



ministerio del  
**ambiente**

República del Ecuador

## **PLAN DE MANEJO**

# **REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN E ISLAS FRAGATAS**

SUBPROGRAMA DE USO PÚBLICO E  
INTERPRETACIÓN AMBIENTAL

Agosto 2007

Ministerio del Ambiente del Ecuador 2007

Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental

*Elaborado por:*



El presente documento debe citarse de la siguiente manera:

Ministerio del Ambiente del Ecuador. 2007. ***Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental. Plan de Manejo Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas.*** Quito, Ecuador.

## **AUTORÍAS DEL SUBPROGRAMA DE USO PÚBLICO E INTERPRETACIÓN AMBIENTAL**

Cajiao Daniela. Conservation International-Ecuador

Cazar Salvador. Conservation International-Ecuador

Yaulema Rubén. FEPTCE

Yucta Patricio. FEPTCE

Vinueza Carlos. FEPTCE

## **AUTORÍA DE VIABILIDAD FINANCIERA**

Baus Christian Consultor Independiente

## **APORTES Y PARTICIPACIÓN**

Asociación de Pescadores de Portovelo

Asociación de Guías ASO-MANGLAR

Capitanía Menor de Bahía de Caráquez

Comunidad de Portovelo y Puerto Portovelo

Corporación Coordinadora Nacional para la Defensa del Ecosistema Manglar - **C-CONDEM**

Fundación Oficina de Investigaciones Sociales y del Desarrollo - OFIS

Fundecol

Ministerio del Ambiente - Manabí

Ministerio de Turismo

Municipio de Bahía

Municipio de Sucre

Programa de Manejo de Recursos Costeros - PMRC

La elaboración del presente documento ha sido posible gracias a la colaboración y aporte financiero del Programa de Manejo de Recursos Pesqueros



## TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	6
MARCO METODOLÓGICO .....	19
OBJETIVOS .....	19
METODOLOGÍA .....	19
1. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO .....	22
1.1. CARACTERIZACIÓN DEL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN E ISLA FRAGATA .....	22
1.1.1. Descripción física del área .....	22
1.1.2. Comunidades Locales .....	25
1.1.3. Debilidades y problemática del Estuario del Río Chone .....	30
1.2. ANTECEDENTES DE LA OPERACIÓN TURÍSTICA EN EL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN E ISLAS FRAGATAS .....	31
1.3. ANÁLISIS DEL MARCO LEGAL .....	32
1.3.1. Marco legal vigente que regula el desarrollo turístico del área .....	32
1.4. CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO VINCULADO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	39
1.4.1. Principales Actores vinculados con el desarrollo de turismo en el área .....	39
1.4.2. Mapa de actores vinculados a la gestión turística del área .....	40
2. EVALUACIÓN SOCIAL Y FINANCIERA DE LA OPERACIÓN .....	16
3. IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALIDADES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO AL INTERIOR DEL ÁREA .....	16
3.1. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS .....	16
3.2. INVENTARIO DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO EN EL REVISICOF Y SU ÁREA DE INFLUENCIA .....	16
3.3. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO DEL REVISICOF .....	18
3.3.1. Equipamiento .....	19
3.3.2. Necesidades identificadas en cuanto a equipamiento e infraestructura .....	19
3.3.3. Necesidades identificadas en cuanto a capacitación .....	20
3.3.4. Descripción de la infraestructura de apoyo .....	20
3.3.5. Descripción de la superestructura .....	20
3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA .....	21
3.5. ESTUDIO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA EL REVISICOF .....	23
3.5.1. Mercado Potencial Nacional .....	25
San Vicente, Canoa y Bahía .....	25
Perfil del visitante .....	25
Motivaciones de viaje .....	27
Disposición al pago .....	31
3.5.2. Mercado Potencial Extranjeros .....	34
4. ANÁLISIS INSTALACIONES, MEDIOS Y DESTINATARIOS PARA LA INTERPRETACIÓN .....	41
4.1. Instalaciones para la interpretación .....	41
4.2. Análisis de medios para la interpretación .....	42
4.3. Análisis de servicios interpretativos .....	42
4.4. Análisis de destinatarios para la interpretación .....	43
4.5. Identificación de oportunidades para la interpretación .....	44
5. MODELO PROPUESTO PARA LA ESTRUCTURA DE MANEJO TURÍSTICO .....	45
6. ZONIFICACIÓN Y NORMAS DE USO .....	16
7. ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE CARGA .....	19
7.1. CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF) .....	19
7.2. CAPACIDAD DE CARGA REAL (CCR) .....	20
7.3. CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE) .....	23
8. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS .....	27
8.1. Estructuración del Producto Turístico del REVISICOF .....	27
8.1.1. Descripción del producto actual de REVISICOF y servicios principales .....	27
8.1.2. Oferta de servicios complementarios para el producto turístico REVISICOF .....	16
8.1.3. Recomendaciones para la diversificación del producto turístico en el REVISICOF: .....	16
9. ESTRATEGIA DE INSERCIÓN Y POSICIONAMIENTO .....	20
9.1. ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR DEL PRODUCTO TURÍSTICO REVISICOF .....	20

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS .....	22
RECOMENDACIONES .....	23
9.2. DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACION.....	23
9.2.1. Estrategias para la definición de los precios para los productos turísticos del REVISICOF	23
9.2.2. Estrategias para la difusión y comercialización del producto turístico comunitario del REVISICOF.....	25
9.2.3. Recomendaciones para establecer los términos y condiciones para la operación y comercialización de los programas de REVISICOF.....	28
9.2.4. Canales de comercialización.....	29
9.3. DISEÑO DE IMAGEN .....	32
9.4. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN Y CONECTIVIDAD .....	33
10. OFERTA DE SERVICIOS INTERPRETATIVOS .....	36
10.1. OBJETIVOS DE LA INTERPRETACIÓN .....	37
10.2. IDENTIFICACIÓN DE MATERIAS Y TEMAS PARA LA INTERPRETACIÓN.....	37
10.3. DEFINICIÓN DEL MENSAJE CENTRAL Y SUS TEMAS DERIVADOS .....	40
10.4. DEFINICIÓN DE CONTENIDOS.....	41
10.5. ESTRATEGIA PARA LA INTERPRETACIÓN.....	43
10.5.1. Conducción y preparación de una caminata – excursión guiada .....	45
11. ÁMBITOS DE GESTIÓN, PROYECTOS Y ACCIONES NECESARIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL MANEJO TURÍSTICO INTERPRETATIVO.....	49
11.1. GENERACIÓN DE MODELOS CONCEPTUALES .....	49
11.2. ANÁLISIS FODA.....	51
11.3. IMPACTOS POTENCIALES DEL TURISMO EN EL REVISICOF .....	52
11.4. OBJETIVOS DEL SUBPROGRAMA DE USO PÚBLICO E INTERPRETACIÓN AMBIENTAL DEL REVISICOF.....	53
11.4.1. Objetivo general del Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental .....	54
11.4.2. Objetivos específicos .....	54
11.5. MARCO LÓGICO.....	55
12. VIABILIDAD FINANCIERA .....	65
13. SEGUIMIENTO Y MONITOREO DEL PLAN.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS.....	74
ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL BAHÍA.....	74
Análisis de la Demanda Potencial.....	74
ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL SAN VICENTE.....	85
ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL CANOA.....	95
PROPUESTA DE REGLAMENTO INTERNO PARA EL COMITÉ DE TURISMO COMUNITARIO DEL REVISICOF.....	105
FOTOGRAFÍAS INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN LA ISLA CORAZÓN.....	117
FOTOGRAFÍAS INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO PUERTO PORTOVELO.....	119
FOTOGRAFÍAS TALLERES .....	122
LISTA DE INSTITUCIONES CONSIDERADOS MERCADO POTENCIAL AL REVISICOF.....	124
LISTA DE TOUR OPERADORES POTENCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL REVISICOF.....	134
GRAFICO REALIZADO CON LOS MIEMBROS DE ASO MANGLAR SOBRE ZONIFICACION TURISTICA DEL REVISICOF .....	143
PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE FEPTCE .....	144

## RESUMEN EJECUTIVO

A nivel mundial, el turismo de naturaleza, orientado principalmente a áreas protegidas, se considera uno de los segmentos con mayor crecimiento. Esta tendencia está asociada con una mayor identificación del ser humano con el entorno (Eagles, 2000) y a su reconocimiento como parte de los ecosistemas y paisajes naturales y culturales (Head, 2000).

Por otra parte el turismo comunitario representa un paso importante en el concepto de economía turística, ya que permite a las comunidades locales beneficiarse total o mayoritariamente de ésta actividad, siendo capaces de manejar la actividad de manera acorde con su propia cultura. Por otro lado, fomenta la conservación de los recursos naturales y culturales, al crearse una conciencia de la importancia de los mismos como atractivos para la actividad turística.

Dentro de este contexto, es importante mencionar que en el área se han venido desarrollando iniciativas de turismo comunitario desde el año 1998. No obstante en la actualidad la demanda turística hacia esta zona es aun incipiente.

De fuente propia se conoce que, el flujo turístico hacia esta zona se ha dado principalmente por la difusión del área a través de las agencias de viaje Dolphin Tours y Guacamayo Tours, localizadas en Bahía de Caráquez y por gestión del PMRC

Al momento, no se cuenta con ningún tipo de estadísticas formales sobre el número de visitantes al área, no obstante de acuerdo al libro de visitantes de la Isla Corazón y a los registros de venta de Guacamayo tours, se puede inferir que los ingresos de visitantes al área no han excedido los 700 durante los años 2005 y 2006.

Es importante mencionar que hasta la actualidad no se ha establecido una tarifa de ingreso al área, por lo cual los visitantes pueden acceder desde distintos puntos. La no presencia de la Autoridad Ambiental (Ministerio de Ambiente) puede explicarse debido a la reciente declaratoria del área y a la ausencia de un Plan de Manejo anterior.

Así el precio que actualmente pagan los visitantes al área corresponde a los servicios de guianza y alimentación ofertados por la comunidad de Portovelo. Las actividades turísticas desarrolladas en la zona se encuentran:

1. Caminata por el sendero
2. Avistamiento de aves
3. Paseo en canoa por el manglar
4. Interpretación Ambiental
5. Actividades demostrativas de pesca artesanal

A pesar del incipiente y esporádico desarrollo de actividades turísticas, Las Islas Fragatas, no han sido incluidas dentro del análisis del componente turístico debido a las siguientes consideraciones:

1. Las actividades turísticas que se realizan son poco frecuentes y se restringen fibras de cabotaje alquiladas para el efecto que pueden o no contar con los permisos correspondientes por parte de la Capitanía de Puerto.
2. En esta isla no se cuenta con ningún tipo de infraestructura o servicio turístico.
3. En la Isla Fragata es difícil establecer condiciones que restrinjan el acceso a la zona y se requeriría el patrullaje constante de administradores del área o de los guías nativos.

4. Las actividades turísticas que se puedan desarrollar en la isla son semejantes a aquellas desarrolladas actualmente en la Isla Corazón, por lo tanto no se puede pensar en una experiencia distinta para los visitantes que motive su visita al sitio.
5. El acceso a la zona se encuentra condicionado a las mareas diarias, por tanto las actividades que se puedan realizar en la Isla Fragata estarían limitadas por el tiempo de acceso.
6. El desarrollo de actividades dentro de esta zona, demandaría la utilización de más recursos humanos y logísticos lo cual traería cambios en el precio actual del producto turístico.
7. En las condiciones actuales, el desarrollo de esta operación adicional no resultaría en una relación costo-beneficio positiva.
8. Actualmente, la ASO-MANGLAR no se encuentra interesada en el desarrollo de actividades turísticas en la Isla.

En referencia a los principales actores vinculados con la actividad turística del área se pueden mencionar los siguientes:

- La "ASO-MANGLAR"
- Fundación ESQUEL
- Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC)
- El Ministerio de Turismo, a través de los Municipios de Sucre y San Vicente,
- El Ministerio de Ambiente,
- La Comunidad de Portovelo y Puerto Portovelo
- FEPTCE
- Conservación Internacional-Ecuador
- Agencias y organizaciones de cooperación mantienen acciones puntuales de apoyo tanto para la gestión turística dentro del REVISICOF

Como parte del análisis social y financiero de la operación se considera que, el desarrollo de la operación turística actual en la Isla Corazón es limitado debido al número de turistas que actualmente acceden a la zona. Por lo tanto los beneficios que se derivan del desarrollo de esta actividad son aún incipientes y no benefician de manera equitativa a gran parte de la comunidad.

La administración de los fondos recaudados por venta de tours a la Isla Corazón y otros ingresos menores (venta de bebidas) los maneja actualmente la ASO-MANGLAR.

Ellos se encuentran organizados de la siguiente manera:

1. Los ocho guías actuales mantienen turnos rotativos durante todos los meses
2. El dinero que se obtiene por la venta de tours forma parte de un fondo que luego es repartido equitativamente entre los guías de ASO-MANGLAR.
3. El salario que reciben depende del número de visitantes que tengan por mes
4. Mantienen un fondo común que sirve para ayuda en casos de emergencia o calamidad de alguno de los miembros de la comunidad

Como oferta complementaria se encuentra la preparación y venta de comida para los visitantes para lo cual se pide a una persona de la comunidad (rotativamente), generalmente una señora de la comunidad, que se encargue de su preparación. El dinero proveniente de la venta de comida le corresponde a la persona encargada de su preparación.

Así, después de un breve análisis y de comunicaciones personales con miembros de ASO-MANGLAR y de la comunidad de Portovelo, es posible establecer que los beneficios recibidos por el desarrollo del turismo en el REVISICOF, son escasos y necesitan ser complementados con otro tipo de actividades, principalmente pesca.

Así, para alcanzar un escenario óptimo de beneficios por turismo, generalizado a la comunidad, es necesario trabajar en 1) Capacitación a miembros de la comunidad de Portovelo para el desarrollo de oferta de servicios complementarios, 2) Desarrollar una oferta de servicios complementarios al actual producto turísticos, 3) Difundir y promocionar el REVISICOF y las actividades de turismo comunitario en Portovelo, 4) Considerar el potencial ajuste de tarifas en base a un cambio sustancial en la calidad del producto turístico

El inventario de atractivos turísticos en el REVISICOF y su zona de amortiguamiento muestra la existencia de los siguientes recursos tanto naturales como culturales:

NOMBRE DEL SITIO	LOCALIZACIÓN	ACTIVIDADES A DESARROLLAR
<b>Dentro del REVISICOF</b>		
<b>Isla Corazón</b>	Este sitio natural está ubicado al suroeste de la Comunidad de Portovelo en el centro del estuario que forma el río Chone, se llega a este lugar remando en canoa al momento cuando la marea esta alta para poder alcanzar el muelle de la Isla y hacer el recorrido por su sendero.	Fotografía del entorno. Observación de aves. Observación de moluscos. Observación de flora. Navegación por el estuario en canoas a remo. Demostración y recolección de conchas.
<b>El Túnel del duende</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	Navegación por el estuario en canoas a remo. Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves.
<b>El túnel fragata</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Navegación por el estuario en canoas a remo.
<b>El túnel del Inicio</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Navegación por el estuario en canoas a remo.
<b>El sendero de Isla Corazón</b>	Está localizado al interior de la isla. Es un sendero elevado sobre el manglar.	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves.
<b>Torre de observación</b>	Está localizado al final del recorrido del sendero, en la isla corazón	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Observación del paisaje

<b>Islas Fragatas</b>	Está localizada cerca de la Isla Corazón.	Se recomienda por su fragilidad y su limitación en cuando a condiciones de visita, no incluirla dentro de la operación turística.
<b>Zona de Amortiguamiento del REVISICOF</b>		
<b>Puerto Portovelo</b>	Esta localizado junto a la carretera que nos lleva desde Portovelo a San Vicente. Es el centro de operaciones de la Aso. Manglar.	Alimentación. Alojamiento. Información. Interpretación Ambiental.
<b>Estuario del río Chone</b>	Localizado a lo largo de la desembocadura del río Chone	Pesca vivencial. Fotografía. Natación. Observación de aves
<b>Comunidad de Portovelo</b>	Se localiza a 16 Km. del cantón San Vicente de la provincia de Manabí. A unos 6 Km. aproximadamente desde la entrada a la Isla Corazón.	Fotografía. Convivencia cultural comunitaria. Agroturismo. Caminatas
<b>Sitio de la albarrada</b>	Se encuentra a dos horas de la comunidad, al cual se accede a pie o en burro	Caminatas por el bosque de garúa. Observación de fauna nativa. Observación de flora. Demostraciones del uso de especies de flora como el ceibo. Fotografía

Como parte de la infraestructura turística identificada al interior del área se encuentra lo siguiente:

<b>INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA REVISICOF</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>ESTADO</b>
Muelle	En estado de deterioro debido a las condiciones climáticas de la zona
Sendero interpretativo	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser refaccionado

Torre de observación	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser readecuada
Casetas de descanso (2)	Bueno. Se encuentran a lo largo del sendero y han sido mantenidas

En el área de influencia directa, Comunidad de Puerto Portovelo, se cuenta con la siguiente infraestructura turística:

<b>INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA PUERTO PORTOVELO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>ESTADO</b>
Muelle	Deteriorado debido a las condiciones climáticas de la zona y a falta de mantenimiento
Bar - Restaurante	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser readecuado y equipado
Cabaña para alojamiento o refugio	En estado de deterioro. Va a ser readecuada. Complementariamente se está construyendo una cabaña adicional
Baños	Actualmente en estado de refacción y mantenimiento
Centro de Interpretación	Actualmente en estado de refacción y mantenimiento
Punto de información	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante probablemente será equipado
Área de descanso	Bueno. Construcción reciente

Para información referente a mejoras de infraestructura y equipamiento referirse al documento completo

Entre la infraestructura de apoyo se encuentra la siguiente:

<b>Tipo de infraestructura</b>	<b>Estado</b>
<b>Carretera</b>	Distancia: 16 Km. Desde San Vicente hasta la Comunidad de Puerto Portovelo. La vía San Vicente-Portoviejo es un camino de segundo orden, transitable para vehículos pequeños
<b>Electricidad</b>	Ninguna de las dos islas cuenta con servicio de electricidad. En la comunidad de Puerto Portovelo se cuenta con servicio de alumbrado público y electricidad
<b>Comunicación</b>	La comunicación, dentro del REVISICOF y en su área de influencia, se la realiza mayormente a través de celulares. No se cuenta con radios para comunicación
<b>Agua</b>	La comunidad de Puerto Portovelo se abastece de

	agua en banqueros principalmente o agua entubada
<b>Salud</b>	Los servicios de salud más cercanos se encuentran en San Vicente y en Bahía
<b>Transporte</b>	Hasta la comunidad de Puerto Portovelo existe transporte público de manera frecuente, tanto de rancheras como de buses inter - cantonales e interprovinciales. El servicio de transporte público es hasta las 19h15

Actualmente, la superestructura (leyes y organismos que regulan o facilitan la actividad turística) no ejerce mayor control en la gestión y regulación turística del área. Esto se debe principalmente a que el REVISICOF no cuenta con un Plan de Manejo establecido y la organización existente en el área es anterior a su declaratoria. No obstante, se han identificado a organizaciones privadas e instituciones públicas como sectores de la superestructura que apoyan el desarrollo del turismo en el REVISICOF.

El análisis de mercado potencial (n=191) para el REVISICOF se lo realizó en la localidad de San Vicente, Canoa y Bahía de Caráquez. El estudio tuvo como finalidad conocer su disposición al pago de una cuota de entrada al área, sus motivaciones y sus preferencias para realizar actividades de turismo comunitario. La síntesis de resultados es la siguiente:

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
Lugar de Procedencia	Costa: 42% Sierra: 54% Oriente: 0% Insular: 0% Otro 4: %
Tamaño de Grupo	Individual: 6% Pareja: 7% Familia: 67% Grupo Informal: 20%
Rangos de edades frecuentes	Menos de 18: 1% 19 – 29: 29% 30 – 39: 31% 40 – 49: 25% 50 – 59: 13% Más de 60: 1%
Educación Formal	Primaria: 2% Secundaria: 17% Universitaria: 65% Post-grado: 16%
Ingreso Promedio de los encuestados	Menos de \$150 - \$7,000 a más
Principales destinos de vacaciones	Costa: 86% Sierra: 7% Oriente: 2% Insular: 1% Otro: 4%
Motivaciones de viaje, El número equivale a la cantidad de respondientes por categoría por orden de importancia	Estar en la naturaleza: <b>125</b> Observación de aves: 43 Fotografía: 72 Actividades de aventura: <b>94</b> Acampar: 71 Culturas locales, mercados indígenas, Arqueología: <b>90</b> Diversión, relax, playa : <b>171</b> Ciudades, museos, iglesias: 88 Otros

Nivel de Conocimiento REVISICOF	Si conoce: 17% No conoce pero ha escuchado: 23% Ni conoce ni ha escuchado: 61%
Intereses en Visitar	Si: 93% No: 7%
Tiempo estimado de visita	Pocas horas: 43% Un día entero: 32% Un fin de semana: 22% Varios días: 3%
Disposición al pago	Si: 95% No: 5%
Alojamiento en familias	Si: 74% No: 26%
Preferencias alojamiento en familias	Habitaciones dobles: 102 Baños privados: 117 Electricidad: 109 Duchas de agua caliente: 62 Ventiladores: 116 Camas tendidas: 104 Servicio de restaurante: 85 Actividades guiadas: 89 Buena Carretera: 118 Teléfono: 36

Por otra parte, en base a visitas realizadas a la zona y a entrevistas y conversaciones mantenidas con los miembros de la comunidad, de ASO-MANGLAR e instituciones cooperantes se han identificado las siguientes instalaciones que son usadas para las actividades de interpretación ambiental:

- Centro de Información Ambiental
- Sendero elevado
- Torre de Observación

En la Comunidad de Puerto Portovelo se cuenta con medios básicos para la interpretación ambiental. Estos forman parte del equipamiento del Centro de Interpretación Ambiental. Entre estos se encuentran siguientes:

<b>MEDIOS PARA LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL</b>
1. Afiches referentes al ecosistema manglar.
2. Fotografías de la Isla Corazón.
3. Folletos de información general
4. Video Informativo
5. Televisión y reproductor de video.
6. Pizarrón.
7. Mapas.
8. Biblioteca.
9. Tres canoas y una panga a motor.
10. Artes de Pesca tradicionales

Los servicios interpretativos con los que cuenta el Refugio son:

1. Recorridos guiados por Guías Nativos
2. Charlas de interpretación
3. Visionaje de películas relacionadas
4. Actividades demostrativas de pesca artesanal en manglar

En cuanto a la zonificación turística y normas de uso propuesto al interior del REVISICOF y en su zona de amortiguamiento se encuentran las siguientes:

➤ **Zona de uso extensivo**

Esta zona comprende las siguientes áreas:

1. Muelle y Sendero elevado de la Isla Corazón (270 m.)
2. Torre de observación de aves de la Isla Corazón localizada al final del sendero
3. Rutas y túneles de manglar utilizados como trayectos para acceder a los sitios de anidación de aves
4. Playas de arena alrededor de la isla (cuando la marea baja)
5. Sitios de anidación de aves a los cuales es posible acceder en canoa y han formado parte del uso turístico de la isla. Esto no compromete a los sitios de anidación localizados en áreas en las cuales el acceso

**a. Zona rural o de amortiguamiento**

Específicamente estas zonas comprenden:

1. Comunidad de Portovelo
2. Comunidad de Puerto Portovelo
  - a. Centro de Interpretación
  - b. Comedor
  - c. Cabañas de alojamiento
  - d. Punto de Información
3. Áreas de Pesca

En cuanto a la capacidad de carga para el sendero turístico del REVISICOF, se pudo establecer lo siguiente:

Dentro de las condiciones actuales de manejo del REVISICOF y teniendo como sitio de visita al sendero de la Isla Corazón se establece que la capacidad de carga para este sitio de visita es de **4.29 grupos por día**. Los túneles que son objeto de visita turística se acogen al mismo cálculo de capacidad de carga por cuanto su visita se la puede realizar solamente en canoa y existen factores climáticos (precipitación) y oceanográficos (mareas) que limitan su acceso.

Se debe señalar que conforme la capacidad de manejo del REVISICOF cambie o se abran nuevos sitios de visita la Capacidad de Carga deberá ser nuevamente calculada.

En análisis de cadena de valor para el actual producto turístico del REVISICOF nos ha permitido establecer las siguientes consideraciones:

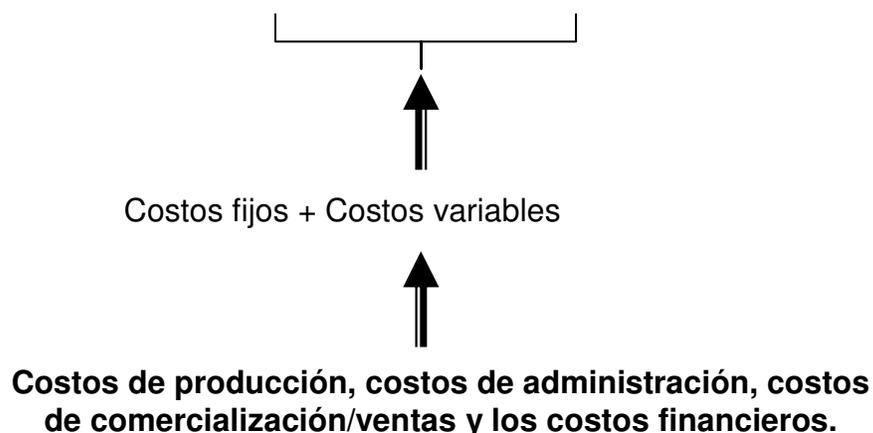
(Para mayor detalle es necesario referirse al documento completo)

1. Actualmente, solo una pequeña parte de los visitantes toma efectivamente los servicios de hospederías comunitarias ofertadas por la Comunidad de Portovelo. Por lo tanto, los beneficios provenientes de las actividades turísticas que actualmente recibe la comunidad son mínimos y limitados.
2. A nivel comunitario, se observó la necesidad de mejorar los canales de comunicación y coordinación entre los miembros de la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo.
3. Asimismo, es necesario que se amplíe la participación de los miembros de la Comunidad de Portovelo interesados en el desarrollo turístico del REVISICOF. Esto debe resultar en la distribución equitativa de beneficios derivados del desarrollo turístico.
4. Existe la necesidad de incorporar la oferta turística del REVISICOF a las cadenas de valor de Bahía, San Vicente y Canoa.

