra un modelo previo de las secciones principales de la página web

4.6.2. Análisis financiero de la página web turística

El análisis financiero permite realizar los cálculos necesarios ya sea de costos e inversiones y son de gran importancia para la toma de decisiones ya que su objetivo principal es conocer la viabilidad y el valor de inversión necesaria para el desarrollo de un proyecto. De este modo el desarrollo e implementación de la página web requerirá una inversión inicial significativa, para lo cual se realizará un presupuesto de inversión divido en dos partes como; presupuesto Inicial de la página web, presupuesto de investigación del proyecto, así mismo se identificará los costos de mantenimiento anual y posibles fuentes de ingresos para la sostenibilidad del proyecto.

El presupuesto inicial de la página web incluye los costos de su implementación, mientras que el presupuesto de investigación abarca los gastos

relacionados con las salidas de campo y la recopilación de información, y de esta manera ambos se suman para obtener el presupuesto total de inversión.

Tabla 39: *Presupuesto de investigación del proyecto*

Presupuesto de investigación del proyecto			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Movilización por cantón	7	300	2100
Hospedaje	16	60	960
Alimentación	48	9	432
Visita a los atractivos turísticos	41	20	820
Fotografías	149	4	596
Total, investigación			**4908**

Nota. Se muestra un valor aproximado del costo de 4908 dólares que tiene la investigación del proyecto para la salida de campo, la toma de fotografías y otros.

Tabla 40: *Presupuesto inicial para el desarrollo de la página web*

Presupuesto inicial para el desarrollo de la página web	
Descripción	**Valor**
Registro de dominio (.com, .ec)	$ 40
Hosting Web (Anual)	$ 200
Diseño de la página web y branding	$ 1500
Desarrollo web (HTML, CSS, JS, PHP)	$ 2000
Costos de mantenimiento y actualización de la página web	$ 1000
Registro de marca (10 años)	$ 400
Configuración de SEO inicial	$ 1500
Traducción de contenido	$ 1000
Otros gastos preoperativos: licencias, permisos, estudios preliminares	$ 2000
Total, de inversión inicial	**$ 9640**

Nota. Se presentan los costos estimados para la implementación de la página web.

Tabla 41: *Costos de mantenimiento anual*

Concepto	**Cantidad**	**Costo Unitario (USD)**	**Costo Total (USD)**
Renovación de dominio	1	40	40
Renovación de hosting	1	200	200
Actualización de contenido	12 meses	150	1800
Seguridad y soporte técnico	12 meses	100	1200
Estrategias de marketing digital (SEO y Ads)	12 meses	150	1800
Internet	12 meses	28	336
Total, de mantenimiento anual			**5376**

Nota. Se proyectan los costos operativos anuales para garantizar la actualización y funcionamiento del sitio.

Tabla 42: *Costo total de la página web con funcionamiento anual*

Inversión total anual	
Descripción	**Valor**
Presupuesto de investigación del proyecto	$ 4908
Presupuesto inicial de la página web	$ 9640
Costos de mantenimiento Anual	$ 5376
Total	**$ 19924**

Nota. El costo total de inversión anual de mantenimiento funcionamiento es de $ 19924

En general estas inversiones permitirían que se impulse el desarrollo turístico en la provincia generando más visitas a los principales atractivos y una mayor ocupación en los distintos establecimientos turísticos como alojamientos, alimentación, lo que beneficiara directamente a los actores locales de cada cantón.

4.6.3. Discusión

El análisis funcional y financiero de la página web turística de la provincia de Bolívar se realizó mediante enfoques cualitativos y cuantitativos, funcionalmente, la página tiene una estructura intuitiva con secciones clave sobre atracciones turísticas, hospedaje, gastronomía, y herramientas como "¿Cómo llegar?", "¿Dónde comer?", "¿Qué hacer?" y "¿Dónde dormir?". En términos financieros, se estimaron costos de implementación de $4908 para investigación y $9640 para desarrollo, con un mantenimiento anual de $5376, y no incluye personal para administración y actualización.

Comparado con otros estudios, como el de Ruiz (2019), que desarrolló una web para San Pedro de Vilcabamba con una estructura similar pero menos contenido, el presupuesto de implementación en Bolívar es más alto debido a la diversidad de atractivos turísticos. En cuanto a mantenimiento, el proyecto de Bolívar también presenta costos mayores ($5376 frente a los $1004 de Ruiz).

El análisis de Soto-Almela (2024) sobre persuasión en sitios turísticos destaca la importancia de descripciones atractivas y elementos visuales, una recomendación

que se aplica en Bolívar con imágenes de alta calidad e interfaz interactiva. Sin embargo, el enfoque de Bolívar prioriza la funcionalidad y la información sobre la persuasión del lenguaje promocional.

Por último, el estudio de Rocco (2016) sobre la página Cojimíes Travel implementó un modelo de monetización basado en membresías y publicidad, mientras que Bolívar plantea una estrategia de inversión pública. Además, los costos de mantenimiento anual en el sitio de Bolívar son menores que los de Cojimíes Travel ($5376 frente a $8398). Funcionalmente, la web de Bolívar ofrece más herramientas interactivas y un blog de noticias y eventos, a diferencia de Cojimíes, que se enfoca en alojamiento y gastronomía.

Entonces, el análisis funcional y financiero de la página web para la provincia de Bolívar evidencia que la propuesta es viable y sostenible a largo plazo, comparando con estudios previos, se observa que este proyecto ha integrado mejores prácticas de diseño web, estrategias de monetización y financiamiento, asegurando su operatividad y contribución a la promoción del destino.

4.3. Estructura de la página web turística de la provincia de Bolívar

La creación de una página web turística innovadora para la provincia de Bolívar requiere una estructura bien definida que facilite la navegación y el acceso a información relevante para los visitantes. En este apartado se presenta la organización del sitio web, detallando sus secciones principales, funcionalidades y elementos clave que contribuirán a mejorar la promoción y visibilidad del destino.

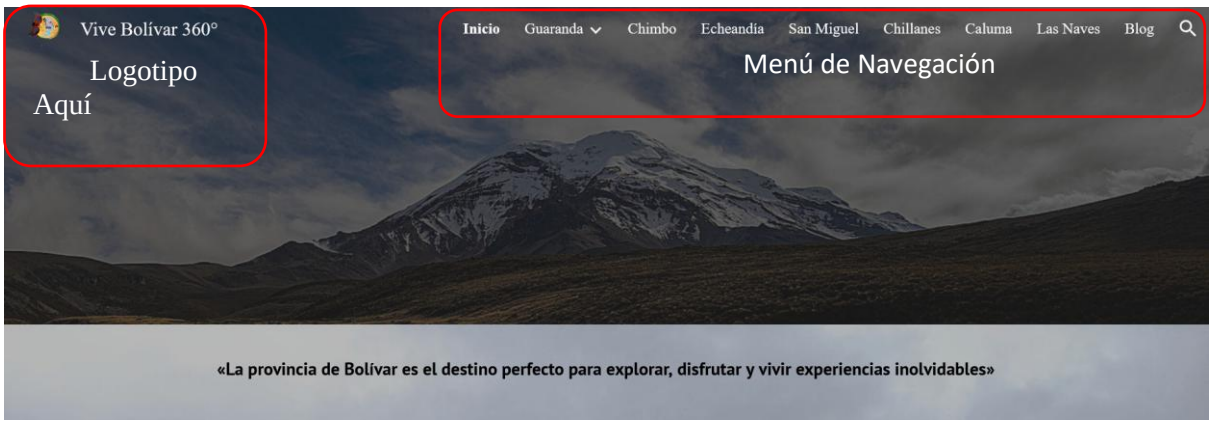
Página web

https://sites.google.com/view/vivebolivar360/inicio

Primera parte/ Home- página principal

Al acceder a la página web, lo primero que se visualiza es la pantalla de inicio del sitio. A continuación, se detallará su estructura y características principales.

Ilustración 3: *Página de inicio*



Nota. Se indica que la página web está dividida en 9 páginas.

Menú de navegación

El menú de navegación del sitio web está diseñado para brindar una experiencia intuitiva y organizada, permitiendo a los usuarios acceder fácilmente a la información turística de la provincia de Bolívar.

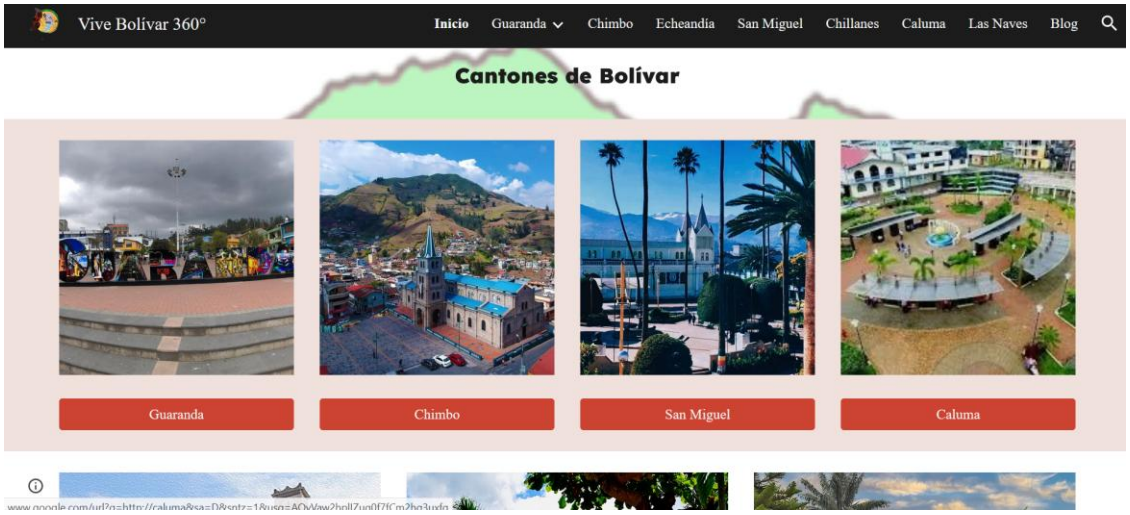
La sección inicio presenta un banner con imágenes representativas de la provincia, destacando su riqueza natural y cultural, ofrece accesos directos a las principales páginas del sitio, permitiendo una navegación ágil y eficiente. Un elemento clave de esta página es el mapa interactivo, donde se puede visualizar la ubicación de los distintos cantones de la provincia, facilitando la planificación del viaje. También se incluye una herramienta de búsqueda rápida, que permite filtrar información por categoría o palabra clave, optimizando la experiencia del usuario.

Ilustración 4: *Sección con imágenes representativas y descripción de la provincia*



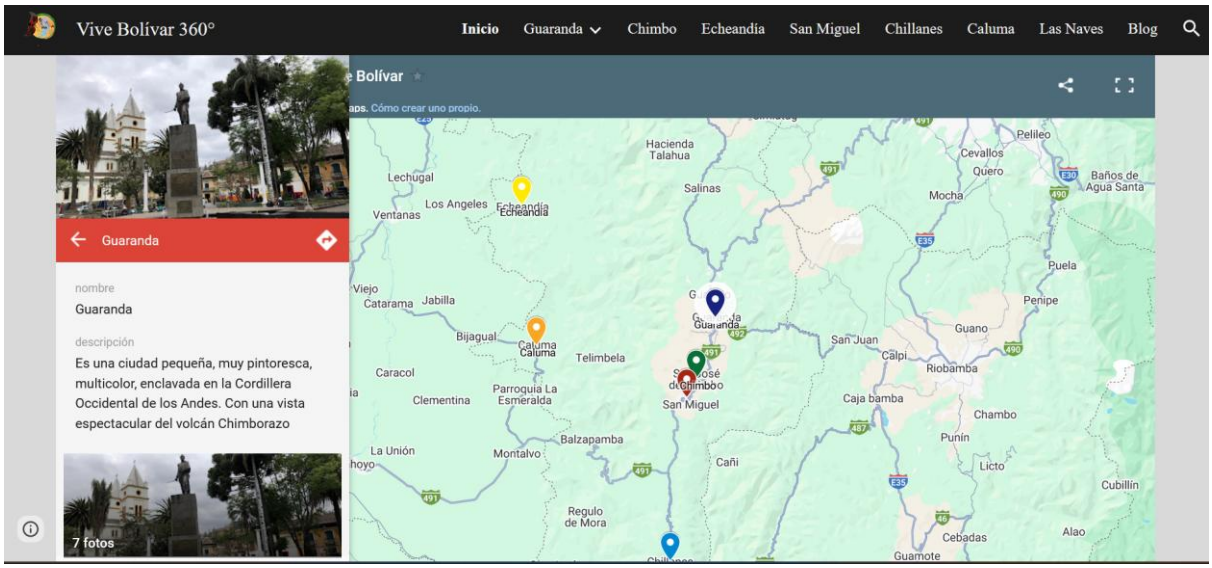
Nota. Se muestra la primera sección de la página inicio

Ilustración 5: *Sección de acceso directo a cada cantón de la provincia de Bolívar*



Nota. Al dar clic en cada botón se dirige a cada cantón.