5. Se debe dar complementariedad a la oferta turística actual del REVISICOF a través de la incorporación de otras actividades turísticas a desarrollarse en la zona de amortiguamiento del Refugio. (Comunidad de Portovelo)
6. Se deben mejorar los canales de comunicación y cooperación entre autoridades la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo y miembros de la ASO-MANGLAR
7. Es necesario buscar acceso a mercados de soporte financiero que permitan mejorar la oferta turística actual.
8. La calidad del producto turístico actual debe ser mejorada en mejorada en aspectos se servicio y otros operativos.
9. Es necesario fortalecer la capacidad de los guías y más prestadores de servicios turísticos del REVISICOF a través del desarrollo de programas de capacitación en Gestión turística sostenible.

Estrategias para la definición de los precios para los productos turísticos del REVISICOF.

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \text{Costo Total} + \text{Ganancia}$$



Combinación de medios y materiales de publicidad:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	MATERIALES DE PROMOCIÓN
Comunicación de persona a persona	Folletería: Bibticos, Trípticos (en ingles y español) Carpetas de información (En inglés y español) Álbumes de fotografías Fotos ampliadas en la oficina central Presentación en Power Point Diapositivas (Slydes) Videos en DVD CD con fotografías digitales de cada sitio Mapas de ubicación de las operaciones turísticas comunitarias
Teléfono	Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales
Fax	Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales

Correo electrónico  
Internet

Artículos en revistas

Carpetas de información en archivo electrónico  
Página Web  
Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales  
Contacto con tour operadores  
Hacer referencia de artículos sobre REVISICOF

### **MODELO BÁSICO PARA PRESENTAR LAS EXCURSIONES Y TOURS DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE REVISICOF.**

Con el fin de unificar los criterios en el diseño de programas turísticos, se recomienda a continuación la información básica de lo estos deben contener

- Nombre del Paquete y codificación (numeración)
- Duración (horas, días, noches)
- Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura
- Tiempo de las actividades (inicio, duración)
- Descripción de Actividades (en orden de visita)
- Itinerario (Listado de atractivos naturales y culturales)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)

Servicios que se incluyen

- Servicios que no se incluyen
- Precio (por número de pasajeros)
- Observaciones
- Mapa y fotografía

Para el diseño de imagen se procedió a utilizar los insumos dejados por el Proyecto “Promoción, fortalecimiento y gestión de seis iniciativas turísticas comunitarias en el Ecuador” desarrollado por Fundación ESQUEL en el año 2005.

#### **Mensaje**

El Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas se encuentra ubicado en la costa de Ecuador, en la provincia de Manabí, entre Bahía de Caráquez y San Vicente, en el estuario del río Chone. El Refugio es uno de los ecosistemas de manglar mejor conservados de la costa ecuatoriana y ofrece al visitante la oportunidad de observar especies de aves costeras y marinas.

El Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas ofrece paseos en canoa y caminatas guiadas sobre un sendero elevado de madera a través del manglar. Especialmente atractivos son las formaciones conocidas como los “túneles de mangle”. También se pueden observar las faenas de pesca tradicional.

La interpretación para el visitante es uno de los objetivos del Refugio, por lo tanto la visita al Centro de Interpretación Ambiental es una de las actividades en las que se podrá conocer sobre biodiversidad costera y marina del área y los objetivos de conservación. Adicionalmente los visitantes podrán compartir las actividades y cotidianidad de los habitantes de la comunidad de Portovelo en una experiencia única de turismo comunitario.

## Como llegar

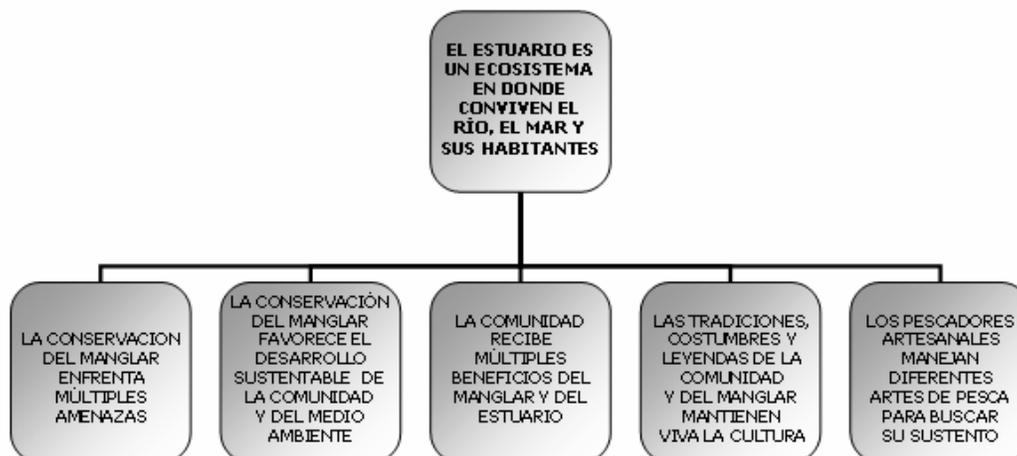
Cruzando desde Bahía a San Vicente se puede tomar un taxi o un autobús (10 minutos) hasta Puerto Portovelo sitio desde el cual se dará inicio a las actividades. La vía principal es la carretera San Vicente - Portoviejo

Para la estructuración de la oferta de servicios interpretativos se procedió a desarrollar un taller con la comunidad para definir los objetivos y contenidos de interpretación que servirán de base para el desarrollo de charlas durante los recorridos

Los objetivos de interpretación son los siguientes:

1. Dar a conocer a los visitantes información relevante sobre la Isla Corazón, enfatizando en su importancia ecológica y cultural.
2. Lograr que los visitantes tomen conciencia sobre la importancia del ecosistema manglar en la subsistencia de las comunidades asentadas a su alrededor.
3. Mostrar a los visitantes la riqueza cultural de la comunidad de Portovelo y su rol en el cuidado del ecosistema manglar

La definición del mensaje central y los contenidos se resumen en el gráfico a continuación:



Finalmente la Planificación Estratégica del REVISICOF fue trabajada bajo una metodología participativa en la cual se orientó el desarrollo de los objetivos y metas para el Plan de Manejo Turístico del REVISICOF, para ello se realizó un taller que contó con la participación de miembros de la comunidad y autoridades involucradas en el turismo del REVISICOF

Dentro de este marco metodológico se puede establecer que los problemas prioritarios que afectan al turismo en el REVISICOF son los siguientes: **1)** Falta de recursos económicos para invertir en actividades turísticas. **2)** Falta de Capacitación en Gestión Turística Sostenible **3)** Falta de información y señalización del REVISICOF **4)** La infraestructura se encuentra en mal estado. **5)** Falta de coordinación entre miembros de la comunidad y otros actores involucrados en turismo.

Después de un trabajo de discusión y análisis conjunto se determinó el siguiente objetivo general para el desarrollo del Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental del REVISICOF

1. Manejar el turismo en forma sustentable a través de la participación comunitaria e institucional para lograr la conservación de los recursos naturales y culturales, mejorando la calidad de vida de la comunidad, satisfaciendo las expectativas de los visitantes e insertando los productos turísticos vinculadas al REVISICOF en las cadenas de valor de los destinos turísticos de la región.

#### Objetivos Específicos

1. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.
2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.
3. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.
4. Generar vínculos con servicios de apoyo financiero y técnico requeridos para lograr el mejoramiento de la calidad de lo productos turísticos relacionados con el REVISICOF.

Para cada uno de estos objetivos se estableció un marco lógico que contiene las actividades aspa como plazos propuestos para su ejecución. Es importante mencionar estos objetivos y actividades constituyen la base sobre la cual se ha desarrollado el presupuesto del REVISICOF y el presupuesto correspondiente al desarrollo de actividades comunitarias, en las cuales se encuentran involucrados de manera directa las comunidades de Puerto Portovelo y Portovelo

## PRESENTACIÓN

La costa ecuatoriana ha sufrido un grave proceso de degradación y pérdida de los ecosistemas de manglar debido al desarrollo de actividades económicas, principalmente las concesiones otorgadas para el desarrollo de camarонерías. Esto no solamente ha afectado al mantenimiento de los procesos ecológicos del ecosistema sino que también ha producido graves afectaciones sociales a las comunidades asentadas a sus alrededores las mismas que han dependido de este ecosistema para su subsistencia.

Debido a la importancia que ha cobrado la conservación de los recursos y como parte de las estrategias de manejo de áreas de importancia se encuentra la declaratoria y categorización de áreas naturales con el fin de manejar y aprovechar de forma sustentable los recursos presentes en las mismas.

Para este propósito, el Ecuador cuenta con distintas categorías de áreas naturales protegidas. Así, para este caso y de acuerdo a la definición otorgada por la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre del Ecuador (Codificación 2004) se entiende como Refugio de Vida Silvestre al área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre, residente o migratoria, con fines científicos, educativos y recreativos.

Con base en esto y debido a las importantes características que presenta la Isla Corazón y Fragatas, mediante Acuerdo Ministerial 133 del mes de octubre de 2002, se las declara como **Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas** con una extensión de 500 y 300 hectáreas respectivamente.

Dentro de este contexto, el Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC) y Conservation Internacional - Ecuador (CI), interesados en el manejo, uso y generación de alternativas sustentables para el área plantean la necesidad de desarrollar un Plan de Manejo integral y participativo el mismo que incluya estrategias y lineamientos de manejo del área, así como alternativas de desarrollo para las comunidades asentadas en los alrededores de esta zona.

El desarrollo del Plan de Manejo del área, así como el Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental, han sido desarrollados sobre la base de un proceso participativo con las comunidades de la zona, además se contó con el apoyo y participación de organizaciones locales y de base como Fundación Oficina de Investigaciones Sociales y del Desarrollo (OFIS), Federación Ecuatoriana de Turismo Comunitario del Ecuador (FETPCE), Corporación Coordinadora Nacional para la Defensa del Ecosistema Manglar (C-CONDEM), PUCE-Bahía, Asociación de Guías Nativos (ASO-MANGLAR), Asociación de Pescadores de Portovelo, comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo

Así el documento que se presenta a continuación contiene un diagnóstico general sobre turismo en el Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF) identificando sus potencialidades y necesidades. Por otra parte, presenta estrategias y pautas de manejo sustentables para la actividad turística en el área apegadas al marco legal vigente, y enmarcadas en criterios de sostenibilidad integrándose al proceso general de planificación del área.

# MARCO METODOLÓGICO

## OBJETIVOS

### General

- Contar con una herramienta, Subprograma de uso turístico e interpretación ambiental, que permita orientar y manejar el desarrollo turístico e interpretación ambiental del “Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragata (REVISICOF) de tal manera que represente una visión compartida de los involucrados y que se integre a su proceso general de planificación.

### Específicos

- a. Describir y analizar la situación del uso turístico actual del REVISICOF y las variables que afectarán en la implementación de un programa de uso turístico e interpretación ambiental del área.
- b. Identificar actores clave tanto a nivel local como nacional para generar mecanismos de cooperación y coordinación en el ordenamiento turístico del REVISICOF
- c. Generar procesos participativos para la creación de estrategias y herramientas que propicien un uso turístico sostenible del REVISICOF
- d. Promover mecanismos de interpretación ambiental para los usuarios directos del REVISICOF a través del desarrollo de una oferta interpretativa adecuada.
- e. Identificar zonas y usos turísticos compatibles con los objetivos de manejo del REVISICOF

## METODOLOGÍA

La metodología planteada para el desarrollo de este subprograma ha tomado como base la planeación participativa debido a los beneficios que genera entre los actores y usuarios involucrados en el manejo del REVISICOF, tanto directos como indirectos, además se insertará dentro del Plan de Manejo General del REVISICOF.

Es importante mencionar que, como parte de la metodología se encuentra la recopilación de información a través de fuentes secundarias, como textos y documentos previos sobre patrones de visita y uso turístico, inventarios de atractivos, etc. Otra etapa del trabajo consistirá en la generación de información a través de fuentes primarias, en este caso las entrevistas, talleres, grupos focales y trabajo de campo por parte del equipo constituyen los principales componentes a desarrollarse

Así, como parte de las etapas a seguir relacionadas con el componente turístico se proponen las siguientes acciones:

### HOMOLOGACIÓN METODOLÓGICA

- Se requiere desarrollar una reunión de trabajo con el equipo de consultores que desarrollará el Plan de Manejo del REVISICOF con el fin de homologar la metodología y los tiempos con los que trabajaremos en el desarrollo de las actividades que son de mutuo interés. Al menos deberemos contemplar un trabajo conjunto en temas como la propuesta de zonificación, viabilidad financiera y modelo para la estructura de manejo.

## **FASE DE DIAGNÓSTICO**

- Recopilación y revisión de información secundaria relevante para realizar el diagnóstico turístico del área, en especial sobre los siguientes temas:
  - ✓ Marco legal que afecta el desarrollo turístico del área.
  - ✓ Planificación turística y de mercado realizados en el área por otras entidades, en especial las llevadas a cabo con grupos comunitarios.
  - ✓ Potencialidades turísticas e interpretativas del área.
- Visita de campo para reconocer y comprender la actividad turística actual del REVISICOF y de su área de influencia. Como resultado de esta visita de campo generaremos la siguiente información:
  - ✓ Mapa que identifique la disposición general del área, ubicación de rasgos naturales y socio culturales mas importantes, ubicación de sitios de visita, infraestructura de servicio y turística, comunidades asociadas, infraestructura turística municipal, etc.
  - ✓ Información social de las operaciones turísticas llevadas a cabo por grupos comunitarios.
  - ✓ Información sobre la potencialidad turística e interpretativa del área.
- Entrevistas con actores claves involucrados en el desarrollo turístico del REVISICOF y su área de influencia. Como resultado de esta actividad generaremos la siguiente información:
  - ✓ Análisis de involucrados.
  - ✓ Información social de las operaciones turísticas llevadas a cabo por grupos comunitarios.
  - ✓ Información sobre la potencialidad turística e interpretativa del área.
  - ✓ Identificación de oportunidades de mercado.
- Taller FODA con los involucrados en la actividad turística vinculada al REVISICOF.

## **FASE DE PROPUESTA**

- Taller de socialización de la fase de diagnóstico con los involucrados de la zona.
- Talleres de planificación estratégica con los involucrados de la zona (misión, visión, objetivos, metas, estrategias, actividades).
- Propuesta de la estructura de manejo turístico
- Propuesta para discusión de zonificación turística, objetivos de manejo turístico de las zonas y normas de uso turístico.
- Propuesta para discusión de manejo de impactos del turismo.
- Propuesta para discusión de oferta de servicios turísticos y de interpretación.
- Propuesta para discusión de la estrategia de inserción y posicionamiento de los productos turísticos en el mercado.
- Propuesta para discusión para el mejoramiento y desarrollo de bienes turísticos incluidos los requeridos para la interpretación ambiental.
- Propuesta para discusión de gestión y acciones necesarias para la optimización del manejo turístico e interpretativo del área.
- Propuesta para discusión de la viabilidad financiera relacionada con la actividad turística del área.
- Propuesta para discusión del plan operativo para el primer año.
- Propuesta para discusión de monitoreo y evaluación del subprograma de uso turístico e interpretación ambiental.

## ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

De manera general el enfoque del Subprograma de Uso Turístico e Interpretación Ambiental del REVISICOF tendrá las siguientes características:

- **Estratégico.-** En este sentido durante la preparación del Plan identificaremos en conjunto con los actores del proceso amenazas y oportunidades del desarrollo turístico de la zona y sobre la base de las mismas estableceremos las respectivas prioridades de manejo turístico e interpretación ambiental.
- **Participativo.-** Bajo el objetivo de mejorar la gobernabilidad del área protegida, en el proceso de formulación de Plan integraremos a actores claves y los involucraremos tanto en la fase de diagnóstico como en la realización de la propuesta de manejo turístico.
- **Adaptativo.-** El documento final del Plan será una herramienta de manejo turístico y de interpretación ambiental dinámica y flexible que se adapte a los cambios que a través del tiempo ocurren en los usuarios, en el ambiente natural o ante la disponibilidad de nueva información.
- **Integral.-** El documento final del Plan de Uso Turístico e Interpretación Ambiental del REVISICOF estará integrado como un solo esfuerzo dentro del proceso general de planificación del área (Plan de Manejo del REVISICOF). Por otro lado, en su formulación se integrará una visión compartida de los involucrados sobre el manejo turístico e interpretación ambiental del área.
- **Ejecutable.-** En términos de sostenibilidad financiera el documento final Plan de Uso Turístico e Interpretación Ambiental del REVISICOF identificará los recursos disponibles, dispondrá mecanismos para optimizar el uso de los mismos e identificará nuevas fuentes.
- **Evaluable y Monitoreable.-** El documento final del Plan de Uso Turístico e Interpretación Ambiental del REVISICOF definirá metas e indicadores sobre los cuales se base un sistema de evaluación y monitoreo de la efectividad de manejo turístico e interpretación ambiental del área.

# 1. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO

## 1.1. CARACTERIZACIÓN DEL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN E ISLA FRAGATA

### 1.1.1. Descripción física del área

El Estuario del Río Chone, es producto de la confluencia de los ríos Carrizal y Chone, tiene una longitud de 25 Km., mantiene un ancho promedio de 3 Km.; cuya profundidad es variable llegando a un máximo de 11 metros. El sector tiene un clima tropical seco e incluye los ecosistemas de manglares y humedales, con precipitaciones menores de 500 mm. por año (enero-abril). La temperatura media anual es de 25 grados centígrados, todo el sistema hídrico se origina en la cordillera costanera (Coello. S. R. Macías, 2006). El área de estudio recibe todo el sistema hídrico de los 12 ríos que se originan en la cordillera costanera central.

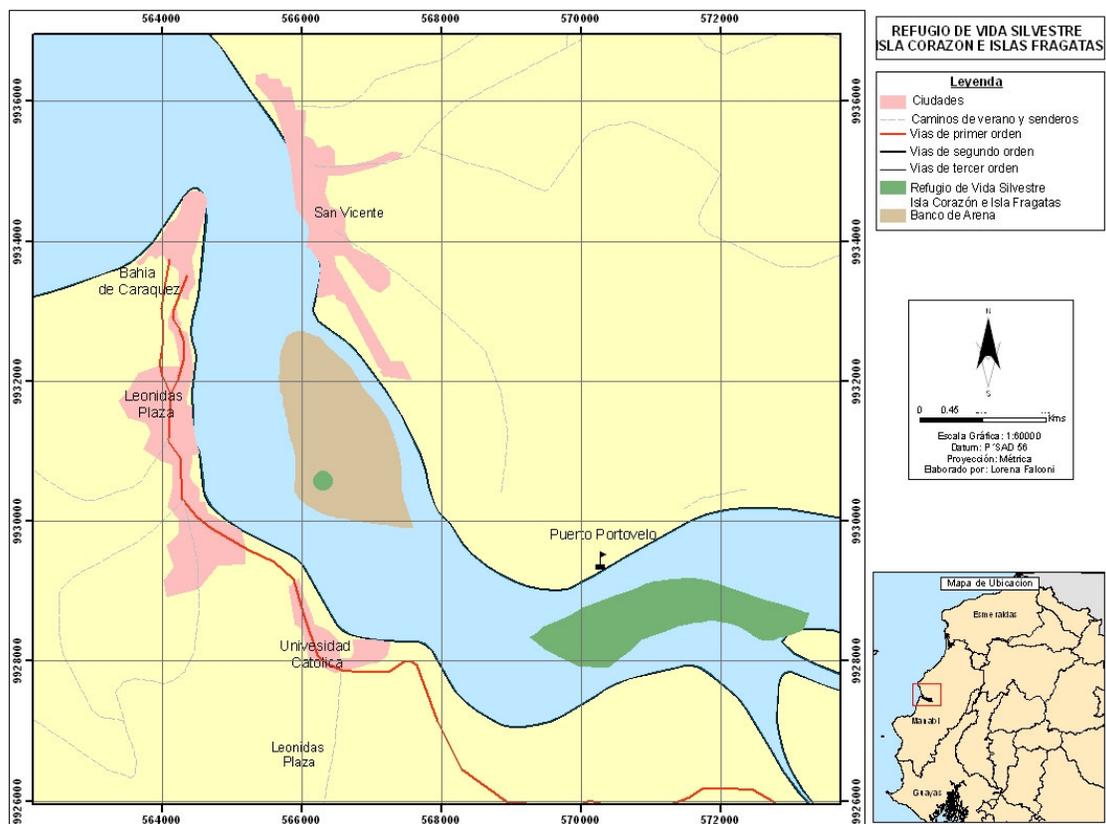
Al sur de la población de Salinas (Bahía de Caráquez) existe un complejo de islas bajas que se formaron por la deposición de sedimentos en forma cíclicas. Se iniciaron como grandes llanos de marea que luego se poblaron con manglares. Estos llanos se han desarrollado más en la margen sur del estuario. Existen varios bancos de sedimentos dentro y fuera del estuario, hacia el interior los más notorios es la isla *Fragata*. En este sector se establece la parte más ancha del estuario con una longitud de 3 km. y profundidad promedio de hasta 10 metros.

El sector se halla influenciado en la parte superior del estuario por el humedal de La Segua, declarado sitio RAMSAR por su importancia para el manejo y uso adecuado de los recursos hídricos, la conservación de avifauna existente y aplicación de actividades productivas sustentables, en este caso, existe un complemento con énfasis de manejo entre el humedal de la Segua y las islas Corazón y Fragata

El Refugio está formado por islas estuarinas cubiertas de manglar que se localizan en la desembocadura de los ríos Chone y Carrizal, entre a la ciudad de Bahía de Caráquez y San Vicente, en el estuario del río Chone, Cantón Sucre, Provincia de Manabí, a un lado del corredor costero de la parroquia urbana Leonidas Plaza.

Las islas están cubiertas casi en su totalidad por manglares, en los que destaca el Mangle Rojo (*Rizophora mangle*) como la especie más dominante. Además, hay zonas de inundación temporal por los cambios en la marea.





Según el Instituto Geográfico Militar (IGM) este complejo de islas se ubican en las siguientes coordenadas geográficas: **Fig. 1.**

### Islas Las Fragata

- P1:** 80° 24' 27" Longitud Occidental y 0° 36' 29" Latitud Sur.
- P2:** 80° 23' 33" Longitud Occidental y 0° 32' 26" Latitud Sur.
- P3:** 80° 23' 30" Longitud Occidental y 0° 38' 05" Latitud Sur.
- P4:** 80° 24' 27" Longitud Occidental y 0° 32' 26" Latitud Sur.

### Isla Corazón

- P1:** 80° 22' 39" Longitud Occidental y 0° 38' 53" Latitud Sur
- P2:** 80° 22' 08" Longitud Occidental y 0° 39' 31" Latitud Sur
- P3:** 80° 22' 08" Longitud Occidental y 0° 38' 46" Latitud Sur
- P4:** 80° 22' 15" Longitud Occidental y 0° 39' 03" Latitud Sur

La Isla Corazón, es joven con un fuerte proceso de sedimentación que está ampliando considerablemente su tamaño, en marea baja tiene una extensión de 500 ha. El tipo fisiográfico de este bosque de mangle es de borde e islote.

La isla de Las Fragata, son islas emergentes que han sido, colonizadas por pequeños rodales de manglares de borde o islotes. Su extensión se ha acentuado en los últimos años debido al incremento de la sedimentación dentro del estuario. En marea baja estas islas registran un área aproximada de 300 ha.

### Avifauna

Se han reportado 99 especies asociadas a estas islas de manglar, la mayoría de ellas acuáticas y congregatorias. Las islas albergan una gran población reproductiva de *Fregata magnificens* y otras aves marinas y acuáticas como *Eudocimus albus*, *Anhinga anhinga*, entre otras. Además, existe un registro no confirmado de *Acestrura bombus*, especie globalmente vulnerable.

Entre las especies más representativas del Refugio se encuentran las siguientes:

#### Avifauna mas común del Refugio

1. Clarinero coligrande (*Quiscalus mexicanus*)
2. Garceta grande (*Ardea alba*)
3. Playero menudo (*Calidris minutilla*)
4. Cigueñela cuellinegra (*Himantopus mexicanus*)
5. Aninga (*Anhinga anhinga*)
6. Mirasol menor (*Ixobrychus exilis*)
7. Martín pescador (*Megaceryle torquata*)
8. Ibis blanco (*Eudocimus albus*)
9. Garceta bueyera (*Buculcus ibis*)
10. Águila pescadora (*Pandion haliaetus*)
11. Pelicano pardo (*Pelecanus occidentales*)
12. Cuco ardilla (*Playa cayana*)
13. Zarapito trinador (*Numenius plaeopus*)
14. Garcela tricolor (*Egretta tricolor*)
15. Pájaro brujo (*Pyrocephalus rubinus*)
16. Garza nocturna (*Nycticorax nycticorax*)
17. Fragata (*Fregata magnificens*)
18. Espátula rosada (*ajaua ajaja*)
19. Cormorán neotropical (*Phalacrocorax brasilianus*)
20. Garcilla estriada (*Butorides striatus*)
21. Garza cocoi (*Ardea cocoi*)
22. Garza nocturna cangrejera (*Nyctanassa violacea*)
23. Gallinazo cabeciroja (*Cathartes aura*)

Esta lista no representa la totalidad de especies registradas

## 1.1.2. Comunidades Locales

En general la economía de las comunidades asentadas alrededor del Estuario del Río Chone, se basó en el comercio de productos de exportación agrícola y en la explotación de maderas finas exportables. Se sucedieron paulatina y temporalmente los apogeos del caucho, palo de balsa, tagua, banano, cacao, café y algodón. Históricamente los campesinos de la zona utilizaron la tierra para cultivos eventuales de ciclo corto, principalmente de algodón y maíz

Sin embargo, las comunidades ribereñas mantienen una economía de subsistencia basada en el uso del ecosistema de manglar del cual extraen madera, carbón, peces y mariscos. Alrededor de las islas existen seis comunidades que se benefician de la pesca y en menor escala participan también en actividades de ecoturismo y educación ambiental. La comunidad Portovelo (principalmente a través de ASO-MANGLAR) está encargada del manejo turístico de la Isla Corazón, mientras que en la isla Fragatas trabajan todas las comunidades cercanas.