Ilustración 6: *Mapa interactivo de visualización de ubicación de los 7 cantones*



Nota. Se muestra cada cantón en el mapa con fotos y una descripción corta

En las páginas de cada cantón de Bolívar, se encuentra información detallada que incluye una descripción general del cantón, junto con datos sobre cómo llegar, opciones gastronómicas, atractivos turísticos y alternativas de hospedaje. Para complementar esta información, se incorporan galerías fotográficas, así como recomendaciones sobre actividades y experiencias únicas que los visitantes pueden disfrutar en cada destino.

Cantón Guaranda

Ilustración 7: *Sección de encabezado, descripción general del cantón Guaranda*



Nota. Se muestra además imágenes representativas del cantón

Ilustración 8: *Sección ¿Cómo llegar?*



Nota. Se muestra el tiempo de llegada de lugares como Quito, Guayaquil y otros.

Ilustración 9: *Sección ¿Dónde comer?*



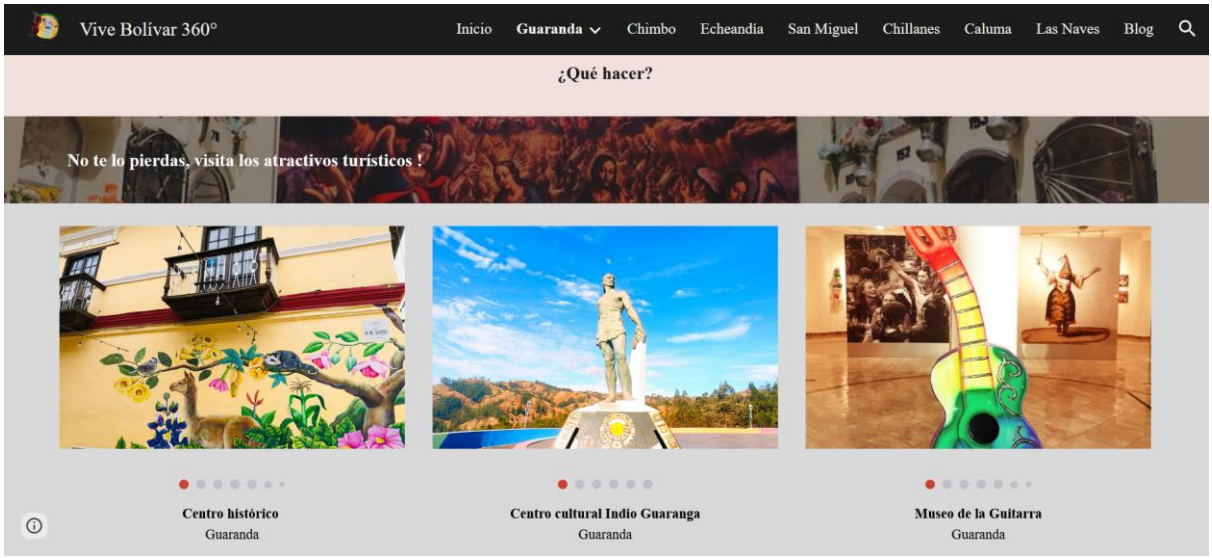
Nota. Se muestra información como nombre del establecimiento, su categoría, dirección, número de teléfono y el acceso a redes sociales y en algunos a ¿Cómo llegar? Con Google maps.

Ilustración 10: *Sección de gastronomía representativa del cantón Guaranda*



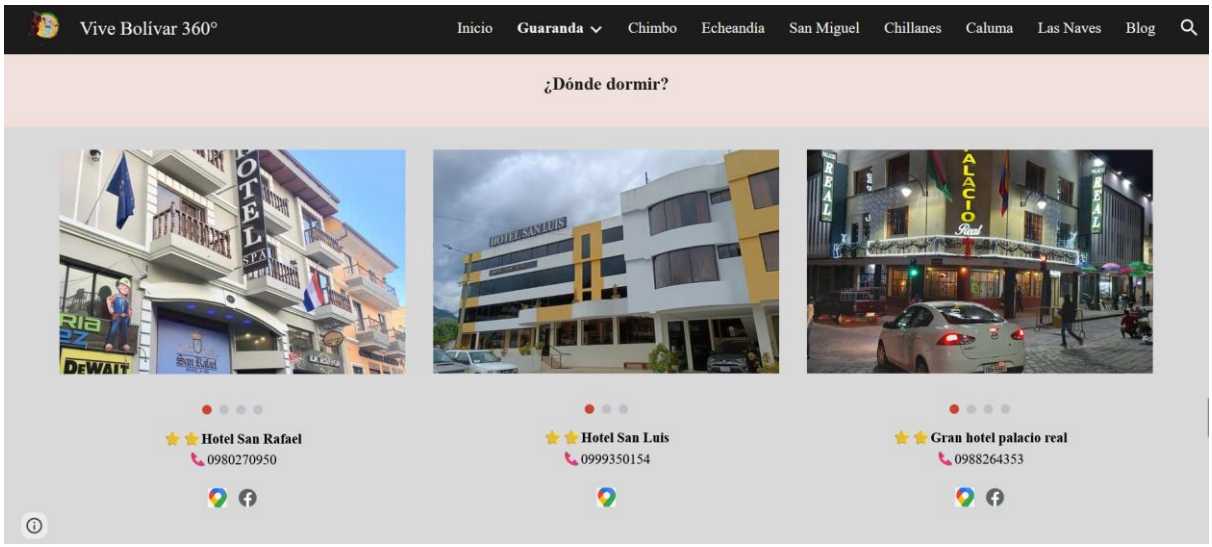
Nota. Es importante que cada cantón identifique los platos típicos auténticos mediante investigación.

Ilustración 11: *Sección ¿Qué hacer? – atractivos turísticos del cantón Guaranda*



Nota. Cada atractivo debe incluir el acceso a otra página donde se mencione las características principales del atractivo, experiencias, actividades, ubicación, entre otros.

Ilustración 12: *Sección ¿Dónde dormir? alternativas de hospedaje*



Nota. Se muestra por cada hospedaje su nombre, la categoría en estrellas, número telefónico, enlace mediante iconos a red social Facebook y Google maps.

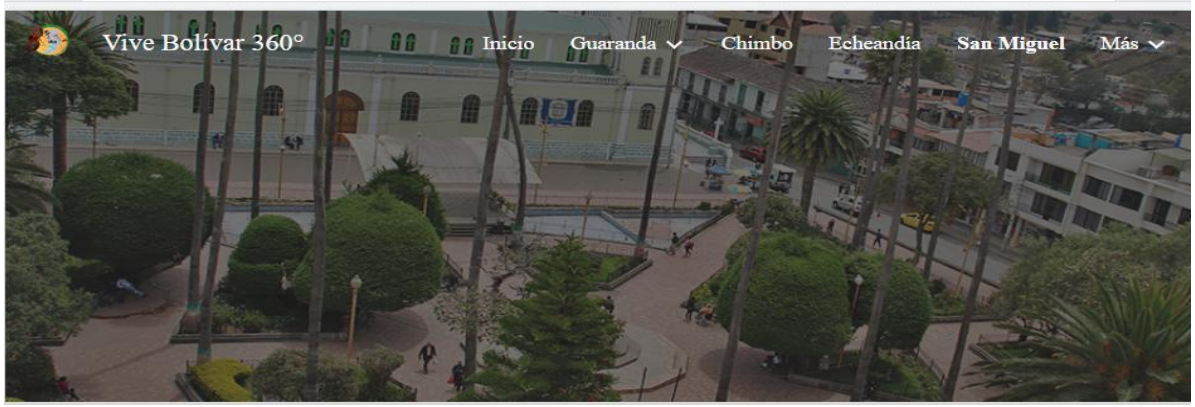
Para los siguientes cantones como Chimbo, Echeandía, la estructura es similar a la del cantón Guaranda.

Cantón San Miguel

Imagen representativa y descripción del cantón San Miguel

Se muestra una representación visual del Cantón San Miguel, mostrando el paisaje montañoso y la vegetación típica de la región, destacando su clima templado con una temperatura de 17,5°C.

Ilustración 13: *Sección de imagen representativa del cantón san Miguel*



Nota: Se muestra imagen representativa del cantón San Miguel

Ilustración 14: *Descripción del cantón San Miguel*



Nota: Se muestra una pequeña descripcion del canton san Miguel

1. ¿Como llegar?

Se ilustra un mapa que muestra las principales rutas hacia San Miguel desde Quito, Guayaquil y Riobamba. Los caminos están marcados claramente, facilitando el entendimiento de la accesibilidad del cantón y destacando puntos clave en el viaje, como la ciudad de Guaranda.

Ilustración 15: *Sección ¿Cómo llegar?*



Nota: Se muestra el tiempo de llegada de lugares como Quito, Guayaquil o Riobamba

2. ¿Dónde comer?

En este apartado se encuentra una lista de los establecimientos de alimentos y bebidas registrados por el Ministerio de Turismo.

Ilustración 16: *Sección ¿Dónde comer?*



¿Dónde comer?

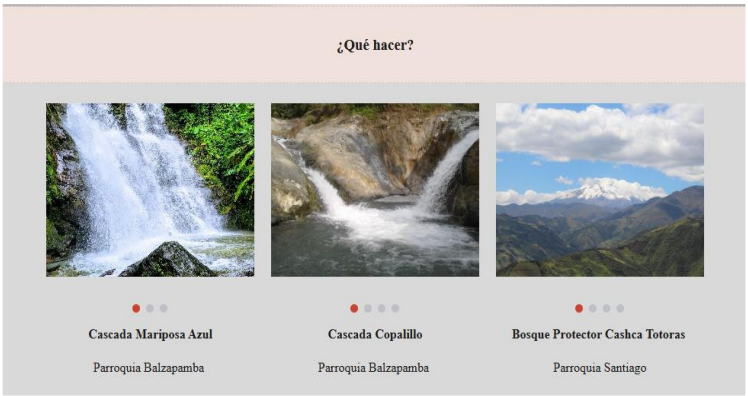
Nombre comercial	Categoría	Dirección	Teléfono	
Broster Chicken Exquisite	Un tenedor	Pichincha, Olmedo, Sn	0994144643	
Restaurant Self Service	Un tenedor	Sucre, Pichincha, Sn	0994732425	
Saona	(3) Tres Copas	Azuay, 9 de abril, 711	0995453295	
No Bar Discotek Mas Lounge	(1) Una copa	Pichincha, Juan Pio De Mora, 0	0997353816	

Nota: Se muestra los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas.

3. ¿Qué hacer?

En este apartado se encuentra imágenes de los principales atractivos turísticos del cantón, con un carrusel de fotos por cada atractivo, mostrando un rincón idílico para los visitantes que buscan tranquilidad y belleza escénica

Ilustración 17: *Sección ¿Qué hacer?*



Nota: Se encuentran los diferentes atractivos naturales y culturales del cantón.

Ilustración 18: *Continuación de la sección ¿Qué hacer?*

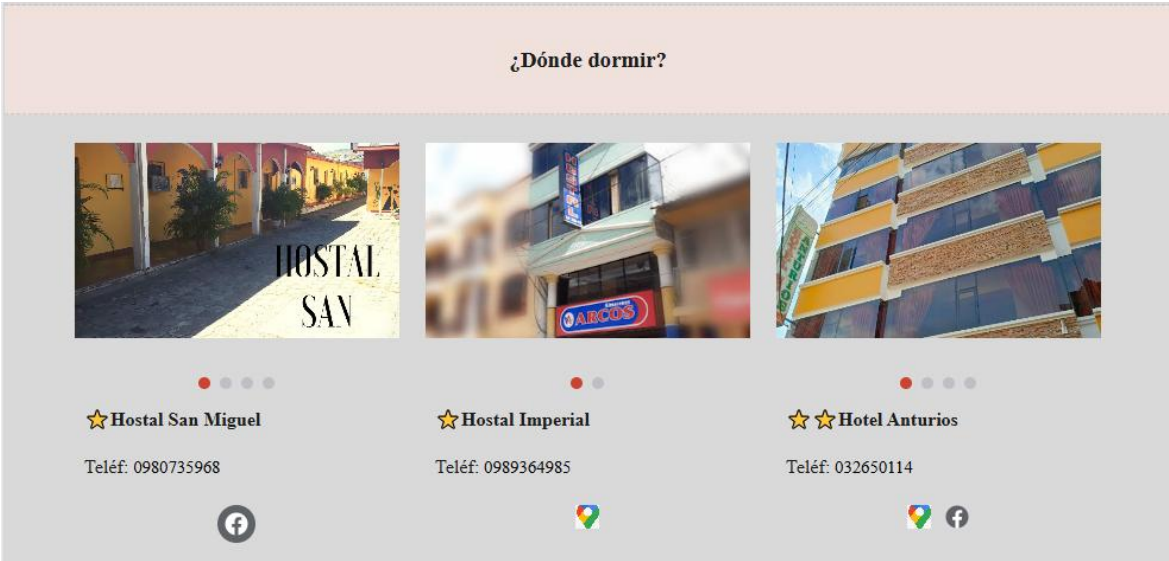


Nota: Se encuentran los diferentes atractivos naturales y culturales del cantón.

4. ¿Dónde dormir?

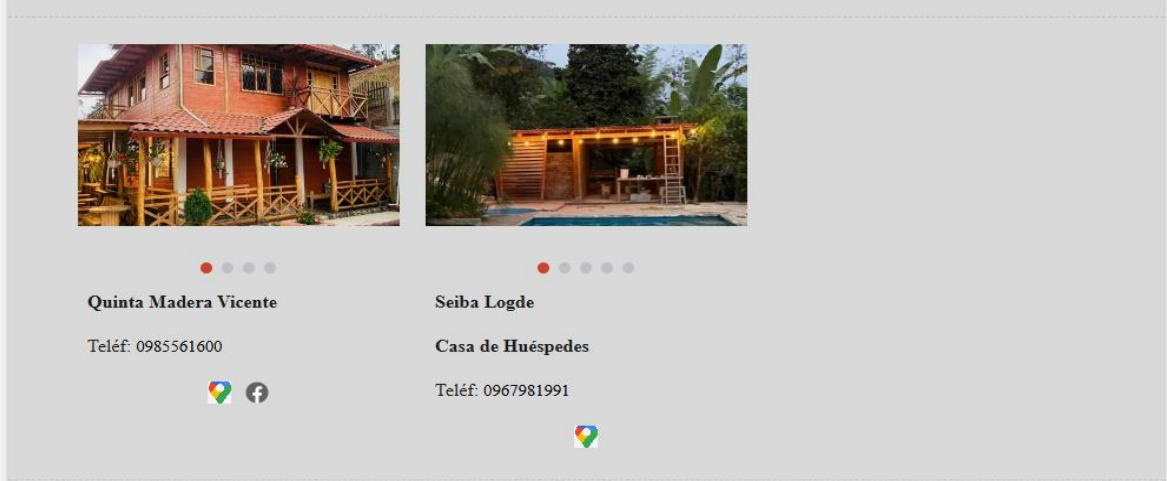
Collage de imágenes de los alojamientos disponibles, incluyendo las habitaciones u otros servicios. Además, se puede ingresar a las redes sociales y la ubicación.

Ilustración 19: *Sección ¿Dónde dormir?*



Nota: Se encuentran una lista de establecimientos de alojamientos.

Ilustración 20: *Continuación de la sección ¿Dónde dormir?*



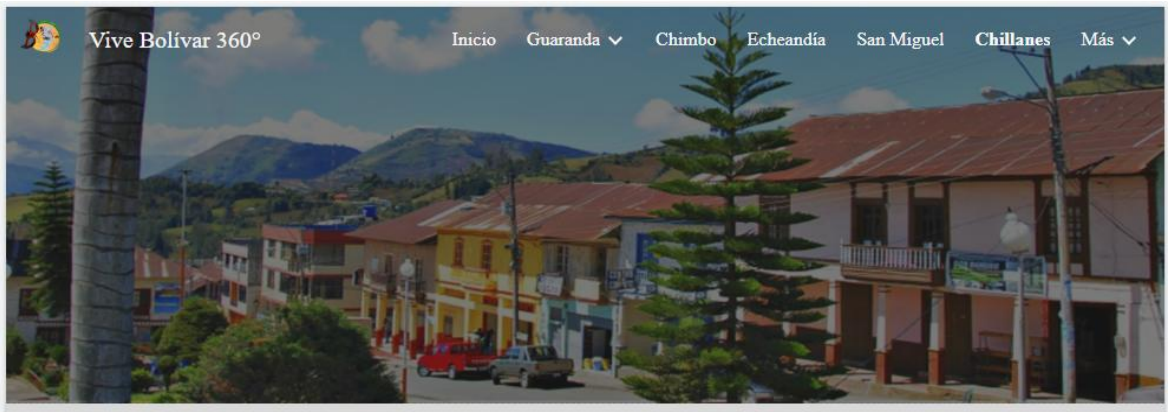
Nota: Se encuentran una lista de establecimientos de alojamientos.

Cantón Chillanes

4.3.2.1. Imagen representativa y descripción del cantón Chillanes

Se muestra una imagen que ilustra el paisaje agrícola de Chillanes, conocido como el "Granero del Ecuador". Este cantón es famoso por su rica agricultura y hospitalidad, así como por su ubicación privilegiada que permite el cultivo de especies como maíz y tomate de árbol.

Ilustración 21: *Sección de imagen representativa del cantón Chillanes*



Nota: Se muestra imagen representativa del cantón Chillanes

Ilustración 22: *Descripción del cantón Chillanes*

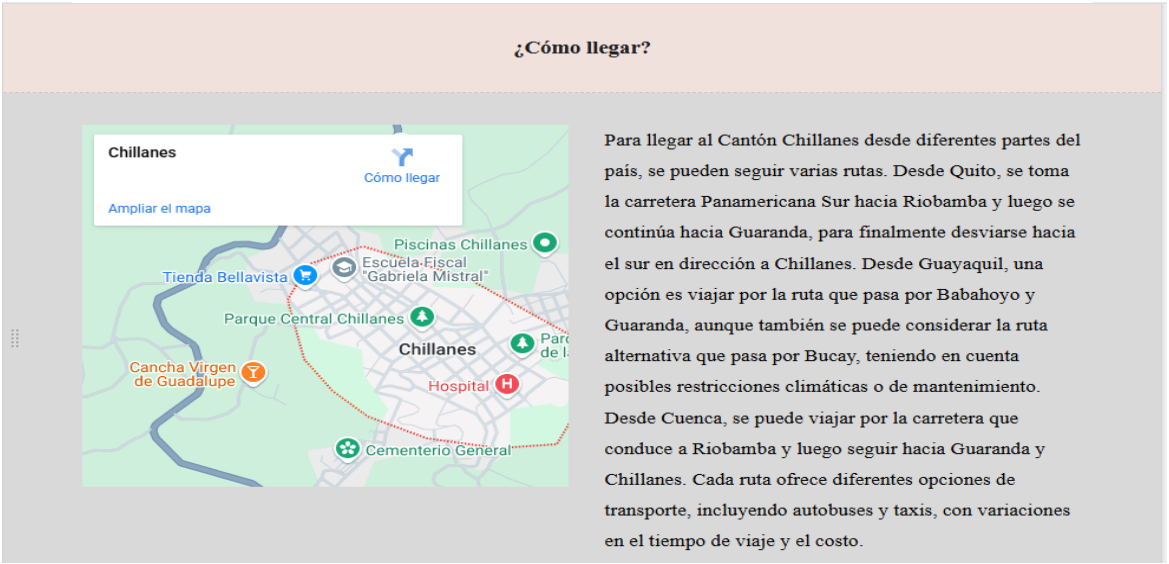


Nota: Se muestra una pequeña descripcion del canton Chillanes.

4.3.2.2. ¿Cómo Llegar?

Un mapa presenta las rutas que conducen a Chillanes desde Quito, Guayaquil y otras ciudades cercanas, con caminos resaltados que indican la facilidad de acceso. Destaca la necesidad de pasar por Guaranda antes de llegar a Chillanes.

Ilustración 23: *Sección ¿Cómo llegar?*

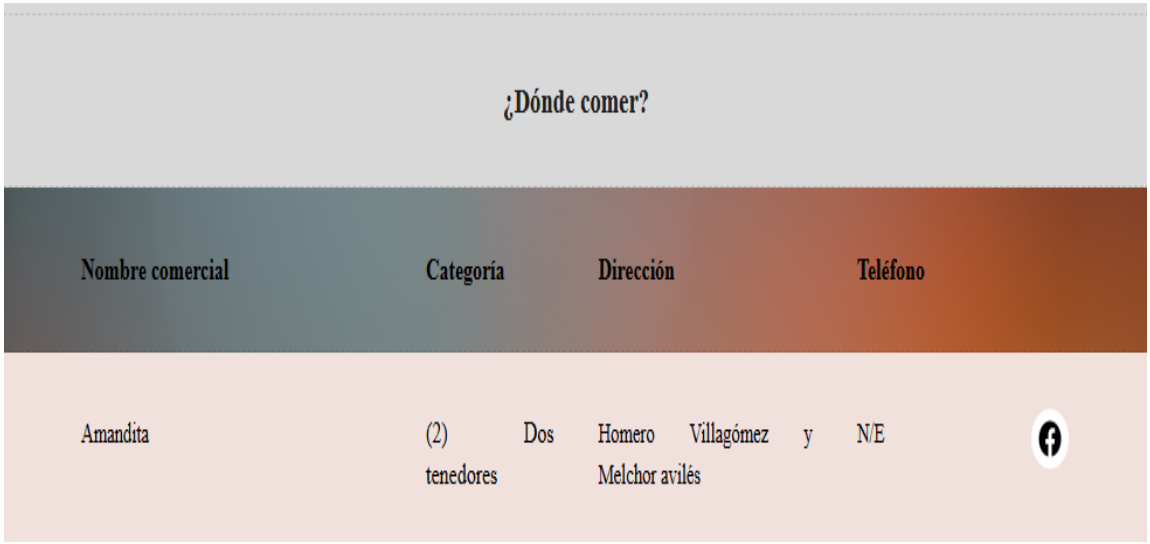


Nota: Se muestra el tiempo de llegada estimado de diferentes lugares como Quito, Guayaquil o Riobamba.

4.3.2.3. ¿Dónde Comer?

En este apartado se enlista el restaurante recomendado en Chillanes, resaltando su oferta culinaria local, teniendo en cuenta que hay más establecimientos de alimentos y bebidas, pero no se encuentran registrados en el catastro de actividades turísticas.

Ilustración 24: *Sección ¿Dónde comer?*



Nota: Se muestra un establecimiento de alimentos, debido a que los demás establecimientos, no se encuentran registrados en el catastro turístico.

4.3.2.4. ¿Qué Hacer?

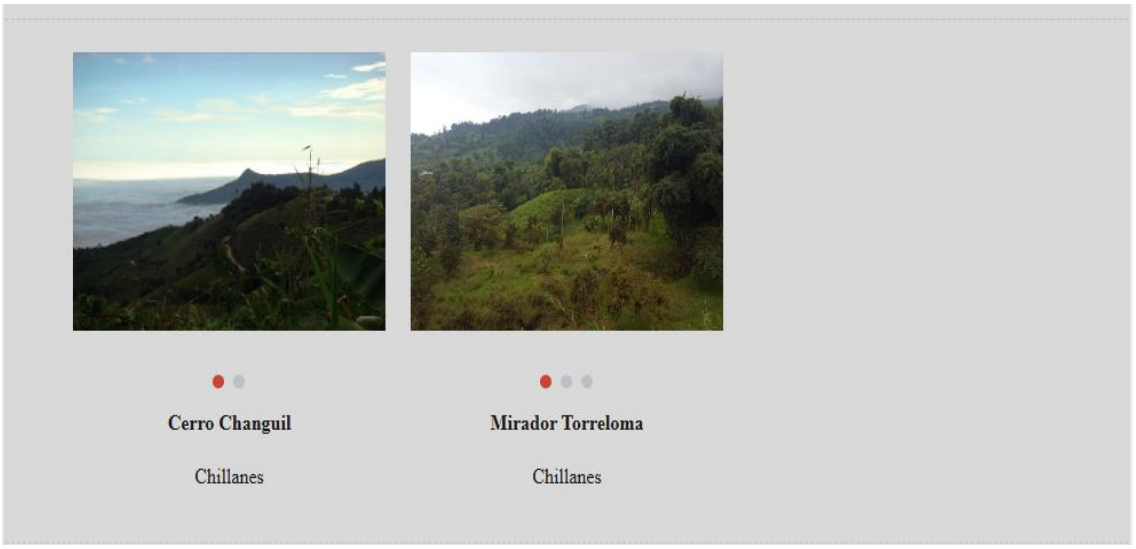
Un carrusel de fotos muestra los principales atractivos turísticos de Chillanes

Ilustración 25: *Sección ¿Qué hacer?*



Nota: Se encuentran los diferentes atractivos turísticos, tanto naturales como culturales.

Ilustración 26: *Continuación de la sección ¿Qué hacer?*



Nota: Se encuentran los diferentes atractivos turísticos, tanto naturales como culturales.

4.3.2.5. ¿Dónde Dormir?

Collage de imágenes de alojamiento en Chillanes, como el Gran Hostal de Chillanes, incluyendo servicios ofrecidos y enlaces a sus redes sociales para reservas rápidas.