Para su subsistencia las comunidades realizan actividades de pesca, principalmente camarón. La venta de camarón y pescado junto con la agricultura (maíz e higuera) y la crianza de ganado (cerdos, gallinas y vacas) constituyen las principales actividades económicas de la comunidad de Portovelo.

### **EL REVISICOF Y SUS COMUNIDADES ALEDAÑAS: PORTOVELO Y PUERTO PORTOVELO**

#### Contexto social, ambiental y el turismo comunitario

Analizaremos a la Comunidad en primer lugar con relación a la calidad del ambiente natural que disponen referente a la actividad camaronera con la que conviven, posteriormente se analizará las actividades que viene realizando la Comunidad en torno al Turismo Comunitario.

#### La comunidad y el ambiente

Portovelo es una comunidad de pescadores al igual que muchas otras que viven y dependen del estuario del Río Chone, los productos tomados del ecosistema del manglar constituyen una invaluable fuente nutritiva de alimentos que tienden hacia una mejor calidad de vida y salud de las comunidades, de aquí sacan el sustento diario, de este viven y es donde nace también la inspiración para cuentos y amorfinos, es este su Patrimonio Natural y Cultural o simplemente Patrimonio de Vida en el que se desenvuelven, pero al mismo tiempo están siendo afectados por la actividad camaronera y sus consecuencias negativas tanto para sus pobladores y el medio ambiente ya que el bosque de manglar actúa como amortiguador de la carga de nutrientes que egresa de las camaroneras.

Es importante mencionar que, la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo han cooperado en las actividades de reforestación del manglar llevadas a cabo en el 2006. Adicionalmente, la comunidad se encuentra encargada de las actividades de guía de grupos y servicio de alimentación para los grupos de visitantes que ocasionalmente visitan la isla.

## Portovelo y el turismo comunitario

La Comunidad de Portovelo se considera como un **pueblo de pescadores** ya que en su mayoría dependen de la pesca que es su principal actividad para el sustento diario. Son gente que se ha radicado de diferentes sectores de la provincia, y su característica es como siempre la calidez de su amabilidad.

Vicente Chila, poblador de la comunidad, comenta cuando había llegado, por el año 1972, los suelos aún tenían bosques tupidos con guayacanes, laureles, bálsamos y muchas otras maderas finas, poco a poco fueron talándose con el fin de satisfacer las necesidades de las ciudades más cercanas como Portoviejo, Chone y Bahía de Caráquez.

Según datos de las personas mayores, Portovelo era un puerto muy importante al cual ingresaban barcos de gran calado para llevar productos agrícolas y de pesca, pero debido a la tala indiscriminada del manglar desde que empezó la actividad camaronera a finales de la década del 60, hoy el estuario tiene mucha sedimentación por la falta de este ecosistema de manglar, la tala ha reducido la capacidad de retención de sedimentos en algunas áreas y la nueva red de circulación del agua ha modificado las corrientes y flujos locales alterando los procesos de erosión y sedimentación, lo que ha provocado posteriormente que la altura del estuario en las más partes más profundas disminuya causando escasez en la pesca artesanal de la población.

Al parecer el fenómeno de El Niño del 10 de mayo de 1998 afectó grandemente a la economía de la población de Portovelo, en esta tragedia las aguas destruyó las casas, llevando consigo animales y los implementos necesarios para las actividades de pesca, posteriormente después de algunos meses se fue recuperando y retomando las actividades acostumbradas.

Debido a la riqueza arqueológica y paisajística de flora y fauna que posee la Comunidad de Portovelo tanto en los ecosistemas terrestre y acuático (estuario), son considerados aptos para el manejo del turismo, por lo que se puede determinar el progreso controlado de actividades económicas que dependen del manejo adecuado que se brinde a los diferentes atractivos que disponen para llevar a efecto el turismo comunitario.

Quien ha estado constantemente laborando en la actividad turística ha sido la Asociación Manglar (ASO-MANGLAR) que pertenece a la misma Comunidad. Ellos fueron capacitados durante muchos años por diferentes instituciones gubernamentales y ONG's con el propósito de brindar un buen servicio a los visitantes que llegan especialmente para conocer la Isla Corazón. De igual forma han conseguido que se les dote de un centro de interpretación, cabañas para los turistas, un pequeño restaurante y canoas. Sin embargo, los miembros de la ASO-MANGLAR no dejan de lado otras actividades complementarias como son: la pesca, la agricultura y la crianza de animales (vacunos, porcinos y aves de corral) necesarias para la subsistencia de las familias.

Entonces, como parte del desarrollo del Plan de Manejo del REVISICOF, se ha visto la necesidad de coordinar conjuntamente con el Ministerio del Ambiente, Ministerio de Turismo, la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), la Oficina de Investigaciones Sociales y del Desarrollo (OFIS) y Conservación Internacional (CI), el establecimiento de directrices para una adecuada orientación de esta zona de vital importancia para las comunidades que viven a lo largo del estuario del río Chone.

## **ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL.**

### **1) Población**

La Comunidad de Portovelo en general es joven y se desenvuelve principalmente en torno a la pesca, además se han logrado dinamizar paulatinamente otras actividades como la agricultura,

la ganadería, guianza, negocio de tiendas, comedores, juegos de billar y la “descabezada” de camarón.

#### **Cuadro 1. Población de la Comunidad de Portovelo.**

<b>Habitantes</b>	<b>450</b>
Nº de casas	115
Nº de familias	120
Niñas (os) en escuela	126

Fuente: Encuestas en la Comunidad  
Elaborado por: Consultor

#### **2) Gastronomía**

Existe variedad y exquisitez en los platos hechos en base a mariscos frescos, así tenemos: el viche (de pescado, camarón o cangrejo), el arroz marinero, sopas de cangrejos o camarón, los ceviches de camarón o pescado, arroz con pescado frito, menestra de habichuelas con cueros de chanco, todos estos platos acompañados siempre con patacones.

En cuanto a las bebidas esta la chicha de maíz, la vistela y el rompopo; entre las golosinas están la natilla, el manjar de leche y los huevitos de bolsillo (dulces).

#### **3) Arquitectura**

El diseño constructivo de las casas sigue siendo de caña, madera y techo de zinc, con los singulares postes de 2 m de alturas desde donde se empieza a construir la casa, salvo ciertas casas que han resistido el fenómeno de El Niño que están construidas con ladrillo.

En recorridos por la zona se pudo constatar que existen edificaciones realizadas por los antiguos pobladores de estas zonas, este sector llamado “La Albarrada” contiene aún montículos que al parecer fue de un cementerio del cual se pudo obtener huesos de humanos, restos de vasijas y conchas que se presume fueron de un collar.

#### **4) Vestimenta**

La vestimenta que usaban las mujeres antes (hace 30 años), eran vestidos largos con enagua, los hombres vestían pantalones de algodón especialmente de color blanco y camisas blancas, azul o celestes. En la actualidad ha cambiado todo, las mujeres usan pantalones y faldas cortas, blusas y camisetas; los hombres en cambio visten pantalones cortos, camisas y camisetas de varios colores y modelos.

#### **5) Tradiciones**

**Enero:** Al igual que en muchos lugares del país se confecciona el “viejo” para luego quemarlo, momento para los abrazos y buenos deseos por el año venidero, finalmente terminan con un baile.

**Febrero:** En carnaval la población acostumbra a tomar un baño en alguna de las playas manabitas.

**Marzo:** La semana santa son momentos de reflexión para la población, aprovechan para ir a una playa cercana. La fanesca es el plato tradicional que se pasa entre amigos para probar la sazón.

**Junio:** El 30 y 31 acostumbran a realizar el “velorio” en honor a San Pablo, las amistades acostumbran a visitar en la noche llevando una vela para ofrecer al Santo, motivo para brindar un caldo de gallina por parte del dueño de casa.

**Octubre:** El 12 de octubre celebran la Fiesta del Montubio, en este día acostumbran a disfrazarse de montubios, momento para los juegos: baile de la naranja, ensacados, caña encebada, atracones y la carrera de burros.

**Noviembre:** El día 2 la gente acostumbra a visitar el cementerio.

**Diciembre:** El “Chigualo” es una especie de fiesta en honor al Niño, el día 24 se le canta y se le ofrece amorfinos. El dueño de casa invita a los amigos para compartir una sopa o cazuela.

## **6) Música y danza**

Estas manifestaciones culturales están ausentes en la Comunidad, la única persona motivadora es la Sra. Mariana Reyes quien se encarga de organizar programas culturales.

## **ANÁLISIS SOCIO-POLÍTICO**

### **1) Situación política interna**

Internamente existen discrepancias entre los miembros de la comunidad y los diferentes promotores, en especial con la ASO-MANGLAR, grupo que maneja el turismo en el REVISICOF. A medida que va aumentando el turismo los intereses por manejar se hacen más notorios, pero realmente son saludables este tipo de diferencias por que les da la oportunidad de resolver con mucha responsabilidad con el fin de fortalecer más a la Comunidad. En general es la situación es positiva ya que participan de las actividades mujeres y hombres, cabe resaltar la participación jóvenes en diferentes actividades realizadas a propósito del PM REVISICOF.

### **2) Situación política externa**

Las relaciones con las diferentes instituciones y ONG's son positivas por el momento, así con los municipios de San Vicente y Sucre, con el Ministerio del Ambiente, con la Armada del Ecuador acantonada en Bahía, con la Pontificia Universidad Católica del Ecuador PUCE Sede Regional de Manabí, con OFIS, FEPTCE, ESQUEL y CI. Todas estas organizaciones por el momento han apoyado y participado en la elaboración del Plan de Manejo del REVISICOF ya sea con temas sociales, organizativos, ambientales y legales y en otras actividades puntuales

### **3) Organización**

La Comunidad de Portovelo es jurídica desde el año 1982. La directiva de la Comunidad la elijen cada 2 años, además se nombran promotores para las diferentes responsabilidades, por el momento esta conformado de la siguiente manera: Presidente de la Comunidad Sr. Ángel Suárez, Asociación Manglar Sr. Diógenes Moreira, Asociación de Pescadores Sr. Luciano Moreira, representante por el INNFA Sra. Gina Napa, Comité de Damas Sra. Mariana Reyes, Grupo de Jóvenes Sr. Javier Vera, Junta de Aguas Sr. Ramón Zambrano, Equipo de Mujeres Srta. Katuska Barre, Brigadista Sr. Edwin Vargas y Pro-capilla Sra. Carmen Saltos.

## **ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO**

### **1) Agricultura**

Antes del fenómeno de El Niño (1998) sembraban algodón, pero se mantiene la siembra para el autoconsumo de: habichuelas, maní, tomate, pimiento, pepino, papaya, melón, sandía, yuca, banano (verde), y fréjol; se cosecha siempre y cuando el invierno les provea de lluvias porque no disponen de agua de riego. En buena época el maíz amarillo es cultivado entre 80 a 100 quintales por Ha, en otros casos obtienen de 5 a 10 quintales. Un cultivo nuevo que disponen es

el maracuyá, cuando cosechan entregan a intermediarios en San Vicente donde obtienen precios que no son justos.

## **2) Ganadería**

La mayoría de las familias cuentan con aves de corral (gallinas, patos) y chanchos; otros poseen burros y vacunos. El Sr. Eloy Cedeño es el que tiene más tierras con más de 120 cabezas de ganado en la Comunidad.

## **3) Pesca**

La buena época de la pesca es el invierno, y constituye una de las principales actividades económicas, es el sustento diario de los pobladores. El estuario les brinda de camarón, cangrejos, corvinas, róbalo, lisas y bagres. Disponen de 30 canoas pero los que salen a la pesca son 20 pescadores, las artes de pesca que utilizan es la atarraya y el trasmallo, sus embarcaciones son de madera con un largo de 6 m. Los costos de la venta de pescado son de 30 centavos promedio la libra y el camarón a 80 centavos promedio que se lo comercializa en la Comunidad. Una minoría llevan los productos (especialmente lisas) a Chone, Portoviejo o Guayaquil. La mayoría de los pescadores no cuentan con el permiso que les confiere la Armada, los tienen caducados.

## **4) Hospedaje**

La ASO-MANGLAR gracias al apoyo de organizaciones cooperantes, se encuentra construyendo cabañas junto al Centro de Interpretación que se halla en el Puerto Portovelo. Éstas servirán para alojar a los turistas que deseen pernoctar. Actualmente los visitantes nacionales y extranjeros llegan a la Isla por unas horas y regresan a sus lugares de origen y hospedaje.

## **5) Alimentación**

Este servicio también lo presta la ASO-MANGLAR junto al Centro de Interpretación, mientras el turista recorre los atractivos puede disponer a su regreso de un sabroso plato típico. En la Comunidad las familias también pueden ofrecer de alimentación.

## **6) Tiendas y lugares de distracción**

Disponen de 2 tiendas que les suministra de los productos básicos, arroz, azúcar, pan, bebidas, gas entre los más importantes; además cuentan con dos lugares de distracción con mesas de billar. El juego más popular para mujeres y hombres es el fútbol, para este deporte cuentan con la cancha de cemento que posee la escuela y otras dos más improvisadas de tierra.

## **7) Las camaroneras**

No constituye una actividad económica para la Comunidad, la gente de Portovelo es explotada. Los camaroneros son los causantes directos de la destrucción del 90 % de manglar en desmedro de los recursos que constituyen el Patrimonio de Vida para la población. Esto ha ido desatando la crisis económica y ambiental que golpea actualmente a Portovelo.

La población participa de la actividad camaronera en el llamado descabezado de camarón. Esto se da de la siguiente manera: El intermediario compra la pesca de camarón al propietario de la camaronera, éste llama a la población a descabezar el camarón e inmediatamente acuden niñas, niños, jóvenes y adultos, sin importar la hora, tienen que trabajar de 8 a 10 horas diarias para finalmente recibir de 3 a 5 dólares, suelen llamar a descabezar 2 veces por semana.

### 1.1.3. Debilidades y problemática del Estuario del Río Chone

#### Principales influencias al REVISICOF

El sector se halla influenciado en la parte superior del estuario por el humedal de **La Segua**, declarado sitio RAMSAR por su importancia para el manejo y uso adecuado de los recursos hídricos, la conservación de avifauna existente y aplicación de actividades productivas sustentables, en este caso, existe un complemento con énfasis de manejo entre el humedal de la Segua y las islas Corazón y Fragatas.

Otro factor de influencia y que amenaza la integridad del área es la gran cantidad de camaroneras presentes en la zona, se conoce que en la actualidad existen 1767 ha. de camaroneras, cifra menor en relación a las 5000 ha. que existieron antes de la epidemia de la mancha blanca, (Ministerio del Ambiente, 1998). Evidentemente, la producción camaronera fue una de las principales actividades en la zona en general. No obstante, su implantación y construcción provocó grandes consecuencias ecológicas, como la tala de mangle y la consecuente pérdida de biodiversidad. Es así que el Estuario del Río Chone está tan deteriorado que en la actualidad es susceptible de sufrir un grave colapso ecológico por una degradación masiva de la calidad ambiental y pérdida de las funciones del ecosistema.

Un factor natural que influencia considerablemente el estado del área es el Fenómeno del Niño el cual produce el mayor flujo de agua dulce generando un efecto renovador en los estuarios debido a que se “expulsan” los contaminantes y se promueve el desarrollo de ciertas poblaciones como las de camarones. Sin embargo en el caso del Chone la inestabilidad de las laderas ha resultado en incremento de la sedimentación del estuario (Tutiven, 1998). El Niño 1997-1998 (considerado el evento más intenso del siglo pasado con una duración de 19 meses) ocasionó un acelerado asolvamiento del estuario.

El abastecimiento de agua es un factor limitante para la producción agrícola y la tierra es relativamente pobre. La destrucción del bosque ha generado la erosión de las laderas y ha contribuido a acrecentar la sedimentación del estuario, en 1960 la mayor parte del bosque habría sido talado. Datos del CLIRSEN indican que el bosque de mangle del estuario era muy denso, con árboles de más de 30 m de alto y diámetros de hasta 120 cm. Hasta 1969 habían unas 4.000 ha de bosque de mangle, las mismas que en la actualidad se encuentran reducidas a pequeños remanentes de manglar, concentrándose una valiosa parte del mismo en el Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas.

En la actualidad la situación ambiental del área es la siguiente:

- Dramática disminución de los recursos naturales que lo sustentan.
- Desarrollo de una serie de malas prácticas para aprovechar los pocos recursos aún disponibles, generando conflictos entre los usuarios
- Estuario deteriorado: -Reducción de áreas de manglar y salinas  
-Erosión de laderas  
-Contaminación con las descargas de las cuencas y descargas locales.
- Pescadores artesanales con grandes necesidades, una de estas es para su propia subsistencia, lo cual lleva a irrespetar las leyes.

## **1.2. ANTECEDENTES DE LA OPERACIÓN TURÍSTICA EN EL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN E ISLAS FRAGATAS**

El substancial crecimiento de las actividades turísticas, muestra claramente al turismo como uno de los más importantes fenómenos sociales y económicos del último siglo. El número de arribos internacionales muestra una evolución de 25 millones de turistas en 1950 a un estimado de 578 millones en el 2006 (Organización Mundial de Turismo, 2007) y se especula que siga creciendo un 4% anual.

A nivel mundial, el turismo de naturaleza, orientado principalmente a áreas protegidas, se considera uno de los segmentos con mayor crecimiento. Esta tendencia está asociada con una mayor identificación del ser humano con el entorno (Eagles, 2000) y a su reconocimiento como parte de los ecosistemas y paisajes naturales y culturales (Head, 2000).

Por otra parte el turismo comunitario definido como una modalidad turística en la cual la gestión parcial o total de las actividades se encuentra a cargo de las comunidades asentadas en una área que posee atributos naturales y/o culturales; representa un paso importante en el concepto de economía turística, ya que permite a las comunidades locales beneficiarse total o mayoritariamente de ésta actividad, siendo capaces de manejar la actividad de manera acorde con su propia cultura. Por otro lado, fomenta la conservación de los recursos naturales y culturales, al crearse una conciencia de la importancia de los mismos como atractivos para la actividad turística.

Dentro de este contexto, es importante mencionar que en el área se han venido desarrollando iniciativas de turismo comunitario desde el año 1998. No obstante en la actualidad la demanda turística hacia esta zona es aun incipiente.

De fuente propia se conoce que, el flujo turístico hacia esta zona se ha dado principalmente por la difusión del área a través de las agencias de viaje locales Dolphin Tours y Guacamayo Tours, localizadas en Bahía de Caráquez y por gestión del PMRC.

Al momento, no se cuenta con ningún tipo de estadísticas formales sobre el número de visitantes al área, no obstante de acuerdo al libro de visitantes de la Isla Corazón y a los registros de venta de Guacamayo tours, se puede inferir que los ingresos de visitantes al área no han excedido los 800 durante los años 2005 y 2006.

Es importante mencionar que hasta la actualidad no se ha establecido una tarifa de ingreso al área, por lo cual los visitantes pueden acceder desde distintos puntos. La no presencia de la Autoridad Ambiental (Ministerio de Ambiente) puede explicarse debido a la reciente declaratoria del área y a la ausencia de un Plan de Manejo anterior.

Así, el precio que actualmente pagan los visitantes corresponde a los servicios de guianza y alimentación ofertados por la comunidad de Portovelo. Entre las actividades turísticas desarrolladas en la zona se encuentran:

1. Caminata por el sendero
2. Avistamiento de aves
3. Paseo en canoa por el manglar
4. Interpretación Ambiental

A pesar del incipiente y esporádico desarrollo de actividades turísticas, La Islas Fragatas, no han sido incluidas dentro del análisis del componente turístico debido a las siguientes consideraciones:

- Las actividades turísticas que se realizan son poco frecuentes y se restringen a fibras de cabotaje alquiladas para el efecto que pueden o no contar con los permisos correspondientes por parte de la Capitanía de Puerto.
- En estas islas no se cuenta con ningún tipo de infraestructura o servicio turístico.
- En las Islas Fraguatas es difícil establecer condiciones que restrinjan el acceso a la zona y se requeriría el patrullaje constante de administradores del área o de los guías nativos.
- Las actividades turísticas que se puedan desarrollar en las islas son semejantes a aquellas desarrolladas actualmente en la Isla Corazón, por lo tanto no se puede pensar en una experiencia distinta para los visitantes que motive su visita al sitio.
- El acceso a la zona se encuentra condicionado a las mareas diarias, por tanto las actividades que se puedan realizar en las Islas Fraguatas estarían limitadas por el tiempo de acceso.
- El desarrollo de actividades dentro de esta zona, demandaría la utilización de más recursos humanos y logísticos lo cual traería cambios en el precio actual del producto turístico.
- En las condiciones actuales, el desarrollo de esta operación adicional no resultaría en una relación costo-beneficio positiva.
- Actualmente, la ASO-MANGLAR no se encuentra interesada en el desarrollo de actividades turísticas en Fraguatas.

### **1.3. ANÁLISIS DEL MARCO LEGAL**

#### **1.3.1. Marco legal vigente que regula el desarrollo turístico del área**

Las legislaciones ambiental y turística del Ecuador son complejas y extensas, de análisis previos se conoce que éstas han evolucionado y se han ajustado a las nuevas tendencias tanto turísticas cuanto ambientales. Por otra parte los distintos compromisos adquiridos por el Ecuador en materia ambiental y las necesidades imperativas de normar y regular el uso de recursos dentro de áreas de importancia para la conservación se tornan una necesidad frente a la creciente demanda turística experimentada en los últimos tiempos como parte de la consolidación y crecimiento de la industria turística en nuestro país.

Es posible inferir que la normativa jurídica ambiental tiene como principal objetivo la conservación y uso sustentable de los recursos naturales que conforman el patrimonio natural del Estado y para este propósito se sirve de las distintas leyes y reglamentos que definen la forma de uso y aprovechamiento de los recursos. Por otra parte, la normativa turística propende el ordenamiento de las actividades turísticas a nivel nacional prestando especial interés en normar y regularizar el desarrollo de estas actividades en estrecha relación con los operadores turísticos del país.

Finalmente se debe señalar que, análisis previos han demostrado que si bien no existen traslapes explícitos de competencias entre las autoridades ambientales y turísticas, su aplicación es ineficaz debido en mayor parte a los conflictos existentes entre las autoridades competentes.

Tabla 1: **Estándares Básicos competentes a la gestión turística de áreas protegidas**

<b>Turismo/Ambiente</b>	<b>Jurisdicción</b>	<b>Competencia</b>	<b>Objetivos</b>
Ley Especial de Descentralización del Estado	Nacional	Presidente de la República y Ministros de Estado	Impulsar la descentralización y desconcentración administrativa y financiera del Estado a través de mecanismos de participación social y fortalecimiento de capacidades
Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas	Nacional	Ministerio de Turismo/ Ministerio de Ambiente	Establece el régimen y procedimientos aplicables a las actividades turísticas que se desarrollen dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas
Reglamento de Guías Naturalistas en Áreas Protegidas	Nacional	Ministerio de Turismo/ Ministerio de Ambiente	Determina las funciones, obligaciones, derechos y sanciones de los guías naturalistas de áreas protegidas
<b>Marco Jurídico Turismo</b>	<b>Jurisdicción</b>	<b>Competencia</b>	<b>Objetivos</b>
Ley de Turismo	Nacional	Ministerio de Turismo	Determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo	Nacional	Ministerio de Turismo	Establece los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley y la coordinación institucional en materia turística
Reglamento General de Actividades Turísticas	Nacional	Ministerio de Turismo	Establece las categorías, derechos, obligaciones y funciones de las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos
Reglamento de Ecoturismo	Nacional	Ministerio de Turismo	Establece las políticas permanentes y los principios generales que deben seguir las actividades de ecoturismo desarrolladas a nivel nacional
<b>Marco Jurídico Ambiente</b>	<b>Jurisdicción</b>	<b>Competencia</b>	<b>Objetivos</b>
Ley de Gestión Ambiental	Nacional	Ministerio de Ambiente	Establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado
Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre	Nacional	Ministerio de Ambiente	Determina los bienes forestales y áreas naturales y de vida silvestre patrimonio del estado, su aprovechamiento y protección

Reglamento a la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre	Nacional	Ministerio de Ambiente	Reglamenta las disposiciones contenidas en la Ley Forestal y de Áreas Naturales
Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria	Nacional	Ministerio de Ambiente (comparte competencias con otros organismos)	Contiene todas las normas jurídicas relativas a la administración ambiental a nivel nacional
<b>Estrategias</b>	<b>Jurisdicción</b>	<b>Competencia</b>	<b>Objetivos</b>
Estrategia Nacional de Ecoturismo	Nacional		Establece pautas generales que darán lugar a acciones posteriores en materia turística sobre la base de las a tendencias del mercado turístico en el Ecuador
Norma técnica de Ecoturismo	Nacional	Ministerio de Turismo	La Norma Técnica de Ecoturismo establece los lineamientos necesarios sobre los cuales las empresas de ecoturismo deben desarrollar sus actividades turísticas
Convenio de Transferencias de Competencias Ambientales	Nacional	Ministerio de Ambiente	En base a los establecido en la Ley Especial de Descentralización del Estado se promueve la descentralización de competencias ambientales a los distintos Distritos Ambientales a nivel nacional

En este contexto, en base a información generada por el área jurídica de la FEPTCE, a continuación se hace un análisis del marco legal del Ecuador bajo el cual se sujetará la participación comunitaria en el REVISICOF:

### **Requisitos formales para la prestación de servicios turísticos por las comunidades u organizaciones comunitarias en el Ecuador:**

En el orden de los requisitos previos para la prestación de servicios, tenemos estas consideraciones:

1. La Ley de Turismo prescribe que las comunidades locales *organizadas* y *capacitadas* (Art. 12), para el ejercicio de actividades turísticas requieren obtener el *registro de turismo* y la *licencia anual de funcionamiento* (Art. 8). Si se trata de ejercer actividades en áreas naturales protegidas, el Ministerio del Ambiente (sector continental) o el INGALA (sector insular de Galápagos), tienen competencia para coordinar el desarrollo de estas actividades, según lo establezcan los *Planes de manejo* (Art. 20).