Ilustración 27: *Sección ¿Dónde dormir?*



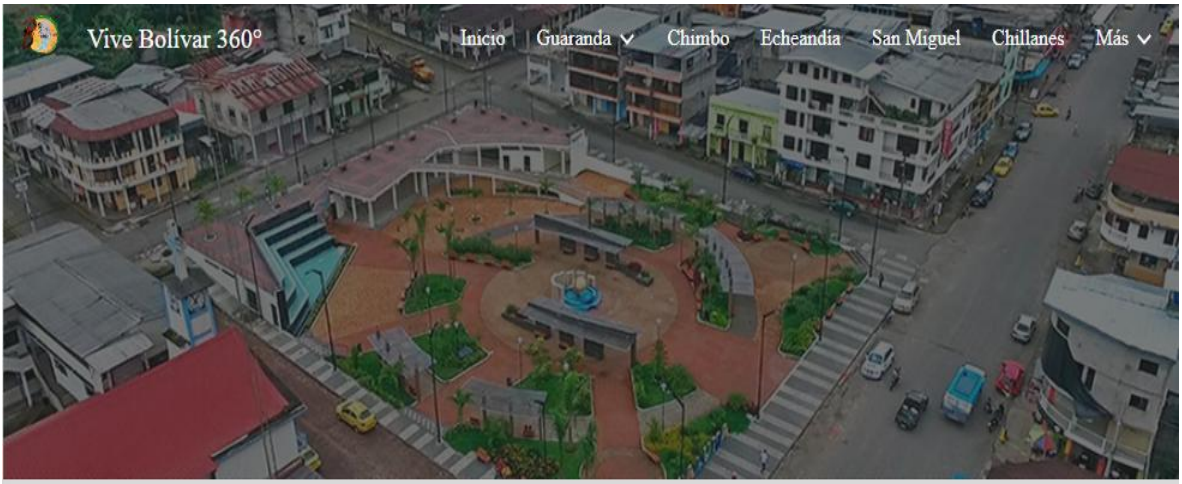
Nota: Se encuentran un solo establecimiento de alojamiento.

4.3.3. Cantón Caluma

4.3.3.1. Imagen Representativa y Descripción del Cantón Caluma

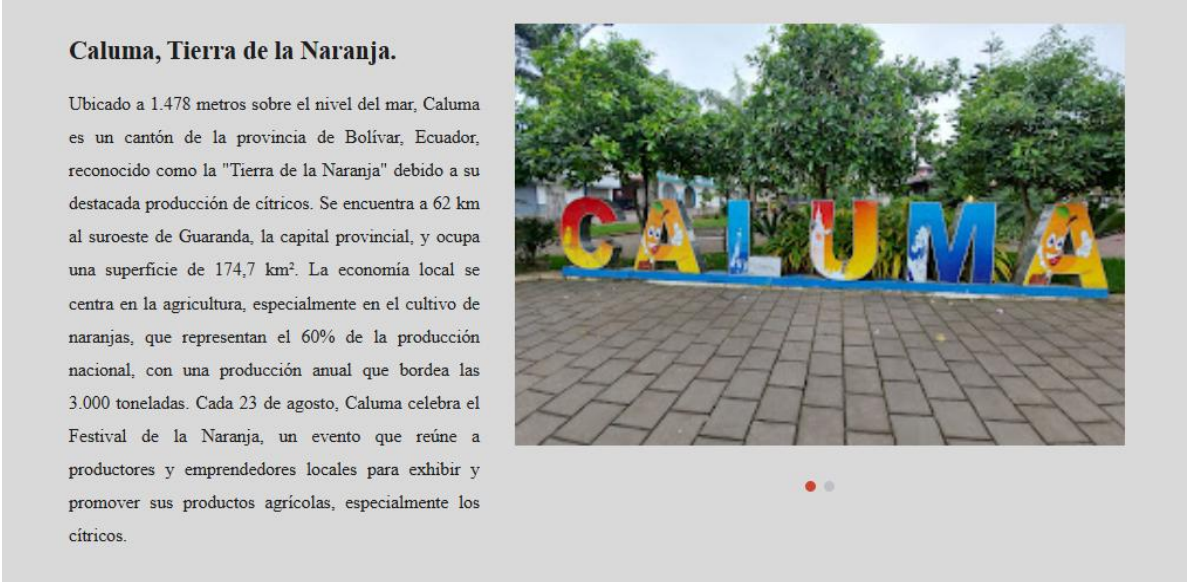
Se presenta una imagen de Caluma, que muestra la típica producción de naranjas y el entorno natural. Este cantón es conocido por su agricultura centrada en cítricos, especialmente naranjas**.**

Ilustración 28: *Sección de imagen representativa del cantón Caluma*



Nota: Se muestra imagen representativa del cantón Caluma

Ilustración 29: *Descripción del cantón Caluma*

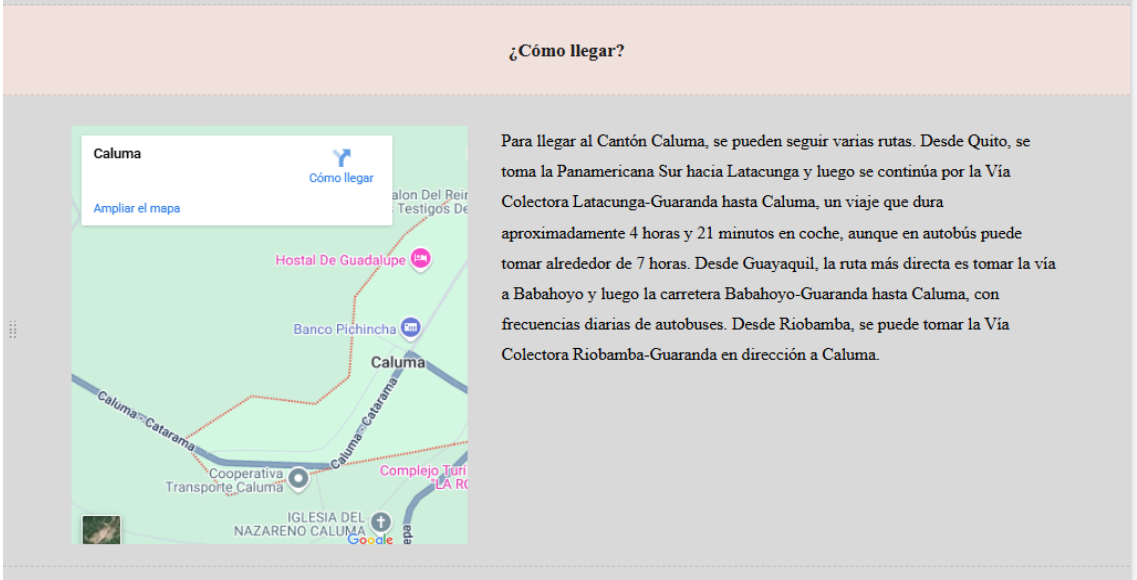


Nota: Se muestra una pequeña descripcion del canton Caluma

4.3.3.2. ¿Cómo Llegar?

Un mapa detalla las principales rutas hacia Caluma desde ciudades vecinas, con caminos claros que indican cómo llegar desde la Panamericana Sur.

Ilustración 30: *Sección ¿Cómo llegar?*



Nota: Se muestra el tiempo de llegada estimado de diferentes lugares como Quito, Guayaquil o Riobamba

4.3.3.3. ¿Dónde Comer?

Este apartado incluye una lista de los establecimientos de alimentos y bebidas

incluyendo su red social

Ilustración 31: *Sección ¿Dónde comer?*

¿Dónde comer?

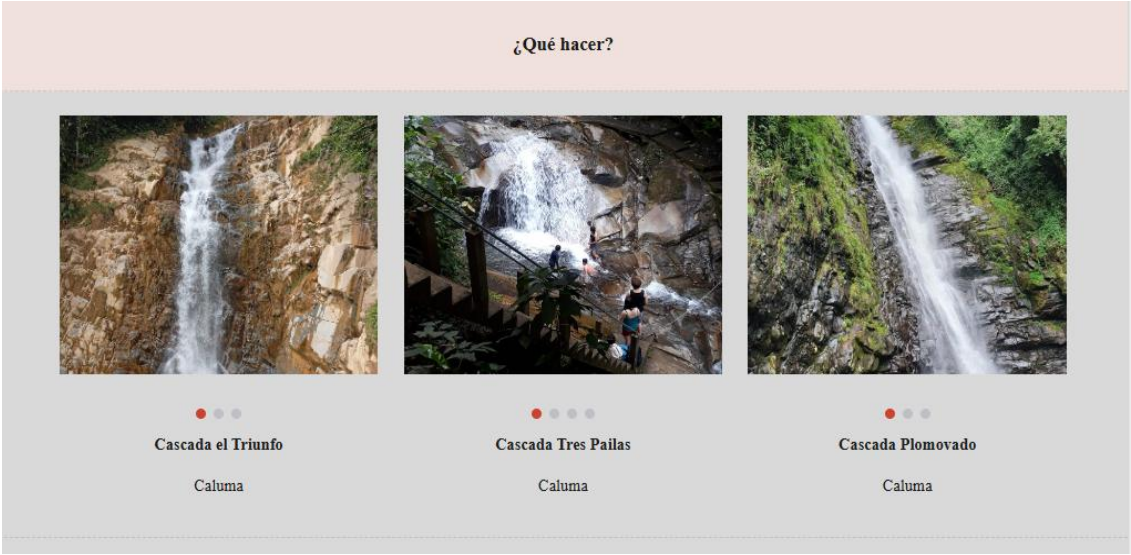
Nombre comercial	Categoría	Dirección	Teléfono	
El Chef Caluma	(1) Un tenedor	Av. La Naranja, Anarcasis Camacho, 0341	0959609664	
Bijao Resort	(1) Un tenedor	Via A Guamaspungo, Calle Sn, 0	0980768975	
Frutilandia M A	(1) Un tenedor	23 De Agosto, Callejon, S/N	0980163540	
Discoteca Obsession	(1) Una copa	Av. La Naranja, Celestino Sosa, Sn	0985288982	

Nota: Se muestra una lista de establecimiento de alimentos y bebidas, registrados en el catastro de actividades turísticas

4.3.3.4. ¿Qué Hacer?

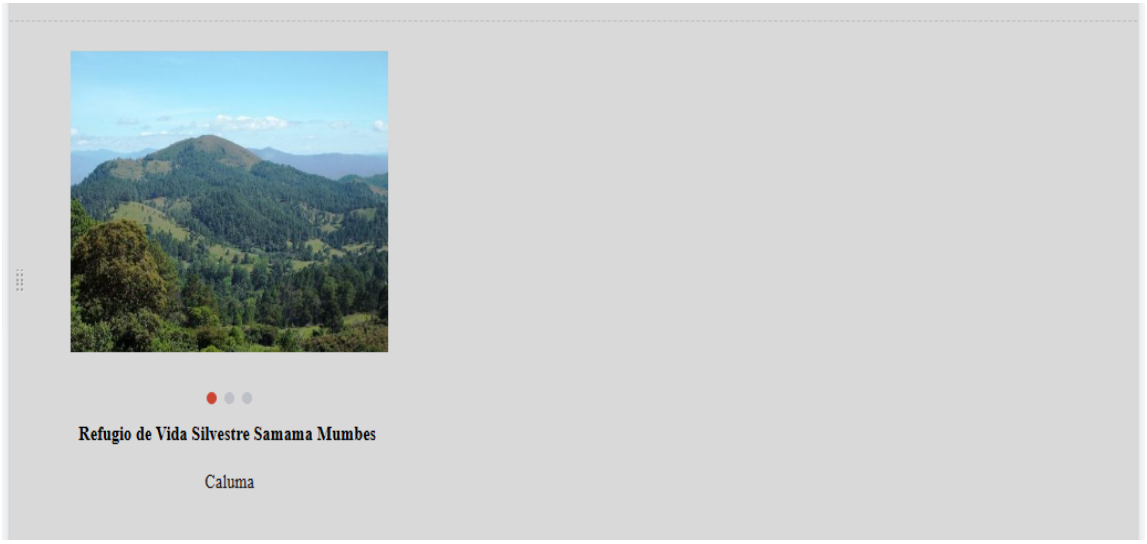
Se muestra un carrusel con imágenes de los atractivos turísticos del cantón.

Ilustración 32: *Sección ¿Qué hacer?*



Nota: Diferente atractivos naturales y culturales del cantón Caluma.

Ilustración 33: *Continuación de la sección ¿Qué hacer?*

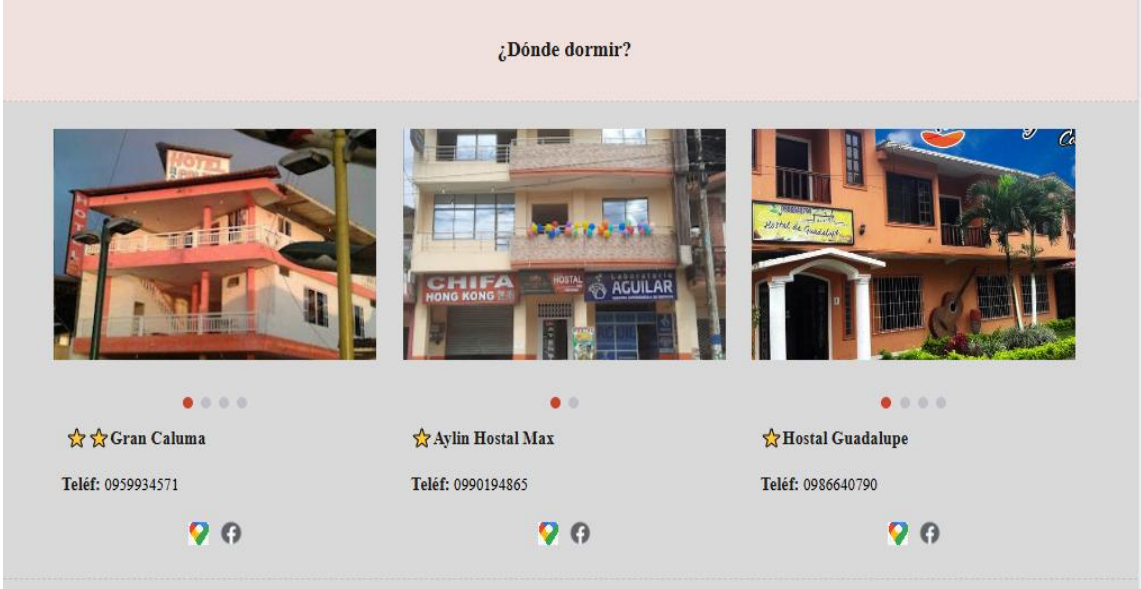


Nota: Diferente atractivos naturales y culturales del cantón Caluma.