2. La Ley de Registro Único de Contribuyentes prescribe que toda todas las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el *Registro Único de Contribuyentes*.

Resumiendo estas leyes, resulta que los requisitos previos para el ejercicio de actividades turísticas, las comunidades deben cumplir con los siguientes parámetros:

1. Personalidad jurídica.
2. Capacitación en el tema turístico.
3. Registro Único de Contribuyentes.
4. Registro de Turismo.
5. Licencia Anual de Funcionamiento.
6. Licencia turística ambiental.

#### **1. Personalidad Jurídica**

Siendo la personalidad jurídica un atributo de los grupos humanos que han obtenido la aprobación de su estatuto ante la autoridad correspondiente, que le permite ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente<sup>1</sup>, las comunidades debemos, pues, contar previamente con legalidad, en los términos que señalamos posteriormente con mayor amplitud.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, es el ente que agremia a todas las comunidades u organizaciones que prestan servicios turísticos en la actualidad. Su estatuto prescribe, con más acierto, qué entidades son sus MIEMBROS ACTIVOS<sup>2</sup>, condicionando el ingreso al cumplimiento de los siguientes requisitos que tienen que ver con la calidad de sus posibles aspirantes:

- El beneficio directo para la comunidad, de las actividades turísticas que realice.
- La participación consensuada de los miembros de la comunidad.
- La gestión propia.
- El manejo responsable de los Recursos naturales y culturales.
- La personalidad jurídica comunitaria.

---

<sup>1</sup> Art. 564, Código Civil.

<sup>2</sup> Art. 8, Estatuto Reformado de la FEPTCE. Acuerdo 2005005: RO 43: 23-06-2005.

## 2. Capacitación Turística

Como señalamos arriba, la Ley de Turismo no es muy explícita en este sentido, debiendo recurrir a la normativa secundaria. De su parte el Reglamento General de Actividades Turísticas solo reafirma el derecho de las comunidades legalmente reconocidas y capacitadas a prestar servicios en la modalidad ecoturística (Art. 166), sin indicarnos cómo a de operar y demostrarse dicha calidad de las comunidades u organizaciones comunitarias.

La capacitación y formación profesionales ciertamente es muy importante en el ámbito turístico, tanto por ofertar un producto con calidad, cuanto por la seguridad del turista. Sin embargo, ¿cómo demostrar que la comunidad u organización comunitaria está capacitada en el orden turístico?

Por analogía<sup>3</sup>, dentro de la práctica jurídica debemos recurrir a otras normativas que regulan aspectos similares para dar solución a los conflictos que se presentasen. Para ello traemos lo que al respecto sucede en las organizaciones cooperativas. Ahí, se establece que las personas que desean constituir una organización de esta clase deben estar debidamente capacitadas<sup>4</sup>, y pueden certificar de este hecho los/as profesionales titulados/as conocedores/as de la materia. Para nuestro caso, la certificación puede provenir de los/as profesionales turísticos/as graduados en los institutos académicos del país, expidiendo documentos que tienen fuerza probatoria según lo señalado en los artículos 191 y 194 del Código de Procedimiento Civil.

La capacitación también puede provenir de instituciones sociales que apoyan las iniciativas comunitarias, con la misma consecuencia jurídica señalada para los/as profesionales turísticos/as.

A este último respecto, se señala que el Ministerio de Turismo, *en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades y los demás institutos de educación superior y técnica, determinará a nivel nacional las necesidades de formación y capacitación del personal requerido en la actividad turística y autorizará el funcionamiento de los centros de formación y promoción turística a nivel medio que no se hallen sujetos a las normas de la Ley de Educación Superior, y aprobará los correspondientes programas de estudio*<sup>5</sup>.

Por si mismo *el Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus fines, podrá dictar cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento técnico, para lo cual podrá contratar o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia*<sup>6</sup>, logrando con esto no solo una certificación privada, sino el aval estatal de la capacitación. Los documentos de esta naturaleza tienen el carácter de instrumentos públicos, según la disposición del Art. 164 del Código de Procedimiento Civil.

## 3. Registro Único de Contribuyentes

El tema tributario siempre ha sido motivo de conflicto entre nuestras comunidades, debido a la falta de reglas claras debidamente publicitadas por el Estado, cuanto al bajo nivel de escolaridad que sufre la población en general, que a su vez no depende de nosotros sino del mismo Estado que destina mínimos recursos para la educación pública.

Es principio general que cualquier petición, registro, autorización, etc., que se tenga que realizar ante las autoridades públicas o privadas, se deba exhibir el Registro Único de Contribuyentes<sup>7</sup>,

---

<sup>3</sup> Regla 7ª, Art. 18, Código Civil.

<sup>4</sup> Art. 9, Reglamento General de la Ley de Cooperativas: RO 123: 20-09-1966.

<sup>5</sup> Art. 193, Reglamento General de Actividades Turísticas.

<sup>6</sup> Art. 194, Ídem.

<sup>7</sup> Art. 13, Ley de Registro Único de Contribuyentes: S-RO 398: 12-08-2004.

cuya sigla RUC se ha hecho popular. En el Acuerdo 2003075<sup>8</sup>, (Art. 3). Además, la obligación de obtener el RUC oscila en los treinta primeros días de haberse logrado la aprobación de la personalidad jurídica de cualquier sociedad<sup>9</sup> (Art. 4, Ley del RUC.), bajo sanción pecuniaria al no hacerlo, e incluso de proceder de oficio.

Según el Art. 8 de la Resolución N° 0074-SRI<sup>10</sup>, los documentos que debemos presentar ante el Servicio de Rentas Internas (SRI), para la obtención de este documento, son:

- a) *Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de Creación; o, Acuerdo Ministerial de creación (cuando la haya);*
- b) *Nombramientos de representante legal, inscritos en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley;*
- c) *Copia de la Cédula y papeleta de votación del representante legal;*
- d) *Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica; y,*
- e) *En caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad, pasaporte y censo.*

Se añade a estos documentos el Formulario 101-A, del SRI, que resume la identidad de la persona jurídica que solicita el RUC.

#### **4. Registro de Turismo**

**Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios:** Se establece el derecho de las comunidades a ejercer cualquier actividad turística, a excepción de los Casinos y salas de juego; determina los requisitos para obtener el **Registro de Turismo** (documento único que expide el Ministerio de Turismo exclusivamente), que son:

- 1.) *Copia certificada de su personalidad jurídica, con atención a lo dispuesto por el artículo 7 de la Ley de Turismo;*
- 2.) *Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del representante legal, y de sus documentos de identidad;*
- 3.) *Copia certificada o Acta de asamblea general que autoriza a su representante legal el Registro de la comunidad ante el Ministerio de Turismo;*
- 4.) *Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo;*
- 5.) *Informe expedido por: A.- El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CODENPE, de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas; o, B.- Por la autoridad pública que le otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con un Informe previo del CODENPE sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afroecuatorianos;*
- 6.) *Solicitud de Registro, en el formato expedido por el Ministerio de Turismo; y,*
- 7.) *Pago del valor de Ochenta dólares de Estados Unidos de América.*

*No se exigirán más requisitos que los expresamente señalados en el presente Acuerdo.*

Para obtener la **licencia anual de funcionamiento**, que puede tramitarse en el Ministerio de Turismo o en las Municipalidades descentralizadas, se requiere:

*Certificado del Registro de Turismo; y,  
Pago del valor vigente por este concepto.*

**Instructivo para la obtención del Informe del CODENPE:** Se establecen los requisitos para

<sup>8</sup> Acuerdo N° 2003075-MINTUR<sup>8</sup>, de 5 de agosto de 2003, sin publicación en el Registro Oficial.

<sup>9</sup> Art. 4, Ley de Registro Único de Contribuyentes.

<sup>10</sup> Resolución N° 0074-SRI: RO 209: 10-06-1999.

que el CODENPE expida la certificación de que una organización, que tramita el Registro de Turismo en el Ministerio, es de carácter “comunitaria”.

Estos requisitos son:

1. *Solicitud al CODENPE suscrita por el representante legal de la persona jurídica interesada;*
2. *Copia certificada del Acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica;*
3. *Acta de asamblea general de la comunidad donde aceptan y avalan las actividades de turismo comunitario que desarrolla la organización solicitante, firmada por la mayoría de los asistentes, con indicación de sus nombres y apellidos completos y el número de cédula;*
4. *Para las entidades señaladas en el numeral 8 del Art. 14 de la Ley de Turismo, una Carta Aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE, previo informe escrito de cumplimiento de los principios de turismo comunitario.*

**Resolución de la Asamblea Nacional de la FEPTCE de 28 y 29 de julio:** Norma lo referente a la calidad de una organización para hacer turismo comunitario, cuyos requisitos son:

1. Solicitud dirigida a la Presidencia de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE.
2. Encuesta llena y suscrita.

Sobre la forma de cumplir con todos estos requisitos trabajaremos en el resto del presente documento.

## **1.4. CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO VINCULADO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

La caracterización del capital humano vinculado a la actividad turística del REVISICOF ha sido analizada a través de un mapeo y descripción de los principales actores vinculados considerando sus capacidades institucionales para la gestión del turismo en el REVISICOF.

A continuación se presenta una breve descripción de estos actores y las actividades o acciones que actualmente se encuentran desarrollando como parte de su apoyo al fortalecimiento turístico del área y de sus capacidades vinculadas.

### **1.4.1. Principales Actores vinculados con el desarrollo de turismo en el área**

La "ASO-MANGLAR" - Asociación de Guías Nativos de la Isla Corazón esta constituida por miembros de la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo y fue creada con la finalidad de administrar, cuidar y manejar las actividades turísticas que se desarrollan al interior de la Isla Corazón. La comunidad, a través de esta asociación, empezó a desarrollar el turismo comunitario en la Isla Corazón en 1999 y ha recibido diversas capacitaciones

En temas referentes a capacitación han recibido el apoyo de CAPIN y el PMRC, el cual, a inicios del año 1998, también apoyó con la construcción del sendero en la Isla Corazón y un centro de interpretación en la comunidad de Puerto Portovelo. Además se debe resaltar la participación y apoyo de Bahía Dolphin Tours (Operadora Local) que donó las primeras canoas a la comunidad.

Actualmente la Fundación ESQUEL se encuentra trabajando en temas de capacitación, adecuación y equipamiento de la infraestructura turística existente en Puerto Portovelo. Además ESQUEL se encuentra interesado en ejecutar programas de capacitación técnica a los miembros de la Comunidad de Portovelo, no solo para el desarrollo de una oferta complementaria al producto turístico de la Isla Corazón sino también en la revalorización y recuperación de valores culturales y tradiciones de esta comunidad.

Es importante resaltar que el Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC) ha tenido una presencia permanente en el lugar aplicando acciones puntuales de manejo en algunos componentes relativos a la conservación de las Islas Corazón y Fragatas, como:

- Recuperación del manglar, reforestación de 51 ha de manglar en la Isla Corazón mediante acciones compartidas con las comunidades de Portovelo, Km. 16 y la cooperativa de Portovelo,
- Capacitación ambiental. Curso de guías naturalistas a la comunidad de Portovelo y aprovechamiento racional de especies acuáticas.
- Implementación turística en la Isla Corazón y Portovelo sendero natural, sitio de descanso, muelle y caseta de información e interpretación
- Desarrollo comunitario sustentable. Manejo de arte de pesca y uso adecuado de la pesca artesanal.
- Actualmente cuenta con un fondo para la reconstrucción y adecuación de las facilidades existentes en la Isla Corazón.

Por su parte el Ministerio de Turismo, a través de los Municipios de Sucre y San Vicente, se encuentra interesado en apoyar procesos de capacitación a los miembros de la comunidad de Portovelo y otras aldeañas en temas de gestión turística y apoyar el proceso de renovación de Licencias de Guías Naturalistas en coordinación con el Ministerio del Ambiente.

Se debe mencionar que el Ministerio de Ambiente, se encargará de establecer la estructura administrativa del REVISICOF en donde no solo se establecerán las actividades y competencias

referentes a las actividades turísticas que se desarrollen al interior del REVISICOF sino de todas aquellas susceptibles de realizarse en esta área.

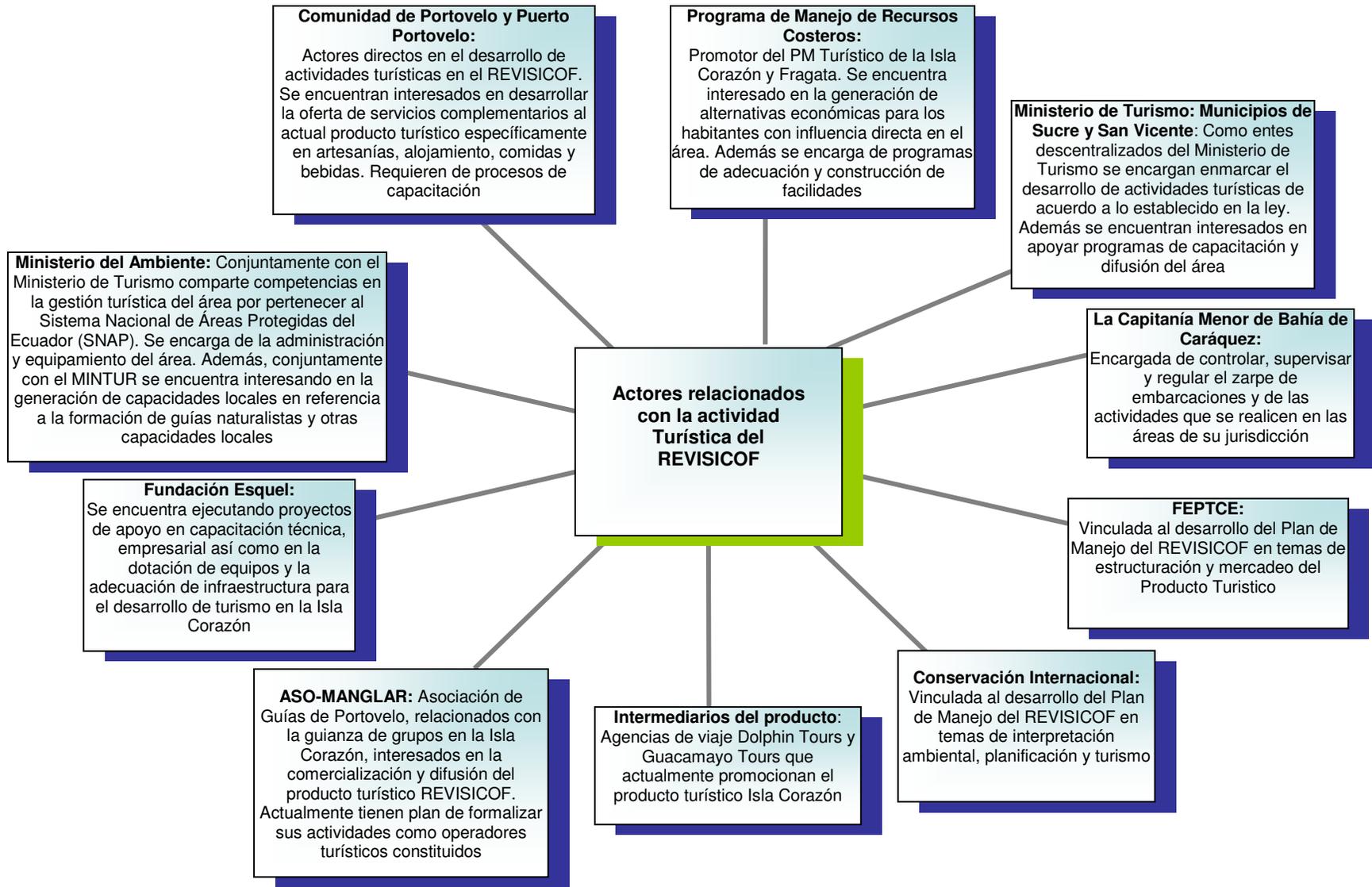
La Comunidad de Portovelo, se encuentra interesada en el desarrollo de una oferta de servicios complementaria al actual producto turístico para lo cual se encuentran interesados en participar en procesos de capacitación en distintas temáticas

Por su parte la FEPTCE, se encuentra interesada en el apoyo y fortalecimiento del turismo comunitario en Portovelo, para lo cual mantendrá apoyo en temas de capacitación y creación de capacidades locales.

Finalmente, las agencias y organizaciones de cooperación mantienen acciones puntuales de apoyo tanto para la gestión turística dentro del REVISICOF como para el desarrollo de actividades de turismo comunitario con la comunidad de Portovelo

<b>MINISTERIO DE AMBIENTE</b>	<b>MINISTERIO DE TURISMO</b>	<b>GOBIERNOS SECCIONALES</b>	<b>ENTIDADES COOPERANTES</b>	<b>COMUNIDADES</b>
Establecer normas claras de manejo de turismo	Promocionar áreas protegidas y establecerlo dentro del mercadeo del país.  Fortalecer y profesionalizar la formación de guías naturalistas	Apoyo en vialidad, señalización e infraestructura.  Incluir el área en campañas y programas de promoción provincial, municipal y local.	Apoyo en capacitación.  Inclusión en las campañas de promoción y auspicio para publicidad.  Aportes para señalética.	Involucrarse en la oferta de servicios complementarios.

#### **1.4.2. Mapa de actores vinculados a la gestión turística del área**



## 2. EVALUACIÓN SOCIAL Y FINANCIERA DE LA OPERACIÓN

Como parte del análisis social y financiero de la operación se considera que, el desarrollo de la operación turística actual en la Isla Corazón es limitado debido al número de turistas que actualmente acceden a la zona. Por lo tanto los beneficios que se derivan del desarrollo de esta actividad son aún incipientes y no benefician de manera equitativa a gran parte de la comunidad.

Al momento los costos del tour para la Isla Corazón son los siguientes:

Número de pax	Costo del Tour	Incluye
2 – 4 pax	8.30 + IVA	Paseo en canoa por el manglar Actividades interpretativas Guianza Caminata por el sendero y torre de observación
5 pax en adelante	5 + IVA	Paseo en canoa por el manglar Actividades interpretativas Guianza Caminata por el sendero y torre de observación

La diferencia de costos se debe a gastos variables de movilización y logística

La administración de los fondos recaudados por venta de tours a la Isla Corazón y otros ingresos menores (venta de bebidas) los maneja actualmente la ASO-MANGLAR.

Ellos se encuentran organizados de la siguiente manera:

5. Los ocho guías actuales mantienen turnos rotativos durante todos los meses
6. El dinero que se obtiene por la venta de tours forma parte de un fondo que luego es repartido equitativamente entre los guías de ASO-MANGLAR.
7. El salario que reciben depende del número de visitantes que tengan por mes
8. Mantienen un fondo común que sirve para ayuda en casos de emergencia o calamidad de alguno de los miembros de la comunidad

Como oferta complementaria se encuentra la preparación y venta de comida para los visitantes para esto se pide a una persona de la comunidad (rotativamente), generalmente una señora de la comunidad, que se encargue de su preparación.

Los costos por alimentación son los siguientes

- Ceviches USD 2.50 por persona
- Arroz con camarón apanado USD 2 por persona
- Viches y otros USD 1.50 por persona

El dinero proveniente de la venta de comida le corresponde a la persona encargada de su preparación.

Así, después de un breve análisis y de comunicaciones personales con miembros de ASO-MANGLAR y de la comunidad de Portovelo, es posible establecer que los beneficios recibidos por el desarrollo del turismo en el REVISICOF, son escasos y necesitan ser complementados con otro tipo de actividades, principalmente pesca.

Así, para alcanzar un escenario óptimo de beneficios por turismo, generalizado a la comunidad, es necesario trabajar en 1) Capacitación a miembros de la comunidad de Portovelo para el desarrollo de oferta de servicios complementarios, 2) Desarrollar una oferta de servicios complementarios al actual producto turísticos, 3) Difundir y promocionar el REVISICOF y las actividades de turismo comunitario

en Portovelo, 4) Considerar el potencial ajuste de tarifas en base a un cambio sustancial en la calidad del producto turístico 5) Aprovechar el interés de otros miembros de la comunidad para involucrarse en actividades de turismo comunitario.

### 3. IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALIDADES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO AL INTERIOR DEL ÁREA

#### 3.1. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Descripción general de los principales sitios de interés turístico del REVISICOF.

Los sitios principales de interés turístico, visitados durante la realización del presente estudio, fueron.

NOMBRE DEL SITIO	LOCALIZACIÓN	CARACTERÍSTICAS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR
<b>Dentro del REVISICOF</b>			
<b>Isla Corazón</b>	Este sitio natural está ubicado al suroeste de la Comunidad de Portovelo en el centro del estuario que forma el río Chone, se llega a este lugar remando en canoa cuando la marea esta alta para poder alcanzar el muelle de la Isla y hacer el recorrido por su sendero.	Luego de navegar el estuario aproximadamente 30 minutos, llegamos al muelle donde podemos observar aves como el Martín pescador ( <i>Megaceryle torquita</i> ), Cormorán neotropical ( <i>Phalacrocorax brasilianus</i> ), Pelicano pardo ( <i>Pelecanus occidentales</i> ), Guacos, entre otros.	Fotografía del entorno. Observación de aves. Observación de moluscos. Observación de flora. Navegación por el estuario en canoas a remo. Demostración y recolección de conchas.
		En Isla Corazón encontramos sitios como túneles, sitios de anidación de aves, el sendero, la torre de observación.	
		Se observó el agua turbia, una de las razones podría ser por la presencia de la actividad camaronera y otra posible causa la sedimentación debido a la tala del manglar.	
		Existen también zonas dentro de la Isla que han sido sembradas por mangle, y otras zonas de manglar de regeneración natural.	

<b>El Túnel del duende</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	Este túnel permite observar la anidación de aves marinas. Se puede escuchar sonidos que provocan las conchas, existen también cangrejos rojos. Esta última actividad se la realiza en marea alta.	Navegación por el estuario en canoas a remo. Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves.
		Se pudo observar presencia de basura la cual se origina en los poblados cercanos y esto hace que en marea baja queden estas basuras entre el manglar.	
<b>El túnel fragata</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	En su recorrido se puede observar sitios de anidación de Fragatas (Fregata magnificens).	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Navegación por el estuario en canoas a remo.
<b>El túnel del Inicio</b>	Este sitio natural, se encuentra en la Isla Corazón	En su recorrido se puede observar sitios de anidación de Ibis blanco ( <i>Eudocimus albus</i> , Garceta tricolor ( <i>Egretta tricolor</i> ).	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Navegación por el estuario en canoas a remo.
<b>El sendero de Isla Corazón</b>	Está localizado al interior de la isla. Es un sendero elevado sobre el manglar.	Durante el trayecto del sendero se puede observar tipos de manglar, moluscos y crustáceos, y se conoce sobre la importancia de conservar el ecosistema manglar. El sendero nos lleva hasta el mirador.	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves.
		El sendero permite conocer al visitante sobre la flora y la fauna de la Isla Corazón, tiene una longitud de 270 metros. Está construido en madera, lo cual no ocasiona un impacto visual en el paisaje.	

		Al iniciar el sendero, nos encontramos con un muelle de madera, el cual sirve para el desembarque los visitantes que llegan para realizar el recorrido por el sendero de la Isla.	
		En el trayecto del sendero encontramos dos casetas de madera, las cuales tienen como propósito facilitar el descanso a los visitantes.	
<b>Torre de observación</b>	Está localizado al final del recorrido del sendero, en la isla corazón	Este mirador de construcción mixta (cemento, caña y madera) tiene tres pisos. Se puede conocer a través del guía, las diversas formas de pesca, también se puede conocer sobre la biodiversidad a través de medios interpretativos. Se cuenta con información sobre las aves de la zona. En la parte alta se puede observar el paisaje de la zona.	Fotografía del entorno. Observación de crustáceos. Observación de aves. Observación del paisaje
<b>Islas Fragatas</b>	Está localizada cerca de la Isla Corazón.	Es una zona de un frágil sistema ecológico, la misma tiene limitaciones respecto a su ingreso en bote o canoa ya que solo a determinadas horas se puede acceder a ella, por la existencia gran sedimentación del estuario. En la misma encontramos manglar y también conchas, cuando la marea está baja podemos registrar un área de aproximadamente 300 ha.	Se recomienda por su fragilidad y su limitación en cuando a condiciones de visita, no incluirla dentro de la operación turística.
		Debido a sus limitaciones de ingreso y al tener menos especies tanto de diversidad y cantidad respecto a la Isla Corazón, se recomienda no incorporarla como un sitio de visita dentro de la operación turística del REVISICOF.	

NOMBRE DEL SITIO	LOCALIZACIÓN	CARACTERÍSTICAS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR
<b>Zona de Amortiguamiento del REVISICOF</b>			
<b>Puerto Portovelo</b>	Esta localizado junto a la carretera que nos lleva desde Portovelo a San Vicente. Es el centro de operaciones de la Aso. Manglar.	Este espacio, está constituido por un bar restaurante, dos cabañas para alojamiento con baño privado, las cuales están en construcción, un baño social, un centro de interpretación con fotografías de especies de aves de la zona, un muelle del cual salen los visitantes para visitar la Isla Corazón.	Alimentación. Alojamiento. Información. Interpretación Ambiental.
<b>Estuario del río Chone</b>	Localizado a lo largo de la desembocadura del río Chone	El recorrido se lo hace muy temprano en la mañana, para caminar hacia el sitio denominado la pica, para tomar ahí la canoa que nos llevará rumbo al estuario. Debemos llevar implementos de pesca como la atarraya, el trasmayo los que servirán para pescar peces y crustáceos.	Pesca vivencial. Fotografía. Natación. Observación de aves
		Con la atarraya se puede atrapar camarones y con el trasmayo después de unas horas de paciencia, se puede pescar, lisas, bagres y corvinas.	
<b>Comunidad de Portovelo</b>	Se localiza a 16 Km. del cantón San Vicente de la provincia de Manabí. A unos 3 Km. aproximadamente desde la entrada a la Isla Corazón.	La gente de la comunidad realiza actividades relacionadas a la gastronomía como por ejemplo viches de pescado, camarón, cangrejo; cebiches de pescado y camarón.	Fotografía. Convivencia cultural comunitaria. Agroturismo. Caminatas
		Se puede participar en la elaboración de redes para la pesca.	
		Los habitantes tienen una gran riqueza cultural expresada en los amorfinos.	

		<p>Se puede compartir en las actividades diarias de agricultura como la siembra y trilla de maíz, cosecha de maracuyá y otros productos característicos de la zona.</p> <p>Se realiza convivencia con la comunidad, donde se puede compartir actividades deportivas, culturales, cívicas, entre otras.</p> <p>Se pudo observar que no existe servicio de recolección de basura y usualmente la queman.</p>	
<b>Sitio de la albarrada</b>	Se encuentra a dos horas de la comunidad, al cual se accede a pie o en burro	<p>Después de recorrer por fincas agrícolas donde se observa productos como maíz, maracuyá, papaya, sandía, así también se puede observar ganado vacuno y especies menores, se llega a la finca del Sr. Eloy Cedeño, es aquí donde emprendemos una caminata hacia el sitio denominado la Albarrada, el cual es un pozo natural de agua donde se acostumbraba anteriormente proveerse la gente de la comunidad. Luego de caminar por el bosque donde podemos observar armadillos, tortugas y diversidad de aves, nos encontramos con montículos de tierra, en el que se puede constatar la presencia de restos arqueológicos como por ejemplo, restos de vasijas, conchas, moluscos, restos de huesos humanos.</p>	<p>Caminatas por el bosque de garúa.  Observación de fauna nativa.  Observación de flora.  Demostraciones del uso de especies de flora como el ceibo.  Fotografía</p>

### **3.2. INVENTARIO DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO EN EL REVISICOF Y SU ÁREA DE INFLUENCIA**

En la actualidad en la Isla Corazón se cuenta con infraestructura básica de manejo turístico, la cual fue construida en el año de 1997 por el Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC)

La construcción de esta infraestructura se desarrollo con el apoyo de la comunidad de Portovelo y en la actualidad es la encargada de su manejo y mantenimiento. Esta infraestructura es la base para el desarrollo de turismo en la zona.

Así, dentro de la Isla Corazón se cuenta con lo siguiente:

<b>INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA REVISICOF</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>ESTADO</b>
Muelle	En estado de deterioro debido a las condiciones climáticas de la zona
Sendero interpretativo	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser refaccionado
Torre de observación	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser readecuada
Casetas de descanso (2)	Bueno. Se encuentran a lo largo del sendero y han sido mantenidas

El muelle para desembarque de pasajeros, es la entrada al sendero interpretativo. Si bien el muelle se encuentra en buenas condiciones, la constante humedad del área, ha contribuido a que se desarrollen algas que tornan sumamente resbaloso el piso. Esta condición debe ser considerada en el momento del desembarque de visitantes



Sendero elevado entre el manglar de 250 metros de longitud y de un metro de altura. El sendero es unidireccional, y se encuentra construido con madera, los soportes del sendero son de mangle.



Se debe mencionar que la comunidad de Portovelo fue participe de la construcción del sendero y ahora se encarga de su mantenimiento

Dos casetas de descanso las cuales guardan un diseño arquitectónico similar al resto de la construcción

Torre de observación de tres pisos, esta se encuentra construida en madera guardando armonía con el resto de la construcción del sendero



### 3.3. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO DEL REVISICOF

En el área de influencia directa, Comunidad de Puerto Portovelo, se cuenta con la siguiente infraestructura turística:

INFRAESTRUCTURA TURISTICA PUERTO PORTOVELO	
INFRAESTRUCTURA	ESTADO
Muelle	Deteriorado debido a las condiciones climáticas de la zona y a falta de mantenimiento
Bar - Restaurante	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante y va a ser readecuado y equipado
Cabaña para alojamiento o refugio	En estado de deterioro. Va a ser readecuada. Complementariamente se está construyendo una cabaña adicional
Baños	Actualmente en estado de refacción y mantenimiento
Centro de Interpretación	Actualmente en estado de refacción y mantenimiento
Punto de información	Bueno. Ha estado en mantenimiento constante probablemente será equipado
Área de descanso	Bueno. Construcción reciente



El muelle está localizado en la Comunidad de Puerto Portovelo, sitio desde donde salen las canoas para la Isla Corazón.

Lamentablemente el muelle se encuentra deteriorado lo cual ha obligado a que los pasajeros deban embarcar desde la playa

Actualmente el PMRC y Fundación ESQUEL están realizando actividades de mejoramiento en la infraestructura, tanto en la comunidad de Puerto Portovelo como en el Sendero de la Isla Corazón. Estas son las siguientes:

Obras de mejoramiento infraestructura ESQUEL	Obras de mejoramiento infraestructura PMRC
Refaccionamiento y adecuación de techos en Puerto Portovelo	Reparación de muelle de Puerto Portovelo,
Arreglo y equipamiento de baños	Reparación de muelle de entrada al sendero de la Isla Corazón
Construcción de una cabaña para alojamiento de turistas, con cuatro habitaciones y un baño privado	Readecuación del senderos y partes de la torre de observación
Construcción de muelle flotante en la Isla Corazón	

### 3.3.1. Equipamiento

Inicialmente la comunidad contó con canoas donadas por Dolphin Tours, operadora turística local, posteriormente la comunidad recibió aportes en equipamiento por parte de la Fundación ESQUEL y el PMRC. Al momento se cuenta con lo siguiente:

Equipamiento ESQUEL
Mesas y sillas para el centro de interpretación en Puerto Portovelo
Tres canoas
Una panga
Un motor fuera de borda
Edición de nuevo video de la Isla Corazón
Televisor de 30 pulgadas más reproductor de cintas de video
Equipamiento de cabaña de alojamiento (camas, veladores, lámparas, sábanas)
Equipamiento del puesto de información, silla, mesa y teléfono
Cocina, refrigeradora, microonda y utensilios de cocina
Remos
Nuevo material interpretativo en el Centro de Interpretación (Fotografías, afiches)
Máquinas para elaboración de camisetas
Señalización en principales vías de acceso (trabajo conjunto con los Municipios de Sucre y San Vicente)

*Referirse a los anexos para fotos del equipamiento.*

### 3.3.2. Necesidades identificadas en cuanto a equipamiento e infraestructura

Necesidades existentes en infraestructura y equipamiento
Construcción – equipamiento de un puesto de artesanía en Portovelo
Tachos de basura de diferentes colores para realizar separación de desechos
Construcción de compostera para dar inicio a manejo de desechos sólidos orgánicos
Construcción de dos cabañas adicionales para alojamiento
Tres urinarios
Construcción de al menos tres baños más
Refacción de la entrada a Puerto Portovelo (ripió o asfalto)

Seis hamacas
Horno para pan de almidón
Bancos y sillas para el restaurante
10 Uniformes para los guías (camiseta y short)
11 Botiquines de primeros auxilios
10 canguros para los guías
Binoculares
30 chalecos salvavidas
Punto de información en Portovelo

### 3.3.3. Necesidades identificadas en cuanto a capacitación

Necesidades existentes en capacitación	
Necesidad de dar capacitación a grupos de jóvenes y mujeres para que puedan participar de la actividad turística que se desarrolla en la Isla, sea como guías o en actividades manufactura de artesanías, confección de camisetas y sus diseños, servicio de alimentos y bebidas y alojamiento comunitario	
Capacitación en inglés para los guías nativos y otras personas vinculadas al desarrollo de la actividad turística (comunidad de Portovelo)	

### 3.3.4. Descripción de la infraestructura de apoyo

Tipo de infraestructura	Estado
<b>Carretera</b>	Distancia: 16 Km. Desde San Vicente hasta la Comunidad de Puerto Portovelo. La vía San Vicente-Portoviejo es un camino de segundo orden, transitable para vehículos pequeños
<b>Electricidad</b>	Ninguna de las dos islas cuenta con servicio de electricidad. En la comunidad de Puerto Portovelo se cuenta con servicio de alumbrado público y electricidad
<b>Comunicación</b>	La comunicación, dentro del REVISICOF y en su área de influencia, se la realiza mayormente a través de celulares. No se cuenta con radios para comunicación
<b>Agua</b>	La comunidad de Puerto Portovelo se abastece de agua en banqueros principalmente o agua entubada
<b>Salud</b>	Los servicios de salud más cercanos se encuentran en San Vicente y en Bahía
<b>Transporte</b>	Hasta la comunidad de Puerto Portovelo existe transporte público de manera frecuente, tanto de rancheras como de buses inter.-cantonales e interprovinciales. El servicio de transporte público es hasta las 19h15

### 3.3.5. Descripción de la superestructura

Actualmente, la superestructura (leyes y organismos que regulan o facilitan la actividad turística) no ejerce mayor control en la gestión y regulación turística del área. Esto se debe principalmente a que el REVISICOF no cuenta con un Plan de Manejo establecido y la organización existente en el área es anterior a su declaratoria. No obstante, se han identificado a organizaciones privadas e instituciones

públicas como sectores de la superestructura que apoyan el desarrollo del turismo en el REVISICOF. Estos son los siguientes:

<b>Superestructura</b>	
1.	Ministerio de Turismo
	<i>Municipio de San Vicente</i>
	<i>Municipio de Sucre</i>
2.	Ministerio del Ambiente
3.	Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC)
4.	Capitanía de Puerto
5.	Fundación ESQUEL
6.	FEPTCE
7.	Conservation International

### **3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

El presente análisis pretende determinar información de carácter cualitativo y cuantitativo respecto al perfil del visitante real y potencial que visita o podría visitar el área de estudio, a continuación se presentan los resultados de información del Plan de Marketing de Turismo Comunitario del Ecuador.

#### **Características del Mercado**

##### **a. Características del mercado turístico interno**

Existe el interés que se ha visto en los últimos años de parte de los turistas que exigen lugares con buenos atractivos naturales y culturales, y se encuentran en las principales ciudades del Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca, los mismos que viajan en familias y aprovechan los fines de semana y feriados.

El turismo interno debe tratarse como importante, ya que su volumen de desplazamiento es mucho mayor al turismo receptivo.

El turista nacional podría ayudar a nivelar las diferencias de flujos de turistas en las temporadas bajas. Si bien el interés del turista nacional es hacia los destinos de diversión, sol y playa esto está cambiando y hay mucho interés por la naturaleza y la cultura.

Dentro del mercado nacional también encontramos nichos específicos de mercado que por sus características serán de mucha importancia para el desarrollo del turismo comunitario.

La mayor parte del mercado Nacional no utiliza los servicios de una empresa turística y carecen de información turística. La motivación de viaje se da, principalmente, por recomendación de familiares y amigos es decir mediante el sistema boca – boca, y su medio de transporte es principalmente el privado (propio), seguido del transporte por autobús

Un segmento de ecuatorianos se informa sobre los sitios a visitar a través de revistas, folletos, periódicos, televisión y radio.

Para corroborar los datos anteriores, a continuación se detallan datos acerca del turismo interno los cuales se mencionan en el plan de marketing del turismo comunitario, realizado en el 2007. Este análisis se refiere a los ecuatorianos que realizan sus visitas los fines de semana y los ecuatorianos que realizan sus visitas durante los feriados y época de vacaciones:

- La afluencia turística dentro del Ecuador se da de manera particular de las grandes ciudades del Ecuador como Quito, Guayaquil y Cuenca
- Los ecuatorianos realizan sus viajes por lo general en compañía de su familia.
- Los ecuatorianos en un alto porcentaje realizan sus viajes sobre todo por recreación y esparcimiento.

- Los ecuatorianos prefieren visitar playas, sitios naturales, balnearios. Otros recursos que puede ofertar el turismo comunitario son fiestas religiosas, visita a comunidades, ferias y mercados, zonas históricas, sitios arqueológicos y sitios de comida los cuales se constituyen en un importante nicho de mercado de turismo interno a captar.
- Los ecuatorianos prefieren visitar también la naturaleza o áreas protegidas y practicar deportes.
- Los ecuatorianos en su gran mayoría no utilizan ningún medio de información sino más bien viajan por su propia cuenta, seguido por recomendación de familiares y amigos es decir mediante el sistema boca – oído.
- Un segmento de ecuatorianos se informa sobre los sitios a visitar a través de revistas, folletos, periódicos, televisión y radio.
- La mayoría de los ecuatorianos casi no utilizan para viajar por el país los servicios de una agencia u operadora de turismo, al igual que el Internet.
- El medio de transporte mas utilizado de los ecuatorianos para llegar a los sitios de visita, son el vehículo propio y autobús.
- Uno de los problemas encontrados por los ecuatorianos es la falta de información turística.
- El tiempo de duración de estancia de los ecuatorianos que realizan sus visitas aprovechando los feriados y vacaciones es de 1 a 3 noches, seguido de una estadía de 4 a 7 noches.

#### **b. Universidades y estudiantes nacionales**

En los últimos años han crecido el número de instituciones educativas que imparten turismo (incluyendo colegios). Los grupos de estudiantes de universidades y colegios en general pagan poco pero pueden tener volúmenes importantes que ayuden a mantener las operaciones turísticas, especialmente en temporadas bajas, pueden ser complemento de los mercados anteriormente mencionados. Tienen un gran potencial en ayudar en la capacitación de las operaciones comunitarias. Estos grupos buscan lugares interesantes para sus giras de estudios o paseos de fin de año, su temporada más fuerte esta entre los meses de mayo y junio aunque pueden haber grupos esporádicos durante todo el año., las edades varían: en colegios de 15 a 18 años y las universidades entre 18 y 26 años

#### **c. Características del mercado turístico receptivo.**

A continuación se detallan datos acerca del turismo receptivo los cuales se mencionan en el plan de marketing del turismo comunitario, realizado en el 2007.

- La mayor afluencia del turismo receptivo a Ecuador es de América del norte el mayor porcentaje de afluencia es de Estados Unidos, seguido por la afluencia de Canadienses.
- De América del Sur en orden de mayor a menor afluencia tenemos de Colombia, Perú y Chile.
- De Europa en orden de mayor a menor afluencia tenemos de España; Alemania, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda y Suiza.
- El turismo receptivo realizan sus viajes al Ecuador solos y en grupo de amigos.
- El turismo receptivo organizó sus viajes a través de agencia de viajes en un 30% y el 69.7% viajaron por cuenta propia.
- La principal motivación del turismo receptivo se constituye la recreación y/o esparcimiento.
- Prefieren realizar las siguientes actividades: la observación de flora y fauna, seguida de visitar la naturaleza y áreas protegidas, gastronomía y visita a lugares arqueológicos, históricos y religiosos, práctica de deportes y visita a comunidades. Si comparamos las actividades requeridas por el turismo receptivo que llega al Ecuador con las actividades que ofertan las iniciativas de turismo comunitario, podemos observar que las mismas tendrán una importante aceptación en este segmento de mercado.
- Para el turismo receptivo que tienen como motivación la recreación y el esparcimiento la estancia promedio en el Ecuador es de 17 días.

De acuerdo a registros de la FEPTCE, respecto a las visitas al Ecuador vemos que en el 2006 la afluencia turística fue de 60.000 visitantes aproximadamente, del cual el 70% era turismo receptivo.

#### **d. Mercados alternativos**

Dentro de los países y mercados mencionados anteriormente, existen nichos un poco más específicos, que de cierta forma han impulsado el desarrollo de las experiencias de turismo comunitario. No existen datos ciertos sobre el volumen de estos mercados de se hará una descripción de su estructura, necesidades y motivaciones.

#### **e. Mochileros:**

Pagan poco, viajan mucho, ocupan servicios de baja calidad, pueden ayudar a iniciar una operación comunitaria porque no exigen mucho. Las operaciones deben ofrecer un buen servicio, pueden experimentar con ellos y después buscar otros nichos de mercados. Los mochileros ayudan a dinamizar otras actividades cercanas al turismo: transporte público, comercio a escala local. Su edad va entre 18 y 30 años su estadía es larga, entre 4 y 12 semanas y provienen de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, UK, Israel, Suiza, Escandinavia, generalmente viajan solos, pero llegan a formar grupos en los países de destino

#### **f. Voluntarios y estudiantes extranjeros:**

Pueden pagar poco los servicios ofrecidos, pero además tienen el compromiso de ayudar y dar asistencia en las operaciones turísticas, no son muy exigentes y siempre están interesados en las actividades de las comunidades, el factor cultural les atrae mucho. También pueden ayudar a iniciar una operación turística, inclusive desde el proceso de implementación de la infraestructura, la capacitación y hasta la promoción. Su estadía es generalmente es larga entre 2 y 4 semanas. Su edad varía entre 18 y 25 años vienen de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, UK, Suiza, España

La caracterización realizada ha sido porque este tipo de demanda es considerada como la demanda potencial para el turismo receptivo.

### ***3.5. ESTUDIO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA EL REVISICOF***

El estudio de demanda potencial específica para el “Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas” (REVISICOF), se realizó a través de encuestas las mismas que fueron planteadas para establecer las características de los potenciales visitantes al área. Además de conocer el actual nivel de conocimiento del REVISICOF entre los encuestados se pretendió conocer su disposición al pago de una cuota de entrada al área, sus motivaciones y sus preferencias para realizar actividades de turismo comunitario.

La muestra fue tomada al azar y realizada de modo casual, es decir todos los visitantes de los sitios muestreados tuvieron la posibilidad de ser considerados para llenar el cuestionario. Las encuestas fueron desarrolladas en tres sitios cercanos al área y que mantienen una importante afluencia de visitantes.

Así, el análisis de mercado potencial (n=191) se lo realizó en la localidad de San Vicente, Canoa y Bahía de Caráquez. Las encuestas realizadas en San Vicente fueron dirigidas a las personas que esperaban cruzar hacia Bahía utilizando la gabarra. Las encuestas realizadas en Canoa fueron dirigidas a las personas que se encontraban en el área de las carpas, y gente que recorría la calle principal de Canoa. Las realizadas en Bahía fueron dirigidas a las personas que esperaban cruzar hacia San Vicente utilizando la gabarra. Las encuestas fueron realizadas durante el feriado de Semana Santa, específicamente los días 5, 6 y 7 de Abril de 2007 en horas de la mañana y la tarde.

Para el diseño de encuestas se consideraron variables (aspectos generales que determinan la demanda) e indicadores (dimensiones de las variables para facilitar su medición). Las preguntas fueron principalmente cerradas y con opción de posibles respuestas como se detalla a continuación:

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
Lugar de Procedencia	Costa Sierra Oriente Insular Otro
Tamaño de Grupo	Individual Pareja Familia Grupo Informal
Rangos de edades frecuentes	Menos de 18 19 – 29 30 – 39 40 – 49 50 – 59 Más de 60
Educación Formal	Primaria Secundaria Universitaria Post-grado
Ingreso Promedio de los encuestados	Menos de \$150 - \$7,000 a más
Principales destinos de vacaciones	Costa Sierra Oriente Insular Otro
Motivaciones de viaje	Estar en la naturaleza/vida silvestre en general Observación de aves Fotografía Actividades de aventura Acampar Culturas locales, mercados indígenas, Arqueología Diversión, relax, playa Ciudades, museos, iglesias Otros
Nivel de Conocimiento REVISICOF	Si conoce No conoce pero ha escuchado Ni conoce ni ha escuchado
Internos en Visitar	Si/ no
Tiempo estimado de visita	Pocas hora Un día entero Un fin de semana Varios días
Plaza y promoción	Referencias Publicidad Internet Agencia de Viajes Guías de Viajes Información en la vía de ingreso
Disposición al pago	Si/No
Alojamiento en familias	Si/No
Preferencias alojamiento en familias	Habitaciones dobles Baños privados Electricidad Duchas de agua caliente Habitaciones dobles Baños privados Electricidad Duchas de agua caliente Ventiladores

	Camas tendidas Servicio de restaurante Actividades guiadas Teléfono
--	--

### 3.5.1. Mercado Potencial Nacional

#### San Vicente, Canoa y Bahía

Los respondientes en un 54% eran provenientes de la Sierra, principalmente de la ciudad de Quito. Como se conoce, Bahía es un sitio de vacaciones muy frecuentado por quiteños lo cual puede deberse a la propiedad de apartamentos y casas vacacionales y puede explicar el gran porcentaje de quiteños registrado en las encuestas. Por otra parte el 42% de los encuestados respondió venir de la Costa, en donde la mayor parte tenía como lugar de residencia habitual diferentes lugares de la provincia de Manabí. En menor porcentaje 4% se encontraron turistas provenientes de otros lugares y no se registraron turistas provenientes del Oriente o Galápagos.

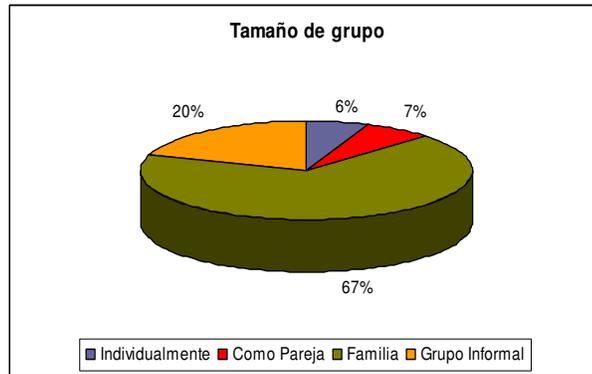


Se puede inferir que, dependiendo del lugar de origen de los visitantes la estadía promedio varía entre un día, para turistas provenientes de Manabí y los cuatro días del feriado de semana santa, para aquellos provenientes de ciudades más lejanas como Quito.

#### Perfil del visitante

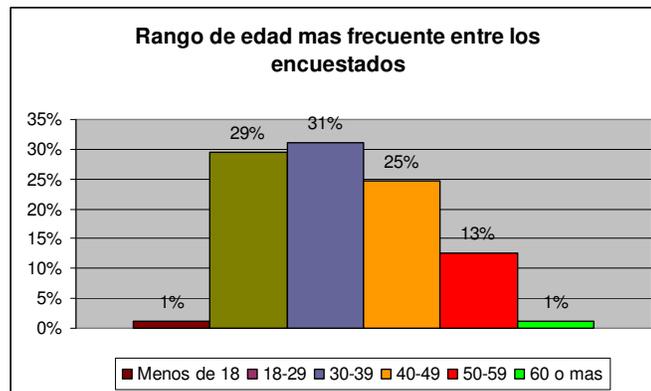
#### Tamaño de Grupo

El 67% de la totalidad de respondientes (n=191) se encontraba viajando en grupo familiar mientras que el 20% lo hacía en grupos informales, generalmente de amigos. Se observa que la tendencia de viajes en pareja es del 7% de la totalidad de encuestados. Se debe mencionar que el porcentaje de visitantes individuales (6%).



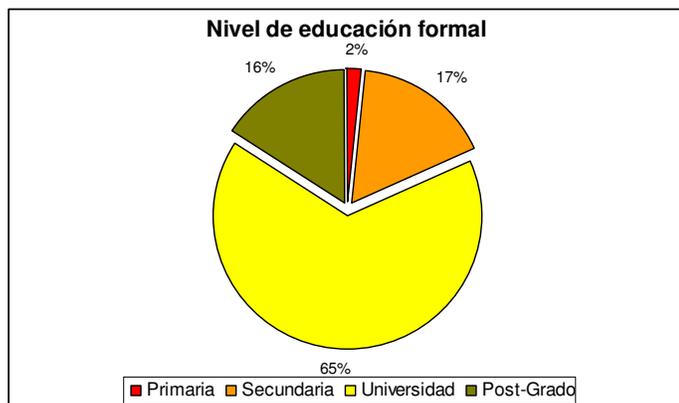
### Rangos de edades frecuentes

Entre los rangos de edad más frecuentes de los encuestados se encuentran los siguientes: El rango de edad comprendido entre 30-39 años tiene una representatividad del 31% de la totalidad de respondientes (n=191); seguido de 18-29 con el 29%. El rango de edad comprendido entre 50-59 años se encuentra representado con un 13% de la totalidad de encuestados; mientras que las categorías de más de 60 años y menos de 18 obtuvieron representación porcentual de apenas el 1% entre los encuestados.



### Educación Formal

Como se observa el 65% de los respondientes tienen un nivel de educación formal de tercer nivel o universitaria; el 17% tiene educación de cuarto nivel mientras que el 16% de encuestados respondió tener formación académica secundaria. Y solo el 2% del total (n=191) con formación primaria.

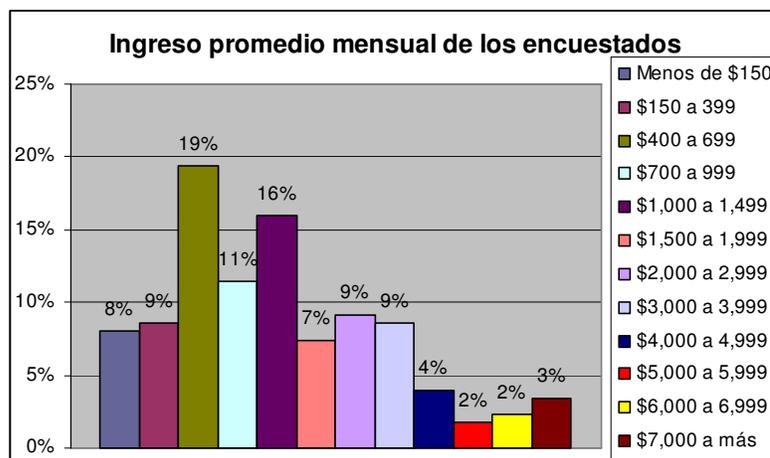


### Ingreso promedio de los turistas

Como se observa en el gráfico existe concentración entre los rangos bajos y medios de ingreso observándose asimetría negativa para los valores más altos de ingresos. Se observa variabilidad entre los porcentajes de ingreso de las categorías dadas

En lo que respecta al ingreso promedio mensual de los encuestados se puede establecer lo siguiente: De la totalidad de respondientes (n=191) el 19% mantiene ingresos mensuales que oscilan entre USD. 400 - 699; Un 16% afirmó tener ingresos mensuales que oscilan entre USD 1000- 1499; esta categoría se encuentra seguida por aquella que oscila entre USD 700- 999 con un 11% de respondientes.