4.3.3.5. ¿Dónde Dormir?

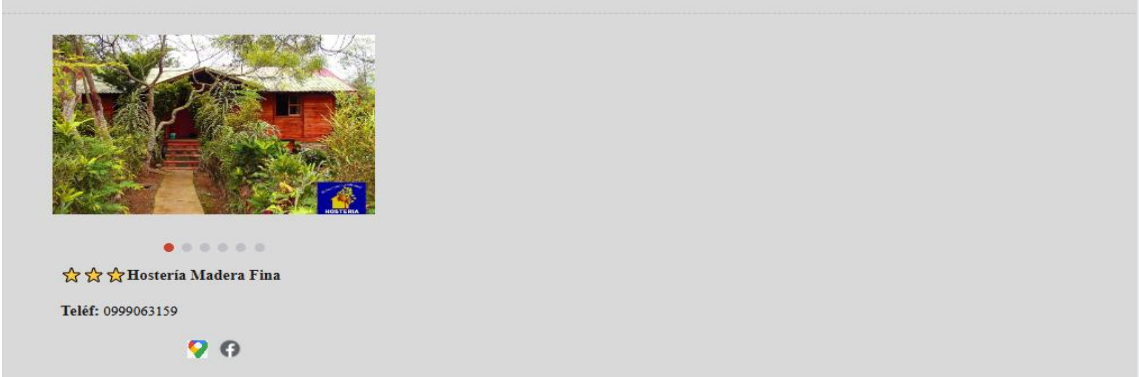
Imágenes de diversas opciones de alojamiento, con descripciones de sus instalaciones y enlaces a sus contactos.

Ilustración 34: *Sección ¿Dónde dormir?*



Nota: Diferentes establecimientos de alojamiento disponibles en el cantón Caluma

Ilustración 35: *Continuación de la sección ¿Dónde dormir?*



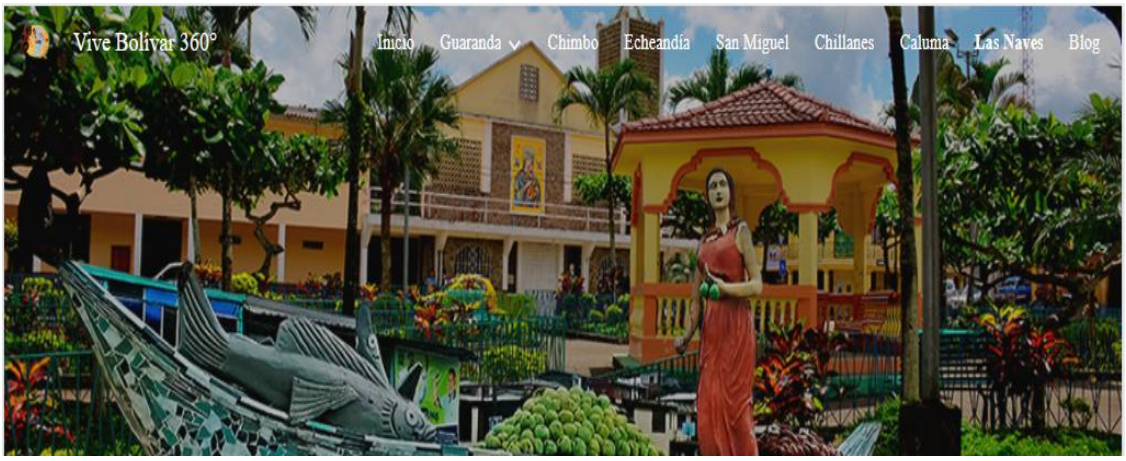
Nota: Diferentes establecimientos de alojamiento disponibles en el cantón Caluma

4.3.4. Cantón Las Naves

4.3.4.1. Imagen representativa y descripción del cantón Las Naves

Se ilustra un paisaje de Las Naves que muestra su abundante vegetación y escenarios subtropicales. Este cantón se basa en la agricultura y el ecoturismo.

Ilustración 36: *Sección de imagen representativa del cantón Las Naves*



Nota: Se muestra imagen representativa del cantón Las naves.

Ilustración 37: *Descripción del cantón Las Naves*

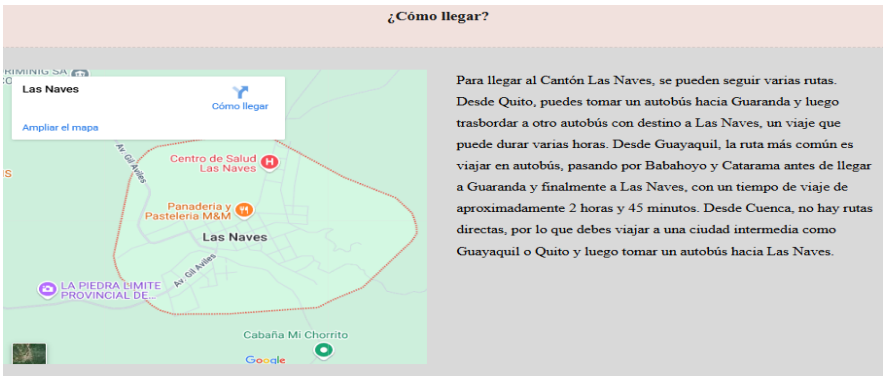


Nota: Se muestra una pequeña descripción del cantón Las Naves.

4.3.4.2. ¿Cómo llegar?

Se presenta un mapa mostrando las rutas desde Quito y Guayaquil hacia Las Naves, enfatizando la accesibilidad del cantón.

Ilustración 38: *Sección ¿Cómo llegar?*

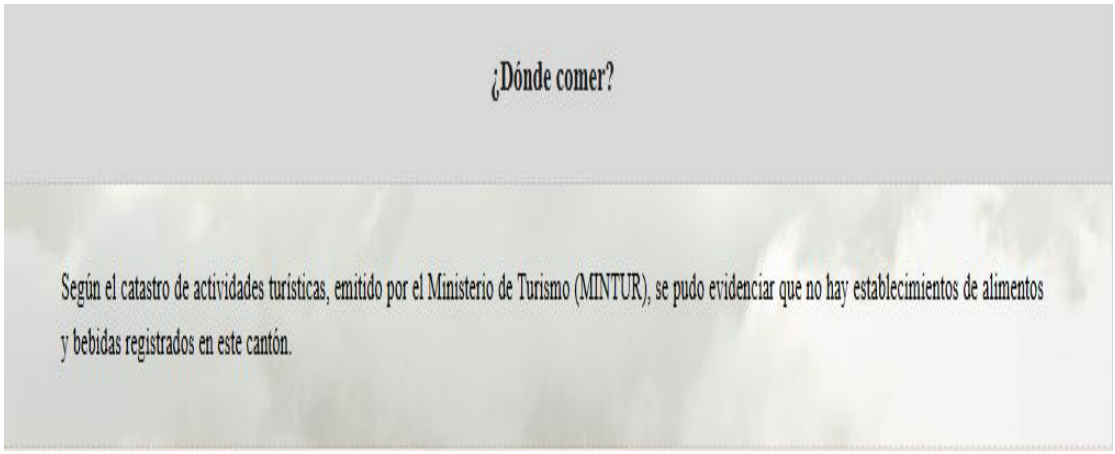


Nota: Se muestra el tiempo de llegada estimado de diferentes lugares como Quito, Guayaquil o Riobamba

4.3.4.3. ¿Dónde comer?

Como se puede evidenciar según el catastro de actividades turísticas, emitido por el Ministerio de Turismo (MINTUR), se ha evidenciado que en el cantón Chillanes no existe un registro de establecimientos de alimentos y bebidas. Esta situación podría representar un desafío para los visitantes que buscan opciones gastronómicas locales.

Ilustración 39: *Sección ¿Dónde comer?*

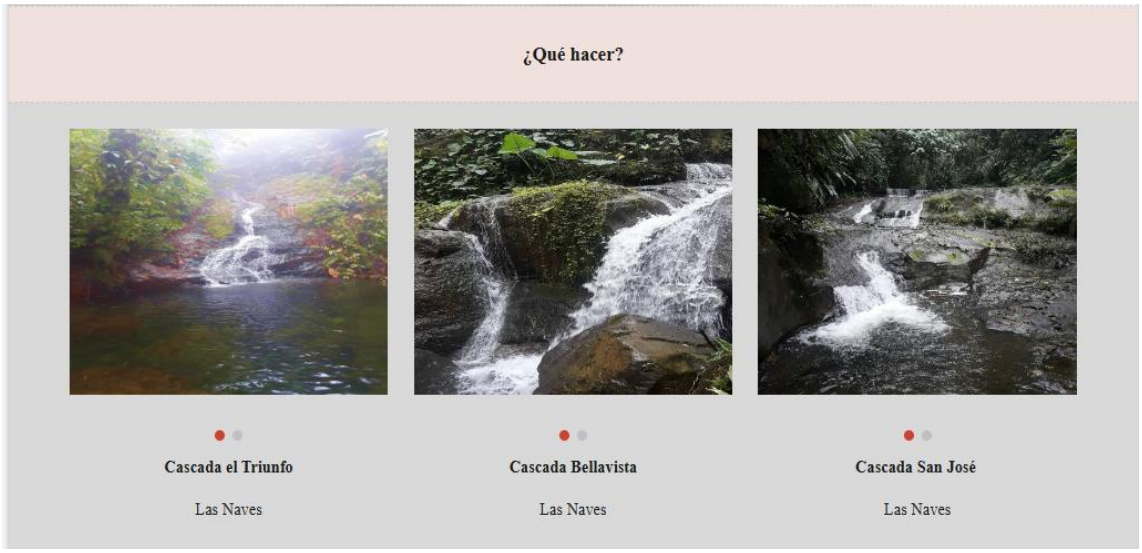


Nota: No hay establecimiento de alimentos y bebidas, registrados en el catastro de actividades turísticas.

4.3.4.4. ¿Qué hacer?

Carrusel de imágenes de los puntos de interés turístico.

Ilustración 40: *Sección ¿Qué hacer?*



Nota: Diferentes atractivos naturales y culturales del cantón Las Naves.

Ilustración 41: *Continuación de la sección ¿Qué hacer?*



Nota: Diferentes atractivos naturales y culturales del cantón La Naves.

4.3.4.5. ¿Dónde dormir?

Collage de imágenes de alojamiento en Las Naves, incluyendo al menos 1 opción de hospedaje, con enlaces a redes sociales y direcciones para facilitar la búsqueda.

Ilustración 42: *Sección ¿Dónde dormir?*



Nota: A pesar de que su oferta es muy limitada, cuenta con un establecimiento de alojamiento.

Por otro lado, la sección blog reúne contenido dinámico y actualizado sobre el turismo en la provincia, aquí se pueden encontrar relatos de experiencias turísticas, recomendaciones de rutas personalizadas y guías de viaje. Además, se publicarían

noticias sobre eventos y festividades locales, junto con testimonios de visitantes y entrevistas con actores clave del sector turístico.

Ilustración 43: *Página de blog*



Nota. En esta página blog reúne contenido dinámico y actualizado de la provincia y además permite agregar comentarios por cada temática.

En general el menú de navegación ha sido diseñado para ofrecer una exploración fluida y enriquecedora del sitio web, asegurando que los usuarios encuentren fácilmente la información necesaria para conocer la provincia de Bolívar.

Pie de página

El pie de página de la página web está diseñado para proporcionar información relevante y enlaces de acceso rápido a los usuarios. Se estructura en tres secciones principales:

1. **Sobre nosotros**

En esta sección se ofrece una breve descripción del propósito del sitio web, resaltando que es una plataforma de información turística de la provincia de Bolívar, Ecuador. Además, se menciona la presencia de un "Asistente Virtual Chatbot", que brinda soporte interactivo a los visitantes del sitio.

2. Enlaces de interés

Aquí se incluyen accesos directos a instituciones clave relacionadas con el turismo, como el Ministerio de Turismo, Ecuador Travel y la Prefectura de Bolívar, estos sitios facilitan la consulta de información oficial sobre promoción turística, regulaciones y programas gubernamentales relacionados con la actividad turística de la provincia.

3. Términos de uso

Esta sección proporciona enlaces a las políticas de privacidad y de cookies del sitio web, garantizando la transparencia en el manejo de datos de los usuarios y el cumplimiento de normativas sobre el uso de información personal en la plataforma.

Ilustración 44: *Sección de pie de página*



Nota. Se muestra la estructura y diseño del pie de página que incluye el logotipo y mapa de la provincia de Bolívar.

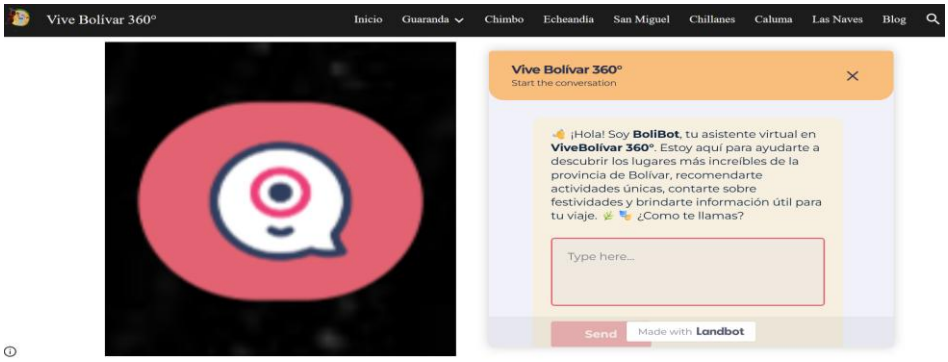
Además, el pie de página incorpora íconos de redes sociales, lo que sugiere que el sitio cuenta con presencia en plataformas digitales, permitiendo a los usuarios acceder a contenido adicional y mantenerse actualizados sobre novedades y eventos turísticos de la provincia de Bolívar.

Estructura del asistente Chat Bot

El asistente virtual está diseñado para proporcionar información turística sobre la provincia de Bolívar en Ecuador, su interfaz es amigable e interactiva, permitiendo a los usuarios acceder a información relevante de manera rápida y sencilla. A continuación, se describe su estructura:

Inicio del Chat Bot

Ilustración 45: Inicio del Chat Bot



Nota. Muestra un mensaje de bienvenida con la opción de iniciar la conversación.

Opciones del menú principal

El chat Bot ofrece varias categorías de información, cada una con un botón de selección: destinos turísticos, actividades y experiencias, eventos y festividades, Gastronomía típica, hospedaje y servicios, rutas y transporte, clima y recomendaciones, contacto y asistencia.

Ilustración 46: *Opciones del menú principal del Chat Bot*

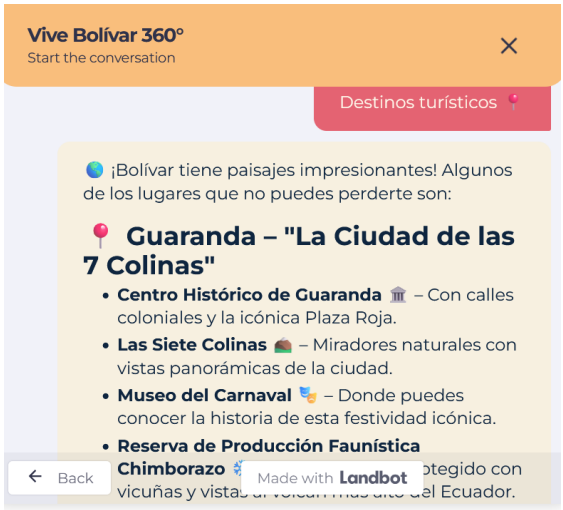


Nota. Se muestra los distintos menús de información que ofrece el Chat Bot.

Respuesta a consultas

Cuando el usuario selecciona una opción (por ejemplo, "Destinos turísticos"), el chatbot proporciona información detallada sobre distintos lugares, de cada cantón y sus atractivos turísticos, puede ofrecer detalles sobre sitios históricos, miradores, museos, reservas naturales y actividades al aire libre.

Ilustración 47: *Respuesta a consultas del Chat Bot*

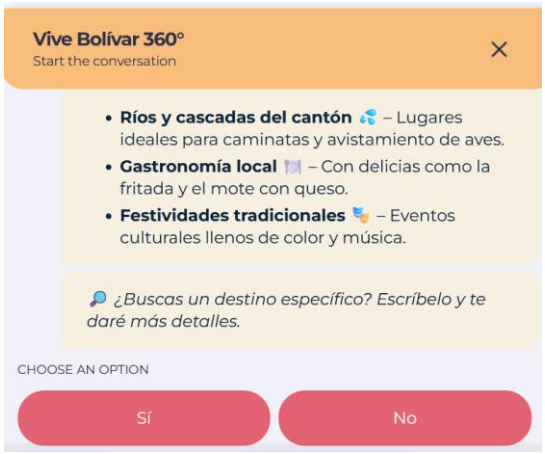


Nota. Se muestra como presenta la información el chat Bot.

Preguntas adicionales

En algunos casos, el chatbot pregunta si el usuario busca información sobre un destino específico, brindándole la posibilidad de escribir su consulta.

Ilustración 48: *Preguntas adicionales chat Bot*



Nota. En caso de no existir preguntas el chat Bot se despide y termina la conversación.

Interacción con un asistente humano

Si el chatbot no puede responder directamente, ofrece la opción de contactar con un asistente humano, en este caso un agente se une a la conversación y responde a consultas más detalladas.

Ilustración 49: *Interacción con un asistente humano*



Nota. Se muestra las respuestas adicionales de un asistente humano virtual.

En general el chatbot ofrece varias funcionalidades adicionales que mejoran la experiencia del usuario como la interfaz visual pues utiliza emojis para ser atractiva y amigable. También la respuesta inmediata proporcionando atención rápida a consultas básicas, asegurando que los usuarios reciban información de manera eficiente. Además, ofrece conexión humana, permitiendo a los usuarios conectarse con un asistente humano cuando sea necesario, combinando así la automatización con la atención personalizada para brindar una experiencia integral en la búsqueda de información turística.

Discusión

La estructura de la página web turística de la provincia de Bolívar ha sido diseñada con un enfoque integral para proporcionar una experiencia de usuario intuitiva y organizada. Se ha dividido en varias secciones, incluyendo información sobre los cantones, atractivos turísticos, opciones de alojamiento y gastronomía, y un blog interactivo con noticias y eventos locales. Este diseño permite a los visitantes planificar su viaje de manera eficiente y acceder rápidamente a la información necesaria

Comparando con otros estudios, la investigación de Rocco (2016) sobre la web "Cojimíes Travel" presentó un diseño enfocado en la promoción de hospedajes y restaurantes, sin una estructura de navegación tan amplia como la de Bolívar. Mientras que "Cojimíes Travel" se centra en la monetización a través de membresías y publicidad, la página de Bolívar prioriza la inversión pública y la promoción institucional del destino

Por otro lado, el análisis de Ruiz (2019) sobre la web turística de San Pedro de Vilcabamba reveló que su estructura es más sencilla, con menos secciones interactivas en comparación con la propuesta de Bolívar. Sin embargo, Ruiz enfatiza la importancia de la accesibilidad multilingüe, un aspecto que también ha sido abordado en la web de Bolívar con la inclusión de opciones en español e inglés

Asimismo, el estudio de Soto-Almela (2024) resalta la importancia de elementos persuasivos en el diseño de sitios web turísticos, recomendando descripciones atractivas y un lenguaje promocional estratégico. En la página de Bolívar, se han incorporado imágenes de alta calidad y un mapa interactivo, aunque

el énfasis sigue estando en la funcionalidad y la información clara sobre la oferta turística, en lugar de en estrategias de persuasión agresiva

En conclusión, la estructuración de la página web turística de la provincia de Bolívar ha integrado múltiples buenas prácticas observadas en estudios previos, con mejoras en términos de navegación, accesibilidad y contenido interactivo. La comparación con otros proyectos evidencia que esta propuesta representa un avance significativo en la promoción digital del destino, optimizando la experiencia del usuario y consolidando una plataforma innovadora para el turismo en la provincia.

CONCLUSIONES

- La investigación determinó que la provincia de Bolívar posee un potencial turístico significativo, con 41 atractivos jerarquizados principalmente en nivel II, lo que indica un desarrollo intermedio de la oferta. Sin embargo, se evidenció que el turismo se concentra mayoritariamente en Guaranda, mientras que los demás cantones presentan infraestructura deficiente, promoción insuficiente y baja conectividad vial, lo que limita la accesibilidad y competitividad del destino. La escasez de estrategias digitales y la falta de certificaciones de calidad en los servicios turísticos agravan esta problemática, reduciendo la capacidad de la provincia para atraer turistas nacionales e internacionales
- El análisis financiero reveló que la implementación del sitio web turístico de Bolívar requiere una inversión inicial de $9,640 y un costo de mantenimiento anual de $5,376, lo que implica la necesidad de un modelo de financiamiento sostenible. En términos funcionales, la plataforma se diseñó para ser intuitiva, accesible y estructurada de manera eficiente, facilitando el acceso a información relevante sobre atractivos, alojamientos, gastronomía y actividades turísticas. Además, el análisis de sitios web turísticos existentes permitió identificar mejores prácticas en usabilidad y optimización digital, garantizando una experiencia de usuario óptima.
- La estructuración del sitio web se basó en principios de usabilidad, accesibilidad y optimización SEO, asegurando una navegación eficiente en distintos dispositivos. Se definieron secciones estratégicas: "¿Cómo llegar?", "¿Dónde comer?", "¿Qué hacer?" y "¿Dónde dormir?", acompañadas de herramientas interactivas como mapas georreferenciados, enlaces a redes sociales

y galerías multimedia. La implementación de un diseño responsivo optimiza la experiencia del usuario y mejora el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda, incrementando su alcance y efectividad en la promoción turística de la provincia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las autoridades locales, en conjunto con el sector privado y comunitario, desarrollen estrategias de inversión en infraestructura turística, priorizando la mejora de vías de acceso, señalización y servicios básicos en los atractivos con mayor potencial. Asimismo, es fundamental diversificar la oferta turística mediante la promoción de experiencias de turismo comunitario, ecoturismo y turismo cultural, con el fin de distribuir de manera equitativa los beneficios económicos y atraer un segmento de mercado más amplio.
- Para garantizar la operatividad y actualización constante del sitio web, se recomienda establecer un modelo de financiamiento mixto, que combine recursos públicos con ingresos generados a través de publicidad digital, membresías para prestadores de servicios turísticos y colaboraciones con empresas privadas. Además, es esencial conformar un equipo técnico encargado del mantenimiento y actualización del contenido, asegurando que la información proporcionada a los turistas sea veraz, actualizada y atractiva.
- Se recomienda aplicar estrategias avanzadas de marketing digital, incluyendo campañas en redes sociales, publicidad en línea y la colaboración con influencers y bloggers especializados en turismo para incrementar la visibilidad del destino. Además, la optimización del sitio web mediante SEO permitirá mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda, facilitando su alcance a potenciales turistas. Finalmente, la incorporación de herramientas innovadoras como recorridos virtuales 360°, videos promocionales y sistemas de reservas en línea potenciará la experiencia del usuario y consolidará la provincia de Bolívar como un destino turístico competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, G. (7 de Julio de 2023). *Mind the Graph*. Obtenido de ¿Qué es una revisión bibliográfica? Conozca el concepto y empiece a utilizarlo: https://mindthegraph.com/blog/es/que-es-una-revision-literaria/

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación.* (C. Editorial episteme, Ed.) Caracas: Editorial episteme, C.A. Obtenido de El-proyecto-de-investigación: https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf

Barroso, M., & Flores, D. (2010). *Teorías y estrategias de Desarrollo Local* (500 ed.). Sevilla. Obtenido de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3817/2010_desarrollolocal.pdf

Basagoiti, P. (2015). *RIUMA.* Obtenido de Las guías de viaje en formato digital: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/8726/Paula%20Basagoiti%20TFM.pdf?sequence=2

Cajal, A. (11 de Mayo de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Observación directa: características, tipos y ejemplos: https://www.lifeder.com/observacion-directa/#google_vignette

Castillo, M., & Cruz, J. (2022). La innovación en el sector turístico. *Turismo sociedad, 30*, 26-49. doi:https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02

Chaguaro, K., & Gonzáles, S. (2016). *Dspace.ueb.* Obtenido de Reingeniería de la aplicación web del libro “Vivir en mi Tierra” de la parroquia Salinas, Cantón Guaranda, periodo académico 2015 -2016:

https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/71b6a51c-1408-4b67-a887-17be261fb299/content

Chavez Aguachela, J. N. (2021). *Plan de marketing turístico para reactivar la economía del cantón Guaranda provincia de Bolívar (Tesis de Ingeniería, Escuela Politécnica de Chimborazo).* Repositorio Institucional. Obtenido de http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/15737/1/42T00685.pdf

Chillagana, M. C. (2020). *Análisis del sistema turístico y su interacción, en el Cantón Saquisilí (Provincia de Cotopaxi) (Tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador).* Repositorio digital. Obtenido de Análisis del sistema turístico y su interacción, en el Cantón Saquisilí (Provincia de Cotopaxi). : https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f0f61672-c4bd-47f8-8f0a-ee684d31e90e/content

Coppola, M. (4 de Agosto de 2023). *HubSpot*. Obtenido de Qué es un sitio web, para qué sirve y cuáles son sus elementos: https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web

Fondo Monetario Internacional. (26 de Febrero de 2021). *El turismo en el mundo tras la pandemia.* Obtenido de International Monetary Fund (IMF): https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world