Por otra parte se puede observar que existe equivalencia entre las categorías que oscilan entre menos de USD 150- 399 y 2000 a 2900, ambas con un porcentaje de 9%. De la misma manera se observa estabilidad entre las categorías de ingresos de USD 4000 hasta más de 7000.



### Motivaciones de viaje

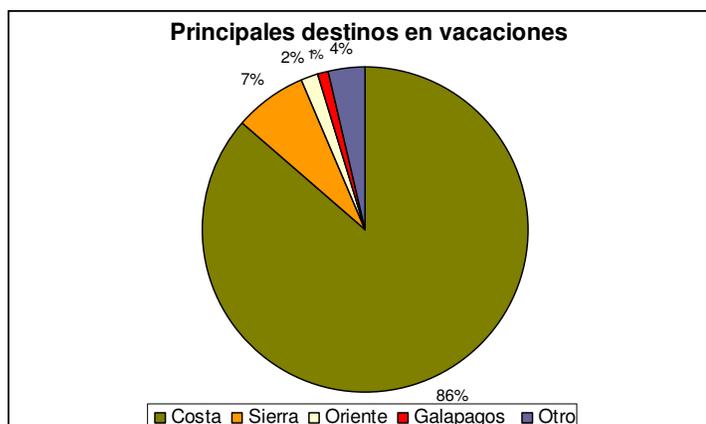
#### Principales destinos de vacaciones

El 86% de respondientes (n=191) afirmó tener como principal destino de vacaciones la región costa del Ecuador. Dentro de este contexto, la mayor parte de viajeros afirmó tener como destinos finales playas, mar y en menor cantidad otros destinos de naturaleza asociados a esta región.

El 7% de encuestados respondió tener como destino de vacaciones la región sierra del Ecuador. Es importante mencionar que este destino se encuentra combinado con destinos de costa ecuatoriana. Así, se infiere que la región sierra del Ecuador constituye un destino secundario entre los visitantes.

El 4% de respondientes encajó dentro de la categoría “otros” destinos de vacaciones. . Se debe señalar que dentro de la categoría “otros” se incluyen destinos de visita fuera del país.

El 2 % de encuestados respondió tener a La Amazonía como destino de vacaciones y solo con el 1% a Galápagos.



### Motivaciones de viaje

En cuanto a las motivaciones de viaje se puede inferir que existen tres tendencias bastante bien definidas. En primer lugar se encuentra la motivación de viajar por diversión, relajamiento y actividades de sol y playa, así el 90% de los encuestados (n=191) respondió que viaja motivado principalmente para el desarrollo de estas actividades.

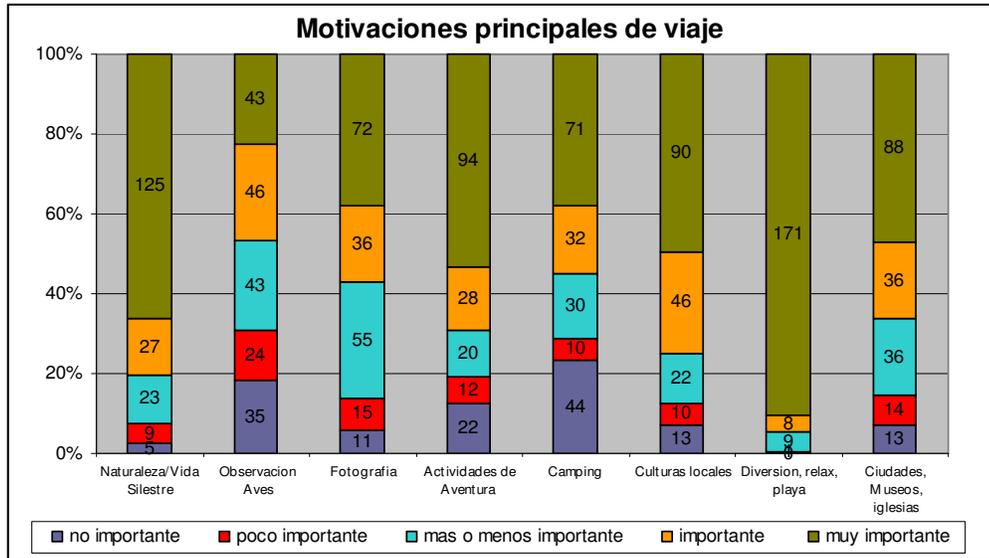
En segundo lugar se observa que la motivación de viajar por tener contacto con la naturaleza y vida silvestre es una motivación de importancia entre los encuestados. Así, 65% de respondientes de una muestra de n=191 considera a esta su motivación principal de viaje.

En tercer lugar se observa que la realización de actividades de aventura es una motivación de viaje importante entre los encuestados. Así, el 49% de los respondientes (n=191) viaja motivado por esta categoría.

En menor grado aparece como motivación principal de el conocimientos de culturas locales, (47%), ciudades, museos e iglesias (46%).

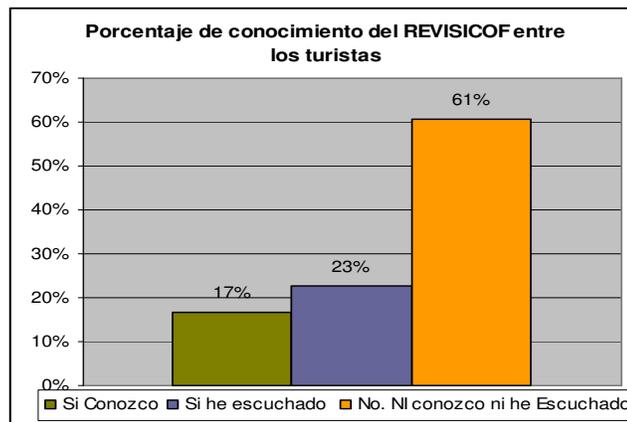
Como se observa las motivaciones de viaje por fotografía y camping son menores entre los encuestados. Se debe mencionar que motivaciones de viaje por observación de aves ha sido considerada medianamente importante entre los respondientes.

Se puede inferir, que las tendencias por motivaciones de viaje obtenidas responden en parte a las características generalistas por parte del segmento de visitantes nacionales

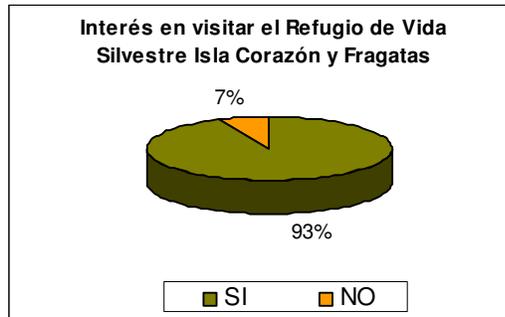


### Nivel de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fraguatas

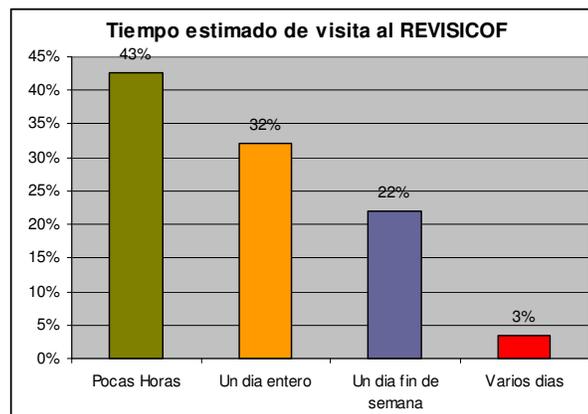
Uno de los objetivos de las encuestas realizadas fue el de establecer niveles de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fraguatas (REVISICOF). Para ello se establecieron tres preguntas básicas: Una orientada a conocer el porcentaje de encuestados que tenía conocimiento sobre el REVISICOF. Así como se observa en el gráfico, de la totalidad de respondientes (n=191) un 61% de ellos no conocía ni había escuchado anteriormente sobre este Refugio; el 23% de encuestados había escuchado anteriormente pero no había visitado el lugar y un 17% de respondientes había efectivamente visitado el Refugio y



La segunda pregunta realizada estaba enfocada en conocer el interés de visita entre los encuestados. Así, se encontró que un 93% de los encuestados (n=191) se encuentran dispuestos a visitar el área, aún sin tener un conocimiento previo del sitio; mientras que un 7% de los encuestados respondieron no estar interesados en visitar el área. Se puede inferir que, argumentar que el área alberga una importante cantidad de especies de aves y que es considerado como uno de los últimos relictos de manglar en las costas de Manabí fue un factor que despertó interés en los potenciales visitantes



Finalmente se procedió a realizar una pregunta sobre el tiempo estimado de visita al área. Como se observa en el gráfico, el 43% de los respondientes (n=178) consideró que su tiempo estimado de visita en el área sería por pocas horas. Como se observa en el gráfico existen porcentajes con poca variación para las categorías de visita correspondientes a un día entero (32%) y un fin de semana (22%) apenas el 3% de los respondientes consideró que su tiempo promedio de visita al área podría ser de varios días.



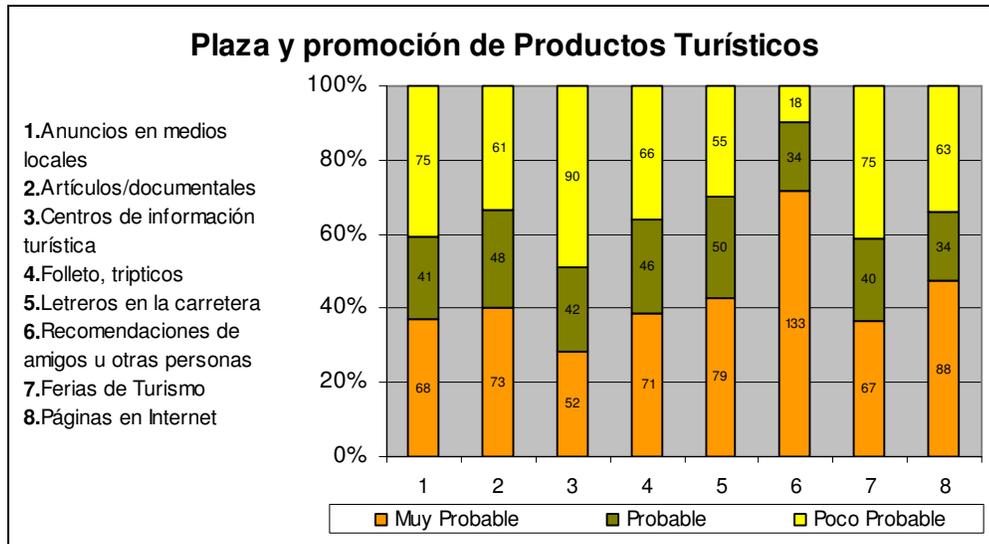
### Plaza y promoción

Con el fin de medir la efectividad de las distintas estrategias de mercadeo, se procedió a preguntar a los visitantes que medio de información es el que más influye al momento de tomar una decisión de compra de productos turísticos. Estos últimos entendidos como hoteles, excursiones o paquetes turísticos.

Así, se encontró lo siguiente: del total de respondientes (n=191); el 70% (133) opina que compraría un producto turístico por recomendación de amigos o familiares. Se debe mencionar que esta es la categoría más importante para la decisión de compra. Seguido de esta categoría con un 46% se encuentra la elección de productos turísticos a través de páginas de Internet, con un 41% de probabilidad se encuentra la opción de Letreros en la Carretera.

Por otra parte, se pueden observar resultados muy parecidos entre 4 categorías de medios: Con 73 respondientes que las catalogan como medios muy importantes para la decisión de compra, se encuentran las opciones de artículos de prensa o documentales y 71 respondientes para folletos y/o trípticos y con 68 respondientes para cada opción se encuentran los anuncios en medios locales como diarios y televisión y 67 respondientes para ferias de turismo.

Como se observa los centros de información turística no son medios importantes para la decisión de compra de un producto turístico.



### Disposición al pago

Por otra parte, se realizaron preguntas sobre disposición al pago. Para ello se realizaron dos preguntas básicas: ¿Estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al REVISICOF, el cual solo serviría como cuota de entrada al área, sin que este modifique ningún otro costo? Se encontró que el 95% de los respondientes (n=191) estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al área aún sin conocer el sitio. Apenas el 5% de los encuestados no estarían de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada. Entre las razones que argumentadas se encuentran:

- Es un área nacional y por tanto el cobro de entrada debería restringirse a extranjeros
- No porque el dinero probablemente no se vería reflejado en obras de mejoramiento
- Se debería conocer el destino del dinero que se paga

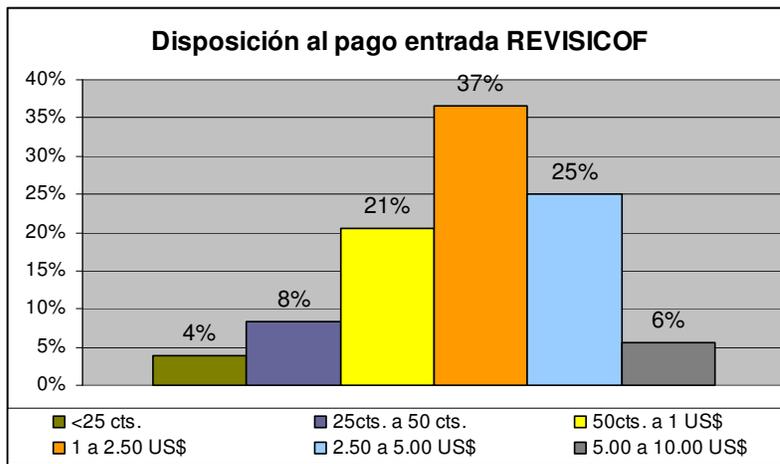


Posteriormente, se procedió a preguntar a los respondientes que se encontraban de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada, cuál consideran ellos un valor adecuado como cuota de entrada. Para ello se procedió a ofrecer rangos de cuotas de entrada a los encuestados.

El 37% de los encuestados (n=191) está dispuesto a pagar una cuota de entrada de 1 a 2.50 US\$. El 25% de los encuestados se encuentra dispuesto a pagar una cuota de entrada que oscila entre 2.50 – 5.00 US\$; mientras que el 21% de este mismo grupo tiene una disposición al pago que oscila entre

USD 50cts. a 1.00 US\$. Apenas el 8% de los respondientes tiene una disposición al pago entre 25 cts. - 50 cts. y solo el 4% de los encuestados considera que un valor inferior a los 25 cts. es adecuado como cuota de entrada

Se debe mencionar que gran parte de los potenciales visitantes entrevistados argumentó estar de acuerdo con el establecimiento de una cuota de entrada al área siempre y cuando los fondos recaudados se destinen a la obras de re-inversión en el área tanto administrativas como de infraestructura y servicios.

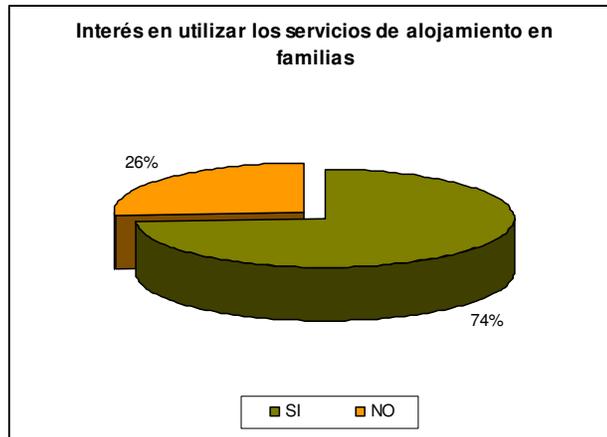


### Alojamiento en familias

Sobre el interés de utilizar servicios de alojamiento en familias se pudo establecer lo siguiente:

Un 74% de los encuestados (n=191) se encuentra interesado en utilizar este servicio mientras que el 26% de encuestados no lo haría. Entre las razones más importantes destacan las siguientes:

- Necesidad de privacidad
- Comodidad y satisfacción de la estadía
- Falta de conocimiento sobre esta modalidad de alojamiento



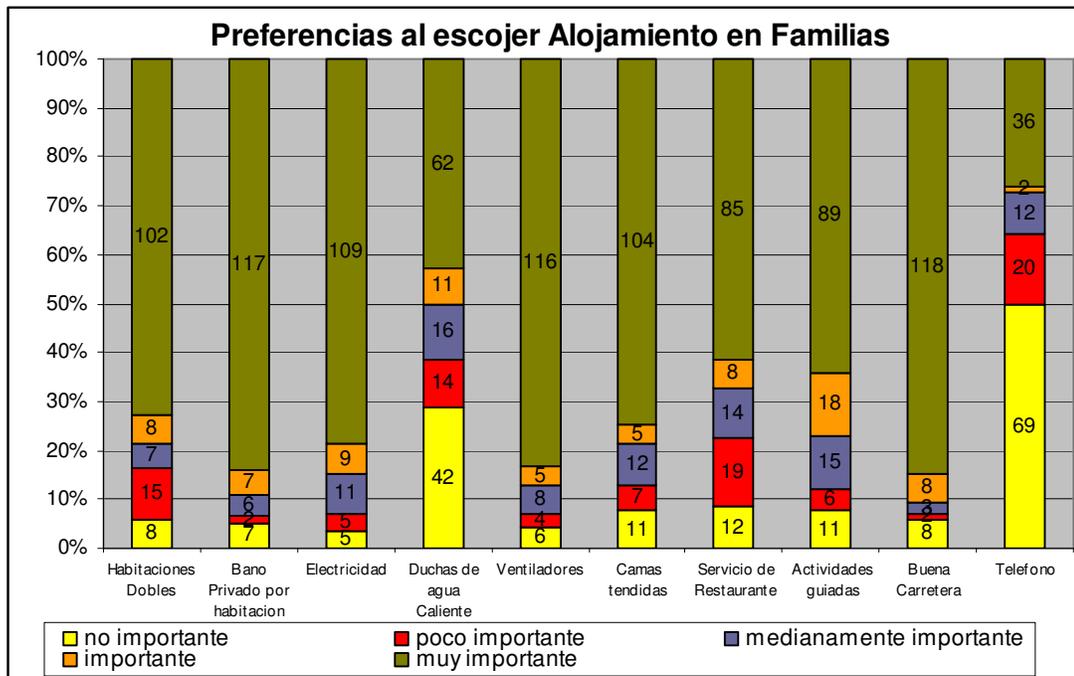
Finalmente, se procedió a investigar cuáles serían las preferencias de los potenciales interesados en usar alojamiento en familias, sus respuestas se presentan a continuación:

El 83% de los respondientes (n=141) considera muy importante el tener acceso a baño privado; por otra parte 116 de los 141 encuestados considera muy importante tener ventiladores en el sitio de alojamiento y 109 respondientes de la misma muestra considera muy importante tener servicio de electricidad. Como se observa estos datos se corresponden y la diferencia entre ambos podrá explicarse por errores en la toma de datos por parte de los encuestadores.

El 72% de los encuestados considera muy importante tener habitaciones dobles (excepto en alojamiento con familiares) y de no compartirlas con personas ajenas al grupo de viaje. Se observa también un valor considerable 74% para la preferencia por servicio de habitación (camas tendidas).

La importancia en preferencias como duchas con agua caliente, y servicio de restaurante y guianza presentan valores decrecientes pero no menos importantes que los otros. Sin embargo, se observa la presencia de un valor extremo, tan solo el 26%, equivalente a 141 respondientes considera al servicio telefónico como un aspecto muy importante dentro de las categorías de preferencia presentadas.

Como se aprecia este segmento de potenciales visitantes presenta preferencias bastante homogéneas en preferencias pro alojamiento, lo cual corrobora las motivaciones y preferencias típicas de turistas nacionales.



### 3.5.2. Mercado Potencial Extranjeros

Es importante recalcar que la información que se presenta a continuación corresponde al Estudio de Mercado Potencial elaborado dentro del marco del Plan de Negocios de la Laguna de Cube y Dógola, localizada en la provincia de Esmeraldas.

Se ha considerado posible tomar como referencia los resultados de este estudio para el Plan de Manejo Turístico REVISICOF con base en las siguientes consideraciones:

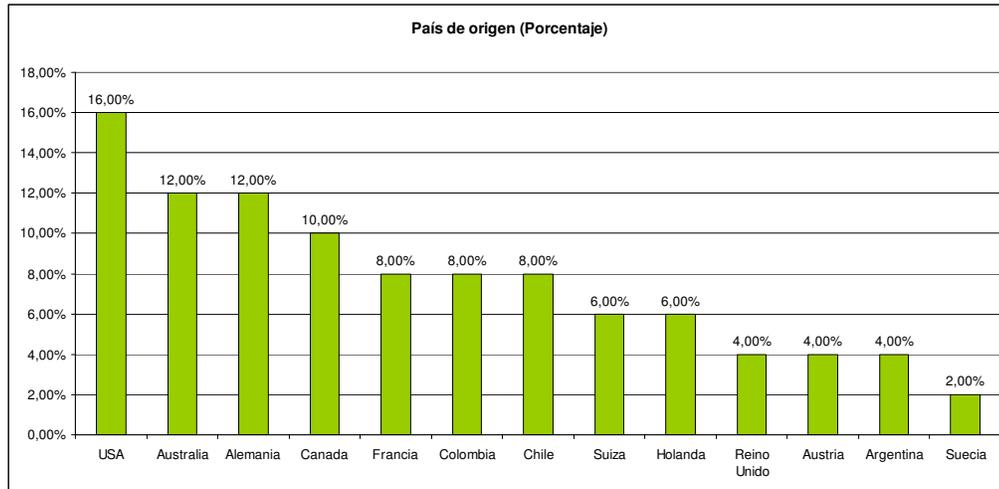
1. El análisis fue elaborado bajo el mismo marco metodológico que aquel desarrollado para el análisis de mercado potencial del REVISICOF
2. Los datos son válidos y confiables puesto que tienen una muestra representativa y las encuestas fueron orientadas a un segmento de mercado similar al que potencialmente visitaría el REVISICOF
3. Se mantienen características generales similares del producto o experiencia ofertada en los dos sitios

El estudio se realizó en el sector de Otavalo, específicamente en la Plaza de Ponchos en el centro de esta ciudad. El estudio se basó en encuestas aplicadas durante los días sábado 25 y miércoles 29 de enero de 2006. Los respondientes (n=58) fueron en su totalidad visitantes extranjeros.

#### Origen de los visitantes

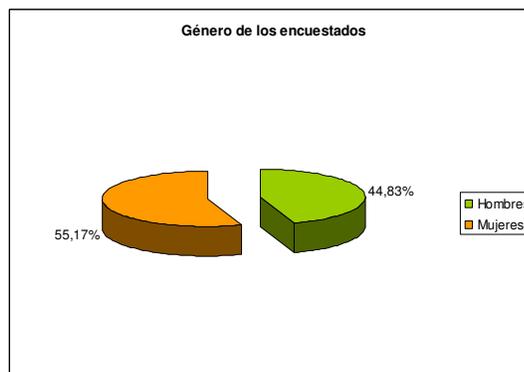
Norteamérica y Europa (Alemania y Francia principalmente) dominan las respuestas en las encuestas. Chile representa el país latinoamericano con mayor representatividad en las encuestas.

Puntualmente los encuestados provenían principalmente de Estados Unidos (16%), seguidos de Australia (12%) y Alemania (12%). Otros países importantes en el origen de los encuestados fueron Francia, Colombia y Chile todos con un 8% mientras que Suiza y Holanda representan un 6% en las encuestas.

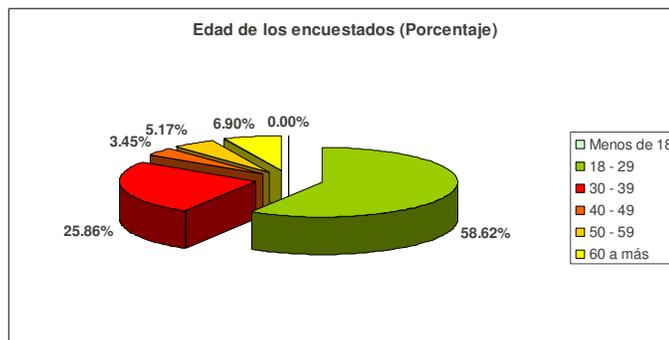


### Perfil General

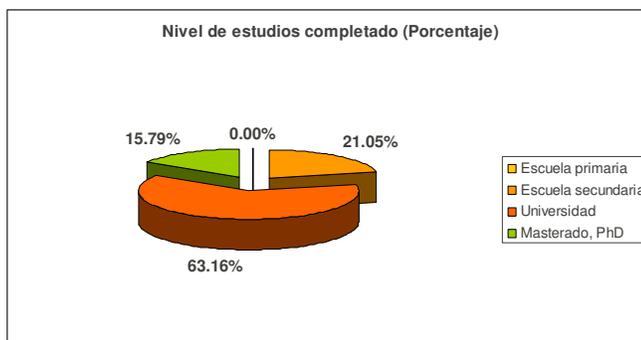
El género se encuentra relativamente balanceado con una mayoría del sexo femenino. Los encuestados fueron mujeres en un 55,17%, mientras que hubo un 44,83% de hombres respondientes.



**Mayoritariamente** el segmento es joven dominado por personas entre 18 y 29 años de edad (58,62%), seguido con encuestados con edades entre 30 y 39 años (25,86%). El segmento de más de 60 representa un 6,9% de respondientes, siendo mayor a los otros dos estratos: 40 a 49 (3,45%) y 50 a 59 (5,17%).

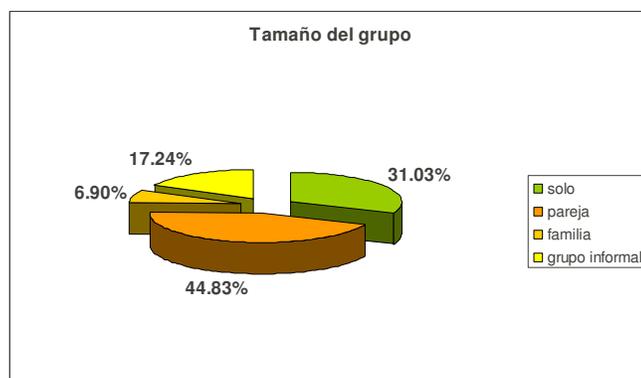


La muestra indica que los respondientes tienen un alto nivel de educación, en donde a pesar de ser un segmento joven, el 63,16% ha completado los estudios universitarios, seguido de estudios secundarios (21,05%) y un 15,79% ha finalizado una maestría.