Gad Bolívar . (2021 - 2025). *Gobierno autónomo descentralizado provincial de Bolívar* . Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial: https://bolivar.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PDOT.pdf

Gad Cantonal Caluma. (2024). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma.* Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: https://caluma.gob.ec/

Gad cantonal Chillanes . (2022). *Gobierno autónomo descentralizado cantón Chillanes.* Obtenido de PDOT 2022: https://es.scribd.com/document/473202485/PDYOT-APROBADO-CHILLANES

Gad cantonal Chimbo. (2023). *Gobierno autónomo descentralizado del cantón Chimbo.* Obtenido de Plan de ordenamiento y desarrollo territorial del cantón Chimbo: https://drive.google.com/file/d/1-rxXsFZYBNWrVoZFbExixBR5-QyNIR2a/view

Gad cantonal Guaranda. (2020). *Gobierno autónomo descentralizado del cantón Guaranda.* Obtenido de PDOT 2020-2025: http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/PDOT-Canton-Guaranda-preliminar.pdf

Gad cantonal Las Naves . (2023). *Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Las Naves.* Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Las Naves 2023 - 2027: https://drive.google.com/drive/folders/13uXx3c-TMVhQtb5VpBe6tcdh1zXqQ_t4?usp=sharing

Gad cantonal San Miguel. (2023). *Gobierno autónomo descentralizado del cantón San Miguel.* Obtenido de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón San Miguel: https://drive.google.com/file/d/1CS-NmKfcv1Uk3RGq5yWibWAgDWa7tFHI/view

Gad Echeandía . (2022). *Gobierno Autónomo desentralizado de Echeandía* . Obtenido de PDOT Gad Echeandía : https://www.echeandia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/PDOT_ECHEANDIA_ALINEAMIENTO_2022.pdf

Garcés, S. (2023). *¿Qué pasa con el turismo en el Ecuador?* Obtenido de Solange Garcés Aguilar: https://solangegarcesaguilar.com/que-pasa-con-el-turismo-en-el-ecuador-2/

Giner, D., Beltrán , G., & Díaz, P. (2019). Tic y turismo. *UOC*. Obtenido de https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147155/1/TICyTurismo.pdf

Hurtado, J., Gamboa, J., Quisimalin , H., & Mancheno, M. (2021). Innovación y potencial humano, una relación que marca el turismo actual. *FIPCAEC*, 418 - 437. doi:https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.356

Ibáñez Perez, R., & Cabrera Villa, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional.* México: Comité Editorial De Serie Didáctica. Obtenido de https://www.amiturismo.org/archivos/pdfs/Teor%C3%ADa-General-del-Turismo-Un-enfoque-global-y-nacional.pdf

Ibarretxe, I. (2022). Trabajo de Campo. *Estudios de Lingüística del Español*, 103-132. Obtenido de Trabajo de campo: https://infoling.org/elies/45/elies45-4.pdf

INEC. (2022). *Instituto Nacional de Estadistícas y Censos* . Obtenido de Poblacion de la Provincia de Bolívar : https://censoecuador.ecudatanalytics.com/

Ministerio de Turismo. (2018). *Servicios Turismo.* Obtenido de Manual de Atractivos Turísticos: https://servicios.turismo.gob.ec/wp-

content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf

Ministerio de Turismo. (2019). *Servicios Turismo.* Obtenido de Manual Estructura de Productos con base a un Atractivo Turistico : https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_estructura_productos_base_atractivo_sub2021.pdf

MINTUR. (2011). *Turismo interno y receptor total de viajes realizados por la población ecuatoriana.*

MINTUR BOLÍVAR. (2012). *Destinos visitados turismo receptor 2012-dirección de investigación.*

Morales, F. C. (1 de Octubre de 2020). *Economipedia* . Obtenido de Estudio transversal: https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html

Moreno, J. (21 de Enero de 2023). *HubSpot.* Obtenido de Marketing turístico: qué es, importancia, características y claves: 0https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-turistico

Muñoz, A. (8 de Febrero de 2024). *Medium*. Obtenido de Investigaciones mixtas: Los desafíos de combinar lo cuantitativo y lo cualitativo en la investigación: https://medium.com/@ajmv2000/investigaciones-mixtas-los-desaf%C3%ADos-de-combinar-lo-cuantitativo-y-lo-cualitativo-en-la-38b775a839cd

Nieto, J. L., Román, I. M., Bonillo, D., & Paulova, N. (2016). *Dialnet.* Obtenido de El turismo a nivel mundial: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5665915.pdf

OECD. (2015). *Medición de las actividades cientificas.* Obtenido de Manual de Frascati 2015: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264310681-es.pdf?expires=1728922540&id=id&accname=guest&checksum=2D2445B7B2D3A81B10AC5D55F281CAD9

Palma Cedeño, R. W., & Zambrano Faubla, C. R. (2017). *Promoción turística basada en un sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar (tesis de Ingeniería, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí).* Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/482/1/TT61.pdf

Peiró, R. (25 de Enero de 2024). *Economipedia*. Obtenido de ¿Qué es la innovación?: https://economipedia.com/definiciones/innovacion.html#google_vignette

Pérez, J. (17 de Marzo de 2023). *Definición. de*. Obtenido de Investigación No Experimental : https://definicion.de/investigacion-no-experimental/

Pibaque Pionce, M. S., Macias Armendáriz, J. V., & San Andrés Laz, E. M. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo. *Revista Ciencia Y Líderes, 1*(1), 18-26.

Piña, L. (Junio de 2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 8*, 1-3. Obtenido de https://ve.scielo.org/pdf/raiko/v8n15/2542-3088-raiko-8-15-1.pdf

Proaño, B. (2023). Análisis Financiero. *Universidad del Azuay casa editora*, 119. doi:https://doi.org/10.33324/ceuazuay.303

Ramírez, B. (1992). *Teoría General de Turismo.* (E. Diana, Ed.) Obtenido de Teoría General de Turismo: http://cdt.umar.mx:8080/jspui/handle/cdt_umar/120

Rocco, A. (2016). *Diseño de una página web para la promoción turística de la parroquia Cojimíes, cantón Pedernales, provincia de Manabí.* Obtenido de Tesis de Ingenieria en administración de empresas turísticas y hoteleras: https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5079/1/UDLA-EC-TIAEHT-2016-03.pdf

Rodríguez, J. (Mayo de 2007). *Cauqueva.* Obtenido de Guía de elaboración de diagnósticos: https://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%EDa-de-diagn%F3stico.pdf

Ruiz, A. (2019). *Universidad de las Americas* . Obtenido de Diseño de una página web para la promoción turística de los atractivos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, provincia de Loja: https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10512/1/UDLA-EC-TIAEHT-2019-25.pdf

Sánchez Duarte, E. (2008). Las tecnologías de información y comunicación (tic) desde una perspectiva social. *Revista Electrónica Educare*, 155-162. Obtenido de Las tecnologías de información y comunicación (tic) desde una perspectiva social: https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf

Sánchez, D. (2010). *Guía turística en formato impreso para dinamizar la corriente turística que visita el cantón Cevallos período mayo – junio del 2009 (Tesis de Maestria, Universidad Técnica de Ambato).* Repositorio Institucional. doi:https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2508/1/t_ma_eco_819.pdf

Santos, D. (07 de Marzo de 2023). *HubSpot*. Obtenido de Qué es la publicidad: tipos, características y ejemplos: https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad#:~:text=La%20publicidad%20es%20un%20conjunto,adquirir%20un%20producto%20o%20servicio.

Serrano Amado, A. M., Montoya Restrepo, L., & Amado Cely, N. P. (2021). La competitividad turística. Una aproximación desde el departamento de Boyacá, Colombia. *Scielo, 22*. doi:https://doi.org/10.22267/rtend.212201.162

Socatelli, M. (2015). *: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles.* Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia - EUNED.

Soto-Almela, J. (2024). Constructing persuasion in tourism promotion websites: a corpus-assisted study of hyphenated adjectives in english. (e-ISSN:2334-9050, Ed.) *ESP Today*, *12*(1), 71-92. doi:https://doi.org/10.18485/esptoday.2024.12.1.4

Suárez, E. (25 de Septiembre de 2024). *Experto Universitario* . Obtenido de Método inductivo y deductivo: https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/

Sucuzhañay, N. (2023). *Universidad Estatal de Bolívar.* Obtenido de Propuesta del diseño de una guía turística que contribuya a la promoción de la parroquia Taday: https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6bb1e342-aa35-40ab-8e86-4de88afa18c9/content

Turismo en cifras . (2022). *Turismo en cifras*. Obtenido de Turismo Interno: https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/

Varisco, C. (2008). *Universidad Nacional de Mar del Plata.* Obtenido de Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa : https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/550/1/varisco_c.pdf

Varisco, C. (2023). *Nulan.* Obtenido de Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios: https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf

Vîlcea , C., Licurici , M., & Popescu, L. (2024). The Role of Websites in Promoting Wine Tourism: An Evaluation. *Sustainability*, 1-21. doi:https://doi.org/10.3390/su16156336

Villasante, W. M. (24 de Noviembre de 2016). *Asesores en turismo Perú*. Obtenido de Demanda Turística: https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

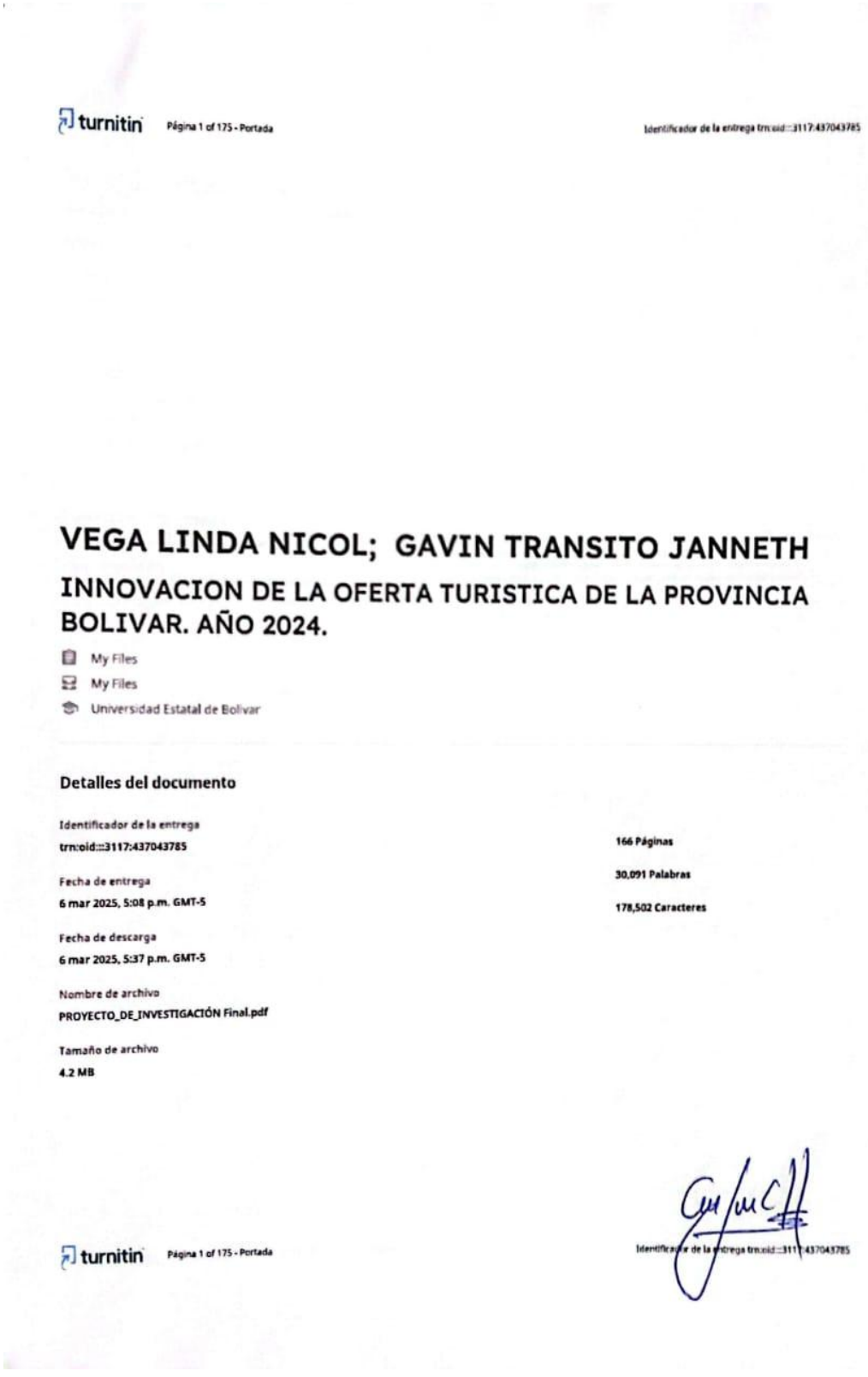
Vyas, C. (2019). Evaluating state tourism websites using Search Engine Optimization tools. *ELSEVIER, 73*, 64-70. doi:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.019

World Economic Forum . (Mayo de 2022). *World Economic Forum* . Obtenido de Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf

Zambrano Zambrano, B. J. (2021). *Marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Cevallos (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato).* Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33739/1/TESIS%20FINAL%20ZAMBRANO%20BRYAN.pdf

ANEXOS

Anexo 1: *Reporte similitud de turnitin*



turnitin Página 1 of 175 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::3117:437043785

VEGA LINDA NICOL; GAVIN TRANSITO JANNETH

INNOVACION DE LA OFERTA TURISTICA DE LA PROVINCIA BOLIVAR. AÑO 2024.