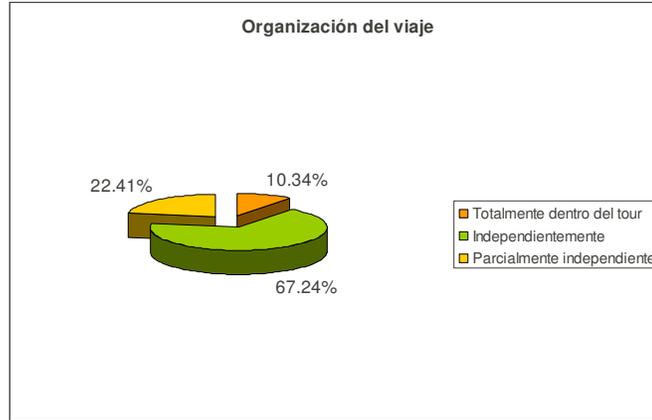
### Tamaño del grupo

Este segmento se caracteriza principalmente por viajar en parejas (44,83%). Los viajeros individuales con un 31,03% ocupan el segundo lugar. Familias (6,9%) y grupos informales (17,24%) son los tamaños de grupo menos frecuentes en los encuestados.



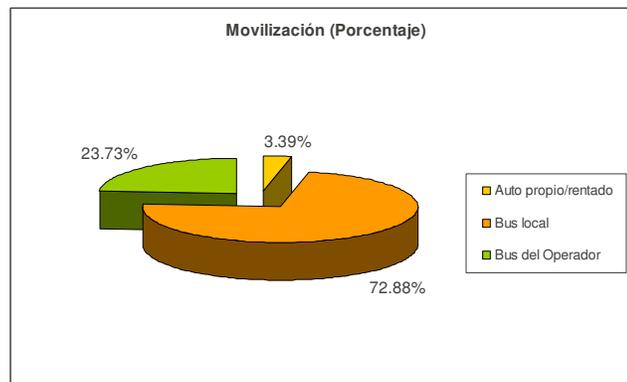
### Organización del viaje

Una característica bien marcada en este segmento es la organización del viaje así como también lo es el medio de transporte utilizado. Una gran mayoría (67,24%) viaja independientemente –FIT's-, es decir que no forma parte de un tour o un paquete en ninguna etapa de su viaje. El siguiente grupo son los viajeros parcialmente independientes, es decir que a pesar de viajar independientemente, parte del viaje lo realizan dentro de un tour o paquete organizado por un operador (22,41%) y finalmente con un 10,34%, se encuentran quienes dependen totalmente de un operador, viajando siempre dentro de un tour. Los valores muestran claramente la disposición de los turistas extranjeros al viaje independiente.



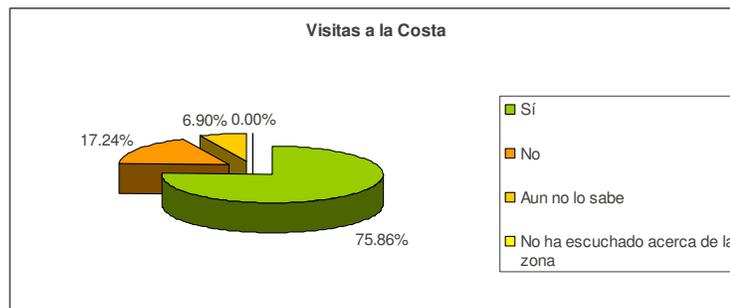
### Movilización

La forma de movilización se refleja en los siguientes porcentajes: el bus local es el medio de transporte más utilizado entre los respondientes (72,88%) y está seguido por el bus del tour operador (23,73%). Tan solo un 3,39% de los respondientes alquila un auto para su movilización.

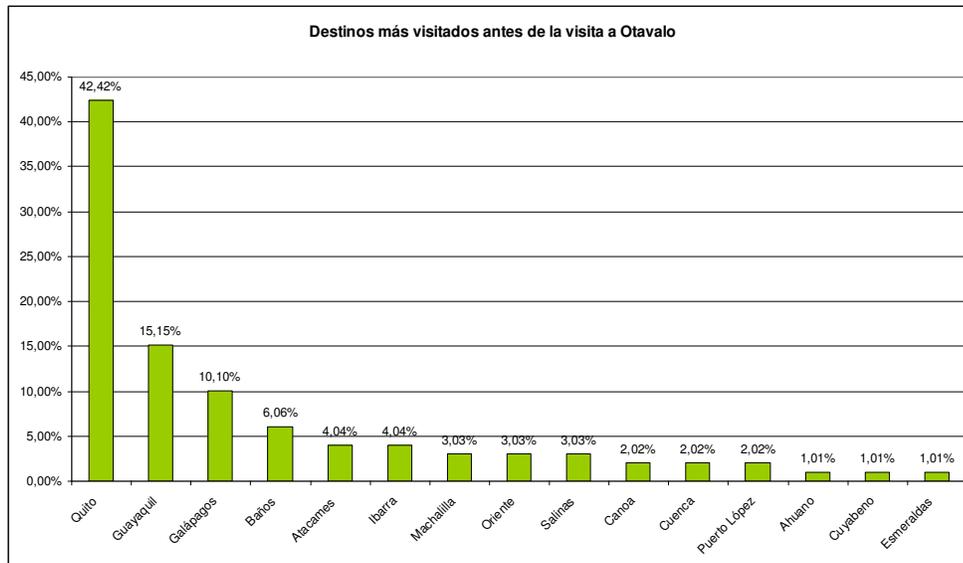


### Visitación a la Costa ecuatoriana

Un indicativo importante para este análisis es que la Costa ecuatoriana como destino es bastante visitado: un 75,86% de los encuestados ha visitado o visitará la región. Un 6,9% no habían tomado la decisión al momento de ser encuestados y un 17,24% indicaron que no visitarían la región durante este viaje.



La encuesta ha intentado además determinar la plaza más adecuada para la promoción. Luego de Otavalo los destinos más visitados por los turistas fueron: Quito (42,42%). Guayaquil (15,15%), Galápagos (10,10%) y Baños (6,06%). Otros destinos importantes son: Atacames (4,04%), Ibarra (4,04%) y Machalilla, Salinas y el Oriente todos con un 3,03% en su visitación.



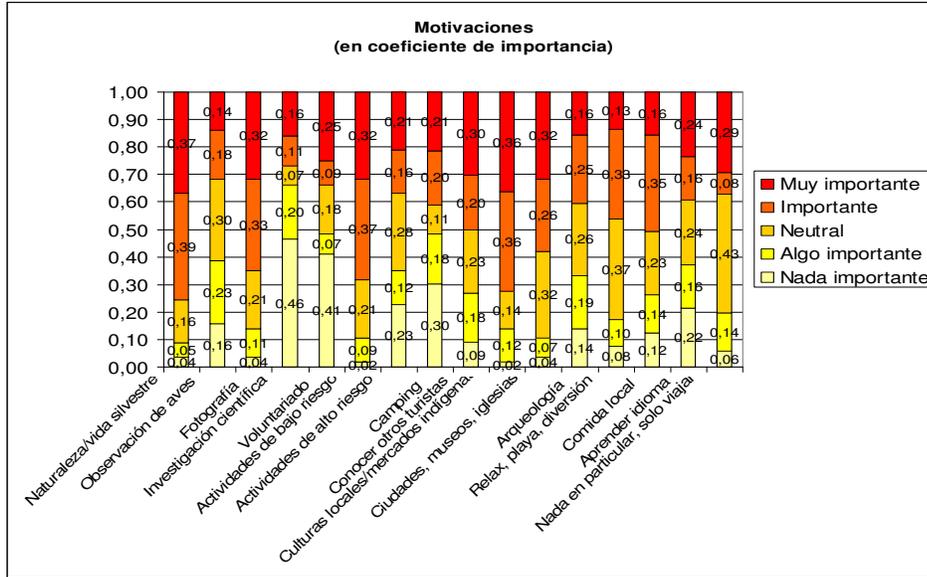
### Motivaciones de viaje

A diferencia del segmento de visitantes nacionales, las motivaciones de los turistas extranjeros están más claramente definidas a diferencia de los ecuatorianos.

Existen tres motivaciones bien definidas en el segmento y están basadas en el coeficiente de importancia (CI): naturaleza y vida silvestre (CI: 0,37), culturas locales y culturas indígenas (CI: 0,36) y actividades de aventura de bajo riesgo como el kayaking, ciclismo, caminatas (CI: 0,32).

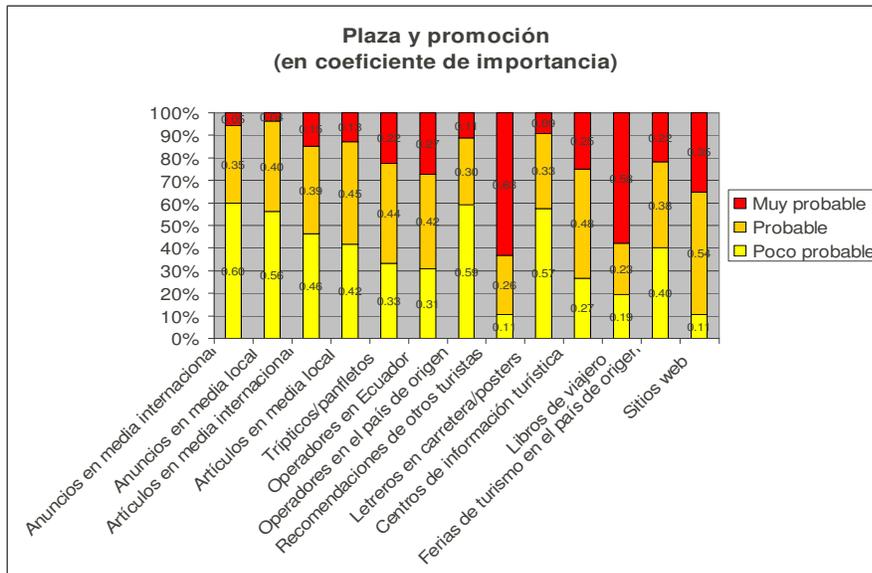
En menor grado aparecen las actividades de fotografía (CI: 0,32), ciudades, iglesias, museos (CI: 0,32), conocer a otros turistas (CI: 0,30), nada en particular solo viajar (CI: 0,29), voluntariado (CI: 0,25), aprendizaje del idioma (CI: 0,24).

Los encuestados indicaron que las motivaciones menos importantes son: observación de aves (CI: 0,14), el relax y diversión (CI: 0,13), la investigación científica (CI: 0,16) y la gastronomía local (CI: 0,16).



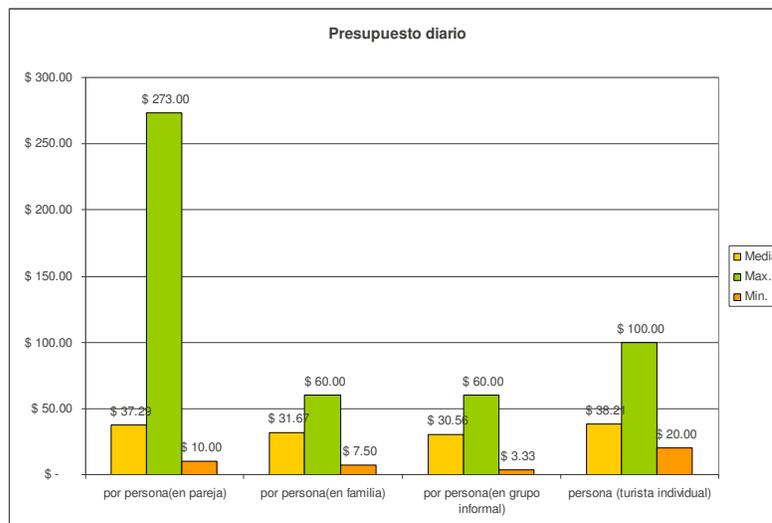
### Plaza y promoción

El segmento identificó claramente a tres canales promocionales: las recomendaciones de amigos u otros turistas (CI: 0,63), los libros de viajero (CI: 0,58) y los sitios Web (0,35). Además de estos canales de promoción son importantes las operadoras en Ecuador (CI: 0,27), centros de información turística (CI: 0,25), folletos y trípticos (CI: 0,22) y ferias de turismo en el país de origen (CI: 0,22). Los anuncios en medios nacionales e internacionales mostraron no ser buenos canales de promoción.



## Presupuesto diario

Los respondientes indicaron tener un presupuesto promedio por persona de US\$ 38,21 cuando viajan individualmente, de US\$ 37,29 si lo hacen en pareja, de US\$ 31,67 en familia y de US\$ 30,56 si lo hacen como grupo informal. El presupuesto promedio combinado es de US\$ 34,43.



## 4. ANÁLISIS INSTALACIONES, MEDIOS Y DESTINATARIOS PARA LA INTERPRETACIÓN

En base a visitas realizadas a la zona y a entrevistas y conversaciones mantenidas con los miembros de la comunidad, de ASO-MANGLAR y de instituciones cooperantes se han identificado las siguientes instalaciones que son usadas para las actividades de interpretación ambiental

### 4.1. Instalaciones para la interpretación

Las instalaciones para servicios interpretativos se encuentran en la Comunidad de Puerto Portovelo y en la Isla Corazón.



En la Comunidad se encuentra el "Centro de Interpretación Ambiental" construido en el año 1997 con la intervención Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC)

Actualmente esta instalación está siendo readecuada y refaccionada con el apoyo de la Fundación ESQUEL, quien también se encuentra apoyando temas referentes a capacitación y dotación de equipamiento para la comunidad.

El centro de interpretación está construido con caña sobre una base de cemento y el techo, recientemente refaccionado, es de palma (cadi) El área tiene una extensión de 20 x 15 m<sup>2</sup>. Los

visitantes que llegan a la Isla Corazón son conducidos al Centro de Interpretación en el cual el guía da una explicación acerca del área tocando temas referentes a su importancia biológica, ecológica y cultural. Este lugar también es utilizado como área de conferencias, capacitación y centro de reuniones comunitarias.

Actualmente en la Isla Corazón, se cuenta con un sendero elevado (270 m. longitud) el cual permite a los guías desarrollar actividades de interpretación ambiental, puesto que durante el recorrido los visitantes pueden conocer de cerca el ecosistema manglar.

Además existe la Torre de Observación de aves localizada al final del sendero en la cual los guías realizan una exposición sobre avifauna asociada al ecosistema manglar y además muestran el uso de artes de pesca tradicionales.

Es importante mencionar que el mantenimiento del centro de interpretación, de la torre de observación y del sendero se encuentra a cargo de la Comunidad de Portovelo y Puerto Portovelo y de la ASO-MANGLAR. . Así, en el mes de Junio de 2007, por medio de una minga comunitaria, se realizó la readecuación de las instalaciones turísticas de Puerto Portovelo con el apoyo de la Fundación ESQUEL.



## 4.2. Análisis de medios para la interpretación

En la Comunidad de Puerto Portovelo se cuenta con medios básicos para la interpretación ambiental. Estos forman parte del equipamiento del Centro de Interpretación Ambiental. Entre estos se encuentran siguientes:

MEDIOS PARA LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL
11. Afiches referentes al ecosistema manglar.
12. Fotografías de la Isla Corazón. Las fotografías fueron tomadas en la Isla Corazón por Fundación AGMA y actualmente son usadas para mostrar a los visitantes la diversidad biológica existente en la Isla. Estas serán actualizadas próximamente con ayuda de la Fundación ESQUEL.
13. Folletos de información general que no solo tratan de la Isla Corazón y Fragata sino también de otras áreas remanentes de manglar en el Ecuador.
14. Video Informativo: Con el apoyo de FUNDES y CORPEI, la comunidad logró realizar un pequeño video sobre la Isla Corazón. Este video forma parte de la inducción que los guías hacen a sus visitantes. Para finales del 2007 se piensa contar con una versión actualizada del video.
15. Televisión y reproductor de video.
16. Pizarrón.
17. Mapas.
18. Biblioteca.
19. Tres canoas y una panga a motor.
20. Artes de Pesca tradicionales

Se debe mencionar que, las charlas interpretativas representan un medio para la interpretación ambiental pues éstas se desarrollan a lo largo de todas las actividades que se desarrollan durante la estadía de los visitantes.



Al interior de la torre de observación se encuentran letreros y rótulos informativos y otros materiales y herramientas que son utilizadas durante las actividades de interpretación de los guías. Estos materiales fueron elaborados con el apoyo del PMRC, Fundación AGMA y Municipio de Sucre.

El mensaje central de los rótulos se orienta a dar a conocer a los visitantes aspectos básicos relacionados al ecosistema manglar. Además contienen mensajes clave sobre la importancia de conservación de este ecosistema,

promoviendo de esta manera la protección y conservación de este recurso.

## 4.3. Análisis de servicios interpretativos

Los servicios interpretativos con los que cuenta el Refugio son:

- Recorridos guiados por Guías Nativos
- Charlas de interpretación
- Visionaje de películas relacionadas
- Actividades demostrativas de pesca artesanal en manglar

### **Recorridos guiados por Guías Nativos**

Los recorridos guiados inician en el muelle de Puerto Portovelo, donde los visitantes reciben una primera charla de inducción y los accesorios de seguridad necesarios para embarcarse, posteriormente la canoa inicia el viaje hasta la Isla Corazón donde se arranca el recorrido por el sendero y los túneles. A pesar de que el sendero podría ser auto guiado, toda la visita se realiza en compañía de los guías. Los ocho guías fueron capacitados inicialmente por CAPIN (agencia que capacita a comunidades) durante los años 1997 y 1998. La capacitación fue impartida a 24 personas de la comunidad, de los cuales en la actualidad ocho tienen la licencia de guías otorgada por el Ministerio de Turismo. Las actividades de guianza empezaron formalmente en el año de 1998.

### **Charlas de interpretación**

Las charlas de interpretación son realizadas durante todo el tiempo de estadía de los visitantes. Una primera charla es impartida a los visitantes antes de embarcarse para la visita a la Isla Corazón. En esta charla los guías introducen las actividades que se van a desarrollar y dan instrucciones generales sobre normas de comportamiento y seguridad para los visitantes.

Durante el recorrido, los guías dan una charla informativa sobre el ecosistema manglar y su importancia. En esta charla también se introducen temas referentes a la pesca artesanal, las camaronerías y problemas que afectan al manglar y a su subsistencia.

Posteriormente, en el recorrido por el sendero y ya en la torre de observación los guías proporcionan información sobre la concha y el cangrejo y sobre las especies de manglar y avifauna existente en la Isla remarcando la importancia de estas especies para el mantenimiento del ecosistema manglar.

En los recorridos por los túneles los guías brevemente indican los sitios de anidación de las especies y limitan su charla para no crear disturbio en las aves. La explicación completa sobre especies y ciclos biológicos la realizan en áreas abiertas.

Finalmente, de regreso en la Comunidad de Puerto Portovelo, los visitantes son llevados al centro de interpretación en donde reciben información sobre temas varios.

### **Visionaje de Películas relacionadas**

Una de las actividades realizadas en el centro de interpretación es el visionaje de películas relacionadas al ecosistema manglar. Actualmente se cuenta con un corto sobre el manglar en la Isla Corazón y su importancia. Este video será actualizado hasta finales del año 2007. Adicionalmente se pueden observar videos varios que enfatizan la importancia del ecosistema manglar y sus amenazas en el contexto nacional.

### **Actividades demostrativas de pesca artesanal en manglar**

Como parte complementaria a la actual oferta de servicios turísticos e interpretativos se encuentran las actividades demostrativas de pesca artesanal.

Esta se considera una actividad opcional para los visitantes; durante su desarrollo éstos pueden observar y aprender los métodos de pesca artesanal tradicional y conocer acerca de las especies generalmente capturadas y las restricciones de pesca establecidas entre los pescadores de la zona a fin de precautelar la existencia de los recursos.

## **4.4. Análisis de destinatarios para la interpretación**

Actualmente, los principales destinatarios de la interpretación son estudiantes de escuelas y colegios de la zona y de universidades tanto de la provincia como de otras a nivel nacional.

Por otra parte se encuentran los grupos familiares y grupos de extranjeros que forman corresponden al perfil de visitantes que accede al REVISICOF.

## 4.5. Identificación de oportunidades para la interpretación

Después de realizado un análisis sobre el estado de los medios y servicios interpretativos se han identificado las oportunidades para la interpretación; entendidas como alternativas que permitan mejorar la oferta existente o crear alternativas innovadoras para satisfacer otras necesidades.

Así, se han identificado las siguientes oportunidades

### Entretenimiento y motivación creativa para niños:

1. Al finalizar las actividades (charlas) realizadas en el centro de interpretación se propone contar con material local que permita a los niños realizar actividades diversas
  - a. Tener palitos, hojas secas, piedras, conchas, ramas y otro material de la zona que les permita crear juguetes o recuerdos de la isla – canoas, manglares, túneles, etc. Esto podría vincularse a las actividades que más le impactaron durante el recorrido por la Isla.
  - b. Dibujos y diseños para colorear, todos referentes al ecosistema manglar

### Descanso después de la visita a la Isla

2. En el área de descanso localizada en Puerto Portovelo, junto al restaurante, se puede tener revistas, fotografías, afiches y folletos que ilustren las actividades que se desarrollan en el manglar por parte de los pobladores y otra información sobre el ecosistema manglar
3. Aprovechando el descanso de los visitantes, y como una manera de motivar su interés por la gastronomía del lugar, se puede ofrecer a los visitantes bocadillos hechos a base de productos extraídos del manglar y que a la vez demuestren la riqueza culinaria de la zona

### Actividades demostrativas de pesca artesanal en manglar

4. Una vez realizadas las actividades demostrativas de pesca artesanal, se puede invitar a los visitantes a participar en la preparación de sus propios alimentos involucrándolos de esta manera con miembros de la comunidad.

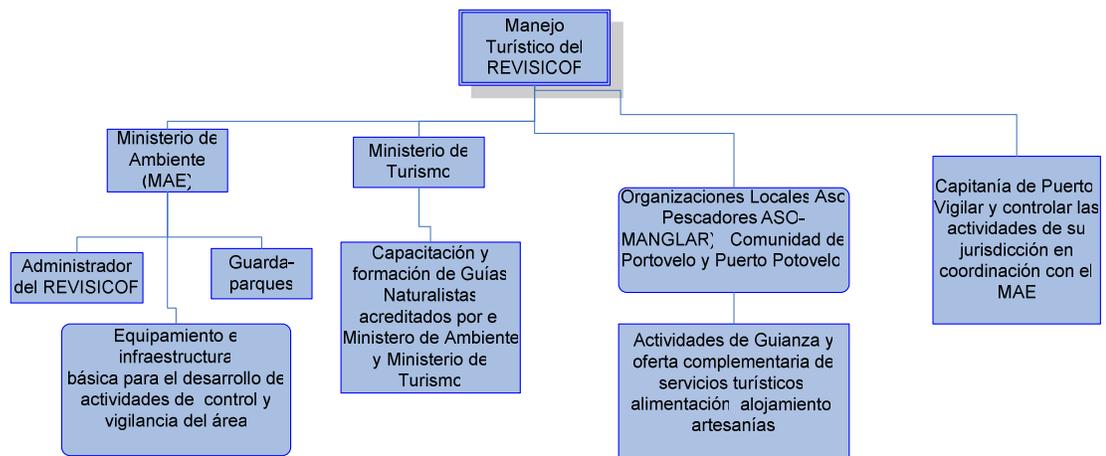
### Actividades culturales: tradiciones y costumbres:

5. Una vez culminadas las actividades en la Isla se puede invitar a los visitantes a participar en actividades culturales propias de la zona. Entre estas se pueden incluir historias de duendes, los velorios de santos, la celebración del día de la raza y el día del manglar, los amorfinos.

## 5. MODELO PROPUESTO PARA LA ESTRUCTURA DE MANEJO TURÍSTICO

La estructura de manejo turístico para el REVISICOF incluye actores de los sectores público, privado y comunitario.