My Files

My Files

Universidad Estatal de Bolivar

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:437043785

Fecha de entrega
6 mar 2025, 5:08 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
6 mar 2025, 5:37 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
PROYECTO_DE_INVESTIGACIÓN Final.pdf

Tamaño de archivo
4.2 MB

166 Páginas

30,091 Palabras

178,502 Caracteres

turnitin Página 1 of 175 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::3117:437043785

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Trabajos entregados
- Fuentes de Internet

Fuentes principales

0%	Fuentes de Internet
8%	Publicaciones
0%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
28 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Anexo 2: *Presupuesto ejecutado*

Ítem	**Precio**	**Cantidad**	**Precio total**
Impresiones y copias de oficios y certificados	0,05	12	0,60
Impresión de guiones de entrevista	0,05	20	1,00
Esferos	0,45	2	0,90
Salidas de Campo	5	5	25
Impresión del proyecto de titulación	0,10	150	15,00
Empastado	30	1	30,00
Anillado	10	3	30,00
Alimentación	3,00	6	18,00
Transporte	6,25	6	37,50
Impresión de tesis	0,10	120	12,00
Quema de CD	5,00	3	15,00
Total			**185,00**

Anexo 3: *Instrumentos de recopilación de datos (Guion de entrevista)*

Sección 1: Potencial turístico y diferenciación de Bolívar

1. ¿Cuál considera que es el mayor potencial turístico de Bolívar según los atractivos o experiencias turísticas más representativas y diferenciadoras de la provincia?

Los entrevistados resaltan que el mayor atractivo turístico de Bolívar radica en su naturaleza, la aventura y la gastronomía. Se menciona que la provincia tiene paisajes únicos que pueden potenciarse a través de experiencias de turismo vivencial, como la elaboración de productos locales (queso, chocolate, caña de azúcar) y actividades de aventura en sus montañas y ríos.

Sección 2: Promoción turística y herramientas digitales

2. ¿Cuál considera que es el nivel actual de promoción turística de Bolívar? ¿Existen campañas o esfuerzos para posicionar la provincia como destino turístico?

Los entrevistados coinciden en que la promoción turística de Bolívar es insuficiente y carece de estrategias organizadas. Aunque a nivel nacional el Ministerio de Turismo impulsa campañas como *No seas extranjero en tu tierra*, su alcance en la provincia es limitado. Si bien algunos municipios han hecho esfuerzos, estos se enfocan más en la gestión de sus autoridades que en la promoción exclusiva del turismo. Además, se destaca la falta de profesionales especializados en turismo dentro de las entidades gubernamentales y empresas del sector, lo que afecta la planificación y ejecución de estrategias efectivas.

3. ¿Qué tan efectivo considera que es el uso de herramientas digitales (sitios web, redes sociales, etc.) para la promoción turística de Bolívar?

Existe un consenso sobre la importancia de las herramientas digitales en la promoción turística, considerándolas esenciales para atraer visitantes. Sin embargo, se señala que en Bolívar la adopción de estas herramientas sigue siendo baja. Muchas empresas turísticas no cuentan con presencia en redes sociales ni con páginas web actualizadas. Se menciona que la falta de conocimientos tecnológicos entre los propietarios de negocios, en su mayoría adultos mayores, es un obstáculo para la digitalización del sector.

4. ¿Cómo se podría medir el impacto del sitio web en el turismo de la provincia?

Los entrevistados sugieren que el impacto del sitio web podría medirse a través del número de visitas, las interacciones en redes sociales y la cantidad de reservas generadas. También destacan la importancia de incluir testimonios y experiencias de los visitantes, lo que permitiría evaluar la efectividad de la plataforma. No obstante, reconocen que actualmente no existen mecanismos establecidos para realizar un monitoreo preciso del turismo en la provincia, lo que dificulta la medición de cualquier estrategia de promoción.

Sección 3: Funcionalidades y contenido del sitio web

5. ¿Qué características y funcionalidades se consideran esenciales en un sitio web turístico?

Para los entrevistados, un sitio web turístico debe ser visualmente atractivo y contener imágenes de alta calidad de los destinos. Debe ofrecer información clara

y estructurada sobre los atractivos turísticos, opciones de hospedaje, gastronomía y transporte. Además, destacan la importancia de contar con enlaces directos a redes sociales y opciones de contacto confiables para que los turistas puedan comunicarse fácilmente con los prestadores de servicios.

6. ¿Qué secciones y contenidos deben incluir la página web para ser útil y atractiva para los visitantes?

Los participantes coinciden en que el sitio web debe incluir apartados específicos sobre atractivos turísticos, cultura, historia y gastronomía. Se sugiere que cada cantón tenga su propia subsección, donde se detalle información sobre cómo llegar, qué hacer, dónde comer y dónde hospedarse. Además, se enfatiza la importancia de incluir una sección dedicada a experiencias turísticas vivenciales, pues consideran que estas actividades son altamente atractivas para los visitantes.

7. ¿Sería beneficioso incorporar una sección de blog con noticias y recomendaciones de viaje?

Las opiniones en torno a esta propuesta varían. Algunos entrevistados consideran que sería útil incluir un blog con noticias y recomendaciones de viaje, mientras que otros creen que el formato de blog podría quedar en segundo plano frente a otros recursos más dinámicos, como videos y testimonios de turistas. En lugar de noticias, algunos sugieren que la sección se enfoque en experiencias reales de viajeros que hayan visitado la provincia.

8. ¿Cómo podríamos aprovechar tecnologías como inteligencia artificial o chatbots para mejorar la experiencia del usuario?

Se reconoce el potencial de la inteligencia artificial y los chatbots para agilizar la búsqueda de información y mejorar la experiencia del usuario en el sitio web. No obstante, se enfatiza que estos sistemas deben complementarse con atención humana para garantizar respuestas precisas y personalizadas. Se menciona la posibilidad de que los chatbots sean utilizados para responder preguntas frecuentes sobre destinos y servicios turísticos.

9. ¿Con qué frecuencia considera necesario actualizar los contenidos del sitio web?

Los entrevistados coinciden en que el contenido debe actualizarse con regularidad. Se recomienda realizar publicaciones en redes sociales al menos tres veces al día y actualizar la información del sitio web semanalmente, especialmente en épocas de festividades o eventos importantes. También se destaca la necesidad de mantener actualizados los datos de contacto de hoteles, restaurantes y operadores turísticos para evitar que los visitantes encuentren información desactualizada.

Sección 4: Diseño, accesibilidad e innovación

9. **¿Cómo debería ser el diseño de la página web para representar la identidad turística de Bolívar?**

Se enfatiza que la página web debe ser llamativa, con imágenes de alta calidad que resalten la identidad turística de la provincia. Se menciona que el diseño debe transmitir la esencia de Bolívar, mostrando su diversidad cultural, gastronómica y natural. También se sugiere que el sitio sea intuitivo y de fácil navegación para mejorar la experiencia del usuario.

10. **¿Qué colores, imágenes o elementos visuales se consideran representativos de la provincia?**

Los entrevistados mencionan que los colores predominantes en la identidad visual de Bolívar deberían ser el azul y el verde, ya que representan la naturaleza y el clima de la provincia. Además, destacan la importancia de incluir imágenes de paisajes montañosos y elementos culturales tradicionales, como la vestimenta típica y la gastronomía.

11. **¿Qué tan importante considera que la página web esté disponible en un idioma bilingüe español-inglés?**

Existe consenso en que la disponibilidad del sitio web en inglés y español es fundamental para atraer turistas extranjeros. Incluso, algunos entrevistados sugieren la posibilidad de incluir un tercer idioma, como el chino mandarín, considerando la creciente presencia de turistas e inversionistas de ese país en la región.

12. **¿Cuán importante es que el sitio web sea inclusivo y accesible para personas con discapacidades?**

Los entrevistados reconocen que la accesibilidad en el turismo es un tema poco abordado en Bolívar. Se menciona que muchos establecimientos turísticos no cuentan con infraestructura adecuada para personas con discapacidad, lo que limita su movilidad. En cuanto al sitio web, se recomienda integrar herramientas que faciliten la navegación a personas con discapacidades visuales o auditivas, como lectores de pantalla y opciones de audio.

13. **¿Podría recomendarme otro actor clave del turismo en Bolívar que pueda aportar información sobre la innovación y promoción turística?**

Se sugiere involucrar a la empresa privada, especialmente a propietarios de hoteles y agencias de turismo, ya que tienen una visión más cercana a las necesidades del turista. También se menciona a representantes municipales y juntas parroquiales como actores clave en la promoción turística de la provincia.

Anexo 4: *Evidencias fotográficas de entrevistas*







Anexo 5: *Check list de la página web*

Check list de verificación de la página web		
Comprobado y validado **Comprobado no validado**		
Apartado	**Validación**	
1. Idioma y gramática		
Comprobar comas, faltas de ortografía, uso de mayúsculas, etc.	**X**	
Comprobar tipografía y tamaño de letra, etc.	**X**	
Comprobar que no quede ningún texto simulado (Loren Ipsum)	**X**	
2. Consistencia		
Comprobar la ubicación de los elementos gráficos en todas las páginas.	**X**	
Comprobar el estilo y tamaño de los botones	**X**	
Comprobar que todos los enlaces funcionen y dirijan a la página en pruebas.	**X**	
La página web se ve similar en todos los navegadores.	**X**	
3. Navegación y usabilidad		
El menú de navegación es intuitivo y fácil de usar	**X**	
Los enlaces a las distintas secciones están bien estructurados	**X**	
Hay un mapa interactivo de la provincia para facilitar la localización de atractivos		**X**
4. Interactividad y funcionalidades		
El sitio permite a los usuarios dejar comentarios o reseñas sobre los atractivos	**X**	
Se pueden compartir las secciones en redes sociales	**X**	
Existen formularios de contacto y un sistema de consultas para los visitantes	**X**	
El sitio incluye un calendario de eventos con notificaciones		**X**
5. Identidad visual y atractivos turísticos		
El sitio web tiene un logo representativo de la provincia de Bolívar	**X**	

Se utilizan colores y elementos visuales que reflejan la identidad cultural de la provincia	**X**	
Las fotografías son de alta calidad y representan los principales atractivos turísticos	**X**	
Se incluye una galería de imágenes o videos que muestre las experiencias turísticas	**X**	
6. Contenido e información turística		
Cada atractivo turístico tiene una descripción clara y atractiva		**X**
Se mencionan aspectos históricos, culturales o de interés que reflejan la identidad de Bolívar		**X**
Hay un apartado que detalle las festividades y tradiciones de la provincia		**X**
Se proporciona información sobre actividades y eventos actuales o próximos		**X**
7. Accesibilidad y Seguridad		
El sitio cumple con los estándares de accesibilidad (en imágenes, contraste de colores)	**X**	
Existen opciones de aumento de texto y traducción	**X**	
Se incluyen políticas de privacidad y de uso de cookies	**X**	
Se han implementado copias de seguridad regulares y protección contra ataques cibernético		**X**
Es accesible en todos los dispositivos como: laptop, móvil, tablet, etc.	**X**	

Anexo 6: *Código QR del prototipo de la página web*



Anexo 7: *Carta aval*

REPÚBLICA DEL ECUADOR

Ministerio de Turismo

Guaranda, 24 de octubre del 2024

Ing.
Germán Sánchez
Coordinador Carrera de Turismo - UEB
Presente. –

De mi consideración:

Por la presente, se certifica que las señoritas Tránsito Janneth Gavín Llumán, portadora de la cédula de identidad N ° 0606238046 & Linda Nicol Vega Tigsilema, portadora de la cédula N ° 0250240736, son estudiantes de la carrera de Turismo en la Universidad Estatal de Bolívar y han sido autorizadas para llevar a cabo su trabajo de titulación titulado "Innovación de la oferta turística de la provincia de Bolívar, año 2024".

La Oficina Técnica del Ministerio de Turismo en la provincia Bolívar, extiende este aval con el propósito de facilitar el acceso a la información para la realización de su investigación, la cual se considera de gran importancia para el análisis y la mejora de la oferta turística en nuestra provincia.

Agradecemos la colaboración y el interés de las señoritas estudiantes en contribuir al turismo de la provincia, innovando la oferta turística en nuestra región.

Sin más en particular, se expide la presente certificación para los fines que considere pertinentes.

Cordialmente,

MINISTERIO DE TURISMO

Lcda. Martha Arregui Vega
RESPONSABLE OFICINA TÉCNICA BOLÍVAR
MINISTERIO DE TURISMO

Ministerio de Turismo • Dirección Zonal 8
Dirección: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo. Edif. Gobierno Zonal 8 vo piso.
Código postal: 090506 / Guayaquil - Ecuador.
Teléfono: +593 4 206 8601
www.turismo.gob.ec

EL NUEVO ECUADOR