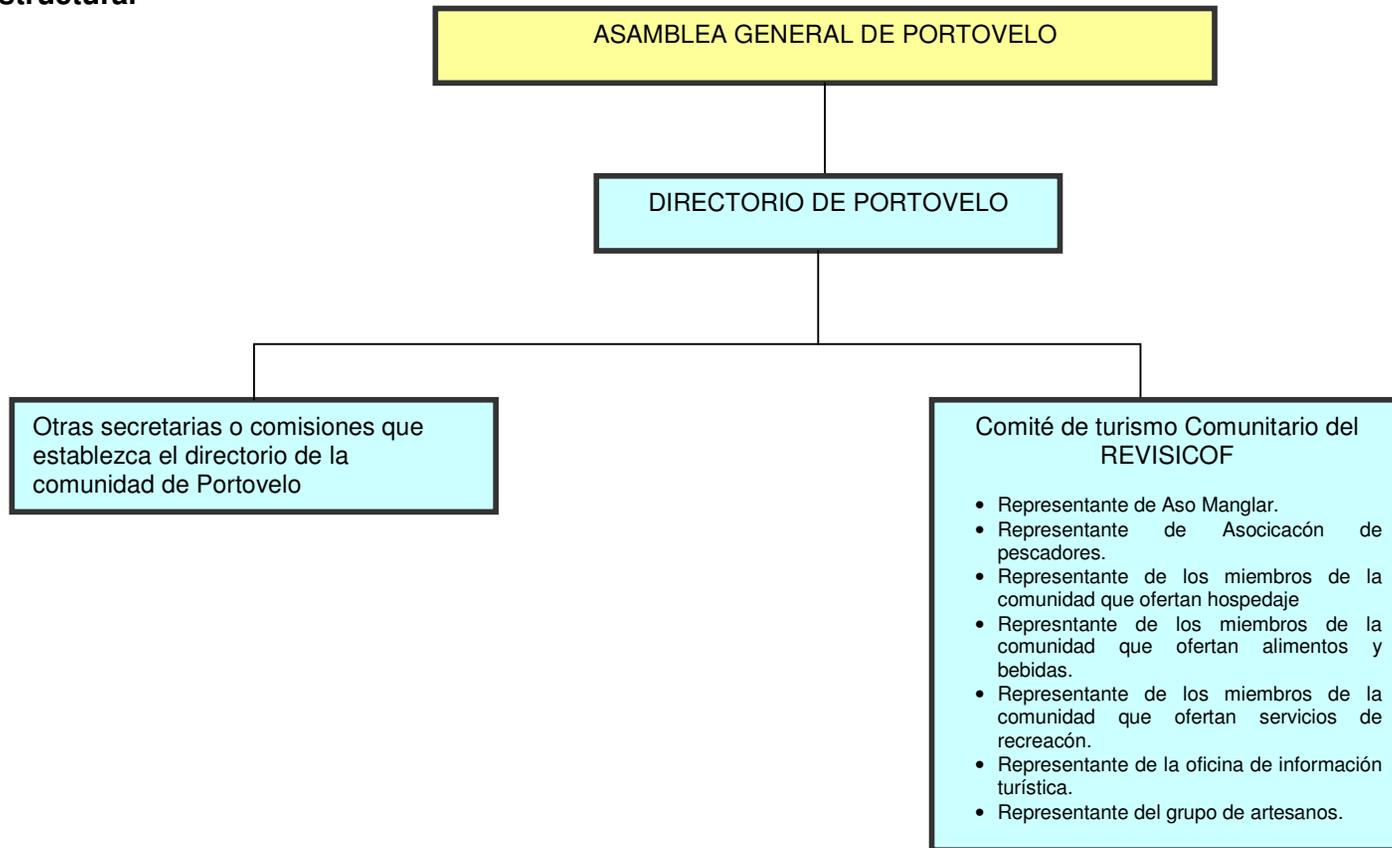
La figura que se presenta a continuación esquematiza las responsabilidades e intervenciones de los distintos actores:



Actores	Rol	Responsabilidades-Intervenciones
Ministerio de Ambiente	Director de Área	Responsable del manejo general del área. En el tema de turismo es el encargado de vigilar el adecuado desarrollo de actividades turísticas en el REVISICOF, considerando para ello la zonificación del área
	Guardaparques	Responsables del control y vigilancia general del área, En el tema turístico son los encargados de vigilar el adecuado desarrollo de las actividades turísticas que se lleven a cabo al interior del área
	Guías	Son los responsables de las actividades de guianza e interpretación y educación ambiental que se desarrollen en el interior del área y en su zona de amortiguamiento Adicionalmente podrían asumir el rol de guardaparques comunitarios.
Ministerio de Turismo - Ministerio de Ambiente	Municipio de Sucre y San Vicente	Responsables de capacitar y emitir licencias de Guías Naturalistas 1 para el REVISICOF
Organizaciones Locales	ASO-MANGLAR	La ASO-MANGLAR se involucra en actividades relacionadas al control y vigilancia del área, por formar parte de la zona de amortiguamiento del Refugio. Constituyen en grupo de guías del REVISICOF por lo tanto tienen a su cargo actividades de guianza, interpretación y educación ambiental. Podrían ser considerados guardaparques comunitarios
Instituciones cooperantes	PMRC, Fundación ESQUEL, CI, FEPTCE	No mantienen obligaciones directas con el REVISICOF sin embargo se encuentran involucradas en el fortalecimiento turístico y comunitario del área. Trabajan principalmente en temas de capacitación, equipamiento y construcción de infraestructura (dentro del REVISICOF y en su zona de amortiguamiento)

**PROPUESTA PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO PARA EL REVISICOF.**

**Organigrama estructural**



Este comité podría estar conformado por representantes de grupos organizados de la comunidad que presten algún tipo de productos turísticos (alojamiento, alimentación, guianza, transporte turístico, recreación – paseos a caballo, paseos en bicicleta) y/o algún tipo de servicio complementario como venta de artesanías la oficina de turismo.

## 6. ZONIFICACIÓN Y NORMAS DE USO

La zonificación del REVISICOF responde a una metodología participativa entre las organizaciones cooperantes, autoridades y miembros de la comunidad. Para el desarrollo de esta etapa del proceso se procedió a trabajar conjuntamente con C-CONDEM para el establecimiento de criterios para la zonificación del componente turístico.

Así, una vez definidos los criterios se procedió a la toma de puntos y polígonos en sitios de interés turístico tanto dentro como fuera del área del REVISICOF. Esto permitió el establecimiento de zonas de uso público dentro del área y fuera del área así como la determinación de sitios potenciales de uso público.

Posteriormente se trabajó en la cartografía del área obteniendo como producto final mapas de propuesta de zonificación turística. Es necesario mencionar que el proceso de zonificación turística se inserta dentro de la zonificación general del área; es decir los criterios de esta etapa de zonificación han sido interrelacionados con los criterios biológicos y socio-económicos del área. Así, la zonificación final del área se encuentra explicitada en el Plan de Manejo General del REVISICOF.

La descripción y mapas presentados en este documento corresponden a los criterios de zonificación turística considerados por los consultores.

**Zona de uso extensivo.** Si clasificamos los parámetros grado de alteración referentes a: presencia de especies de flora y fauna, dificultad de acceso humano e infraestructura, en términos de alto medio y bajo, esta zona se colocaría en el grado de medio. Es una zona en el cuál se recomienda actividades, investigativas, educativas y recreacionales y de turismo con medidas restringidas de manera que no se comprometa la existencia y mantenimiento de los procesos ecológicos y/o culturales. Para ello se considera necesaria la aplicación de parámetros de capacidad de carga turística así como la consideración de factores relativos a la calidad y experiencia de los visitantes.

Esta zona comprende las siguientes áreas:

6. Muelle y Sendero elevado de la Isla Corazón (270 m.)
7. Torre de observación de aves de la Isla Corazón localizada el final del sendero
8. Rutas y túneles de manglar utilizados como trayectos para acceder a los sitios de anidación de aves
9. Playas de arena alrededor de la isla (cuando la marea baja)
10. Sitios de anidación de aves a los cuales es posible acceder en canoa y han formado parte del uso turístico de la isla. Esto no compromete a los sitios de anidación localizados en áreas en los cuales el acceso

### a) Características biofísicas

El área es relativamente poco alterada. Se trata de ecosistemas naturales que contienen muestras representativas de la biodiversidad nativa de los ecosistemas de manglar. Una de las mayores alteraciones la constituye la apertura del sendero y construcción de la torre de observación; no obstante esta infraestructura no provoca impactos en el manglar

### b) Características sociales

Esta zona permite la visita de grupos pequeños de acuerdo a los parámetros de capacidad de carga establecidos para el Sendero de la Isla Corazón y que deberán aplicarse al resto de puntos de visita

Los visitantes tienen interés en permanecer en contacto con la naturaleza. Y deben sentir interés por conocer las zonas de anidación de especies de aves, escondites (huecos) de cangrejos, túneles entre el manglar.

Los recorridos por estas zonas deben realizarse en compañía de un guía turístico.

### **c) Características administrativas**

En estas zonas se encuentran delimitados caminos o rutas por las cuales accederán las canoas. El número de visitantes no excederá aquel establecido en la capacidad de carga del Sendero de la Isla Corazón.

### **d) Usos permitidos**

En esta zona se permite caminatas, observación de aves, paseos o bote, fotografía. Los recorridos por los túneles de manglar y los sitios de anidación de aves se los realizará únicamente en canoa a remo. Los paseos por las playas de arena se los podrá realizar con el número máximo de pasajeros permitido para el sendero y cuando el guía considere que tiene condiciones de seguridad apropiadas

### **e) Inquietudes/Oportunidades**

Limitar la congestión y los impactos biofísicos en los sitios de visita y evitar la alteración del comportamiento de las poblaciones de vida silvestre, especialmente aves. Es necesario fortalecer la capacidad interpretativa para el mayor disfrute del visitante. Debe minimizarse los impactos de los turistas restringiendo el número de visitantes a estos sitios

### **f) Acciones de manejo**

Es necesario disponer de un sistema de monitoreo y control de los lugares de visita y de la vida silvestre, así como fortalecer los programas de capacitación para los guías.

### **Zona rural o de amortiguamiento**

Esta zona comprende toda el área de amortiguamiento al Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas, incluidas áreas privadas y comunitarias, que mantienen un alto componente de ruralidad en su desarrollo.

En estas zonas se permite el establecimiento de senderos autoguiados y otro tipo de infraestructura básica como señalización, baños, centro de información, áreas de camping, picnic, alimentación y alojamiento, etc. En esta zona no se establecen restricciones en cuanto a la entrada de visitantes y actividades que allí puedan realizarse siempre que no atenten contra al mantenimiento de los procesos ecológicos del REVISICOF

Específicamente estas zonas comprenden:

4. Comunidad de Portovelo
5. Comunidad de Puerto Portovelo
  - a. Centro de Interpretación
  - b. Comedor
  - c. Cabañas de alojamiento
  - d. Punto de Información
6. Áreas de Pesca

### **a) Características biofísicas**

En esta zona no existen muestras representativas de flora y fauna nativa puesto que han sido alteradas para dar paso al asentamiento de comunidades locales. Esta zona presenta una mediana o alta alteración y es posible encontrar zonas de agricultura, ganadería y cultivos de ciclo corto, entre otros

En esta zona se pueden ubicar propiedades con extensiones medianas y pequeñas de tierras y asentamientos comunitarios con atractivos turísticos naturales y culturales de potencialidad para el desarrollo de actividades turísticas sostenibles

#### **b) Características sociales**

Los grupos de visitantes son heterogéneos, ya que incluyen tanto a residentes de la localidad como a visitantes foráneos. Las visitas a estas zonas se pueden realizar tanto en grupos grandes como pequeños con o sin guía. En la mayoría de áreas se permite el uso extractivo de los recursos naturales, entendido como aquellas actividades de pesca artesana, tanto para turismo como para subsistencia, realizadas por miembros de las comunidades. Es necesario prever el manejo de los desechos en estos sitios.

#### **c) Características administrativas**

En esta zona se pueden establecer senderos interpretativos autoguiados para visitar zonas de interés. No existe una limitación en cuanto al número de visitantes que puede acceder a esta zona.

Este es el sitio propicio para el desarrollo de actividades y muestras culturales tales como historias, tradiciones, leyendas y otras manifestaciones culturales y religiosas.

En estas zonas se prevé la instalación de infraestructura turística tal como hospedaje, alimentación, senderos marcados, señalización, casetas, refugios, letrinas y otros requerimientos necesarios.

#### **d) Usos permitidos**

Esta zona permite los siguientes usos: caminatas, campamentos, almuerzos al aire libre, cabalgatas, paseos en bicicleta, actividades demostrativas de pesca artesanal, restaurantes campestres y acontecimientos programados y otras actividades similares. Además se prevé el desarrollo de actividades de pesca artesanal (para subsistencia y no para comercialización). Esta zona incluye la ejecución de proyectos de uso sostenible de los recursos con involucramiento comunitario.

#### **e) Inquietudes/Oportunidades**

En esta zona se prevé el apareamiento de problemas relacionados con el deterioro de los recursos naturales y culturales y la capacidad para controlarlos, así como problemas de insalubridad asociados con la presencia de basureros y la potencial contaminación de fuentes de agua.

La seguridad pública en esta zona es un elemento prioritario. Es necesario prever incendios, extravíos, crímenes, robos, etc. Se debe motivar que las actividades productivas se las enfoque desde una perspectiva sostenible; y buscar opciones de desarrollo que sean compatibles con la conservación de los recursos.

#### **f) Acciones de manejo**

Es necesario identificar las áreas específicas de flujo turístico y establecer un acercamiento con los operadores y otras organizaciones cooperantes para una coordinación adecuada.

En anexos se encuentran los mapas propuestos para la zonificación turística del REVISICOF.

## 7. ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE CARGA

### Consideraciones generales básicas

El cálculo de capacidad de carga busca establecer el número máximo de visitantes que puede recibir un área protegida con base en las condiciones físicas, biológicas y de manejo que se presentan en el área en el momento del estudio. (Cifuentes 1992 en Cifuentes *et al.* 1999)

El proceso consta de tres niveles

1. Capacidad de carga física (CCF)
2. Capacidad de carga real (CCR)
3. Capacidad de carga efectiva (CCE).

La relación entre los niveles puede representarse como sigue:

$$CCF > CCR \geq CCE$$

Los cálculos se han realizado sobre la base de las siguientes consideraciones

1. El sendero es unidireccional, por lo tanto se tendrá flujo de visitantes en los dos sentidos.
2. Una persona requiere normalmente de 1m<sup>2</sup> de espacio para moverse libremente. En el caso de senderos se traduce en 1 m lineal, siempre que el ancho del sendero sea menor que 2 m
3. El tiempo necesario para realizar la visita es de 1 hora 20 minutos
4. El horario de visita es de 08h00 a 16h00; 8 horas diarias
5. El sendero se encuentra abierto los 365 días del año.
6. Grupos máximo de siete personas (6 pax + 1 guía)

### 7.1. CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF)

Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día. Está dada por la relación entre factores de visita (horario y tiempo de visita), el espacio disponible y la necesidad de espacio por visitante. Para calcularla se utiliza la siguiente fórmula

$$CCF = \frac{S}{sp} \times NV$$

Donde:

S = superficie disponible, en metros lineales (270 m. para el Sendero Interpretativo de la Isla Corazón)

sp = superficie usada por persona = 1 m de sendero (lineal en senderos) x 7

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

NV equivale a:

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

Donde:

Hv = Horario de visita

Tv = Tiempo necesario para visitar cada sendero

$$NV = \frac{8 \text{ horas / día}}{1,2 \text{ horas / visita}}$$

$$NV = 6.66 \text{ visitas / día}$$

Entonces:

$$CCF = \frac{S}{sp} \times NV$$

$$CCF = \frac{270m}{7m / grupo} \times 6.66 \text{ visitas / día}$$

$$CCF = 256.88 \text{ grupo / día}$$

## **7.2. CAPACIDAD DE CARGA REAL (CCR)**

La CCR es el límite máximo de grupos, determinado a partir de la CCF de un sitio, luego de someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del área. Los factores de corrección se obtienen considerando variables físicas, ambientales, biológicas y de manejo.

Los factores de corrección están estrechamente asociados a las condiciones y características específicas de cada sitio. Esto hace que la capacidad de carga de un área protegida tenga que calcularse sitio por sitio. Aplicando estos factores de corrección al cálculo de la CCF, se obtiene la CCR por sitio por día.

Los factores de corrección se calculan con la siguiente fórmula general

$$FC = \frac{MI}{Mt}$$

Donde:

FC = factor de corrección

MI = magnitud limitante de la variable

Mt = magnitud total de la variable

### **CALCULO DE FACTORES DE CORRECCIÓN**

Considerando aspectos referentes a la calidad de visitación, se plantea la necesidad de manejar la visitación por grupos. Para un mejor control del flujo de visitantes y para asegurar su satisfacción, se propone que la visitación sea manejada bajo los siguientes supuestos:

- Grupos de máximo siete personas (6 pax + 1 guía). Este número se establece por la capacidad de transporte de las canoas.

- Distancia mínima entre grupos: La distancia entre grupos afecta la satisfacción del visitante, a veces por disturbio de su vista y la toma de fotografías y otras veces por escuchar al guía del grupo vecino. Por lo general, se considera que la distancia mínima entre grupos debe ser 50 m (Servicio Parque Nacional Galápagos, 1996)

### **FACTOR SOCIAL (FCsoc)**

Puesto que la distancia entre grupos es de 50 m y cada persona ocupa 1m de sendero, entonces cada grupo requiere 57 metros.

El número de grupos (NG) que puede estar simultáneamente en cada sendero se calcula así:

$$NG = \frac{\textit{largo\_total\_del\_sendero}}{\textit{distancia\_requerida\_por\_cada\_grupo}}$$

Por tanto

$$NG = \frac{\textit{largo\_total\_del\_sendero}}{\textit{distancia\_requerida\_por\_cada\_grupo}}$$

$$NG = \frac{270m}{57m}$$

$$NG = 4.73\textit{grupos}$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente dentro del sendero.

Esto se hace a través de:

$$P = NG \times \text{Número de personas por grupo}$$

$$P = 4.73\textit{grupos} \times 7\textit{personas/grupo}$$

$$P = 33.11\textit{personas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) necesitamos identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos. Por esto, dado que cada persona ocupa 1 m del sendero, la magnitud limitante es igual a:

$$ml = mt - p$$

$$ml = 270m - 33.11m$$

$$ml = 236.89$$

Entonces FCsoc

$$FC_{so} = 1 - \frac{ml}{mt}$$

$$FC_{soc} = 1 - \frac{236.89}{270}$$

$$FC_{soc} = 0.12$$

## **FACTORES AMBIENTALES**

### **Precipitación (FCpre)**

Es un factor que impide la visitación normal, por cuanto la gran mayoría de los visitantes no están dispuestos a hacer caminatas bajo lluvia. Se consideraron los meses de mayor precipitación, de Enero a Abril. A partir de esto, a través de comunicación personal con miembros de ASO-MANGLAR, se determinó que durante este periodo por cada mes existen tres días en los cuales las lluvias impiden entrar a la Isla. La duración de la lluvia en estos días es equivalente a cinco horas lo que representa 60 horas en cuatro meses. Con base en ello se calculó el factor de la siguiente manera:

$$FC_{pre} = 1 - \frac{hl}{ht}$$

$$FC_{pre} = 1 - \frac{60}{2920}$$

$$FC_{pre} = 0.97$$

Donde:

$hl$  = Horas de lluvia limitantes por año (12días\* 5 hrs/día =60 hrs)

$ht$  = Horas al año que el monumento está abierto

(365 días \* 8hrs/día=2.920 hrs)

### **Influencia de mareas (FCmar)**

Se considera que la marea afecta a la visita cuando es imposible desembarcar durante la pleamar o bajamar.

De acuerdo a comunicaciones personales con miembros de ASO-MANGLAR, para el caso del sendero de la Isla Corazón se considero que durante dos meses al año (Septiembre y Octubre), una vez en cada uno de estos meses las mareas impiden la entrada al sendero. Esto ocurre durante 1.30 horas aproximadamente

Así el factor de corrección es el siguiente

$$FC_{mar} = 1 - \frac{ml}{mt}$$

Donde:

MI = horas de marea limitante/año

Mt = horas disponibles/año (horario de visita x 365)

$$FC_{mar} = 1 - \frac{3}{2920}$$

$$FC_{mar} = 0.99$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados se calculó la capacidad de carga real mediante:

$$CCR = CCF(FC_{soc} * FC_{pre} * FC_{mar})$$

$$CCR = 256.88(0.12 * 0.97 * 0.99)$$

$$CCR = 256.88(0.1152)$$

$$CCR = 29.59 \text{ _visitas _día}$$

### **7.3. CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)**

#### **Capacidad de Manejo**

En la medición de la capacidad de manejo (CM), intervienen variables como respaldo jurídico, políticas, equipamiento, dotación de personal, financiamiento, infraestructura y facilidades o instalaciones disponibles (Cifuentes, 1992).

La capacidad de manejo óptima es definida como el mejor estado o condiciones que la administración de un área protegida debe tener para desarrollar sus actividades y alcanzar sus objetivos.

En este caso, para realizar una aproximación de la capacidad de manejo del REVISICOF, fueron consideradas las siguientes variables: **personal, infraestructura y equipamientos**.

Entonces:

$$CM = \frac{\text{personal} + \text{inf raestructura} + \text{equioamiento}}{3} * 100$$

Estas variables fueron seleccionadas por su facilidad de análisis y medición, y debido a que se contó con la información requerida para el caso.

Cada variable fue valorada con respecto a cuatro criterios: cantidad, estado; localización y funcionalidad. La categoría personal sólo se calificó teniendo en cuenta el criterio de cantidad, debido a que el REVISICOF no cuenta con personal efectivamente instalado para poder realizar una evaluación del personal. Para establecer una estimación más objetiva de la CM fue importante uniformar el mecanismo de calificación para todas las variables.

Los criterios utilizados fueron:

**Cantidad:** relación porcentual entre la cantidad existente y la cantidad óptima, a juicio de la administración del área protegida y de los autores del presente estudio.

**Estado:** se entiende por las condiciones de conservación y uso de cada componente, como su mantenimiento, limpieza y seguridad, permitiendo el uso adecuado y seguro de la instalación, facilidad o equipo.

**Localización:** se entiende como la ubicación y distribución espacial apropiada de los componentes en el área, así como la facilidad de acceso a los mismos.

**Funcionalidad:** este criterio es el resultado de una combinación de los dos anteriores (estado y localización), es decir, la utilidad práctica que determinado componente tiene tanto para el personal como para los visitantes.

Se considera que, si bien estos criterios no representan la totalidad de las opciones para la valoración y determinación de la capacidad de manejo del área estudiada, aportan elementos de juicio suficientes para realizar una buena aproximación.

Cada criterio recibió un valor, calificado según la siguiente escala:

%	Valor	Calificación
<=35	0	Insatisfactorio
36-50	1	Poco Satisfactorio
51-75	2	Medianamente Satisfactorio
76-89	3	Satisfactorio
>=90	4	Muy Satisfactorio

La escala porcentual utilizada es una adaptación de la Norma ISO 10004, que ha sido utilizada y probada en estudios de evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos por empresas privadas y públicas (Cifuentes *et al*, 1999)

Los valores asignados fueron designados de acuerdo a la información y conocimiento sobre la realidad del área.

Cada componente se calificó bajo los cuatro criterios (cantidad, estado, localización y funcionalidad), excepto los componentes de la variable personal que sólo se calificó según su cantidad.

Para los cálculos se obtuvo el total de las calificaciones de cada componente.

Este total se lo comparó al óptimo (valor máximo alcanzable si cada criterio hubiera sido calificado con la máxima calificación de 4), y el resultado se lo tomó como un factor. El promedio de todos los factores constituye el factor de la variable

<b>Infraestructura</b>	<b>Cantidad actual</b>	<b>Cantidad óptima</b>	<b>Relación A/B</b>	<b>Estado</b>	<b>Localización</b>	<b>Funcionalidad</b>	<b>Suma</b>	<b>Factor/16</b>
Oficina Administrativa	0	1	0	0	0	0	0	0
Casa para personal	0	1	0	0	0	0	0	0
Caseta de entrada	0	1	0	0	0	0	0	0
Sala de charlas y exposiciones	0	1	0	0	0	0	0	0
Parqueo	1	1	4	3	4	3	14	0.875
Área de camping	0	1	0	0	0	0	0	0
Asadores	0	1	0	0	0	0	0	0
Basureros	0	1	0	0	0	0	0	0
Mesas	0	1	0	0	0	0	0	0
Baños	0	1	0	0	0	0	0	0
Duchas	0	1	0	0	0	0	0	0
Lavamanos	0	1	0	0	0	0	0	0
Inodoros	0	1	0	0	0	0	0	0
Urinaros	0	1	0	0	0	0	0	0
Pilas de lavados	0	1	0	0	0	0	0	0
Sendero	1	1	4	3	4	4	15	0.9375
Mirador - Torre observación	1	1	4	4	4	4	16	1
Señalización	5	5	4	4	4	4	16	1
Sistemas de interpretación	15	15	4	2	3	3	12	0.75
Croquis	0	1	0	0	0	0	0	0
Maqueta	0	1	0	0	0	0	0	0
Muelle	1	1	4	2	3	3	12	0.75
Áreas de descanso	2	2	4	4	3	3	14	0.875
<b>Total</b>								<b>6.1875</b>
<b>Factor</b>								<b>0.269</b>

<b>Equipamiento</b>	<b>Cantidad actual</b>	<b>Cantidad óptima</b>	<b>Relación A/B</b>	<b>Estado</b>	<b>Localización</b>	<b>Funcionalidad</b>	<b>Suma</b>	<b>Factor/16</b>
Vehículos	0	1	0	0	0	0	0	0
Radios	0	1	0	0	0	0	0	0
Extintor de incendios	0	1	0	0	0	0	0	0
Tienda de campaña	0	1	0	0	0	0	0	0
Botiquín de primeros auxilios	0	1	0	0	0	0	0	0
Computadora	0	1	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>								<b>0</b>
<b>Factor</b>								<b>0.000</b>

Personal	Cantidad actual	Cantidad óptima	Relación A/B	Suma	Factor/4
Administrador	0	1	0	0	0
Guardarques	0	2	0	0	0
Guías	8	16	2	2	0.5
<b>Total</b>					<b>0.5</b>
<b>Factor</b>					<b>0.167</b>

Entonces

$$CM = \frac{\text{personal} + \text{inf raestructura} + \text{equipamiento}}{3} * 100$$

Variable	Factor
Infraestructura	0.269
Equipamiento	0
Personal	0.167

$$CM = \frac{0.269 + 0.0 + 0.167}{3} * 100$$

$$CM = 14.53\%$$

La Capacidad de Carga Efectiva (CCE) representa el número máximo de visitas que se puede permitir en el Sendero del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas.

Considerando lo anterior, la CC Efectiva para el actual Sendero del REVISICOF es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 29.59 * 0.1453$$

$$CCE = 4.29 \text{ grupos / día}$$

Así, dentro de las condiciones actuales de manejo del REVISICOF y teniendo como sitio de visita al sendero de la Isla Corazón se establece que la capacidad de carga para este sitio de visita es de **4.29 grupos por día**. Los túneles que son objeto de visitación turística se acogen al mismo cálculo de capacidad de carga por cuanto su visita se la puede realizar solamente en canoa y existen factores climáticos (precipitación) y oceanográficos (mareas) que limitan su acceso. Se debe señalar que conforme la capacidad de manejo del REVISICOF cambie o se abran nuevos sitios de visita la Capacidad de Carga deberá ser nuevamente calculada.

## 8. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

### 8.1. Estructuración del Producto Turístico del REVISICOF

#### 8.1.1. Descripción del producto actual de REVISICOF y servicios principales

Al momento se viene ofertando servicios como alimentación, guianza, transporte acuático e interpretación ambiental por los integrantes de Aso Manglar, su centro de operaciones es Puerto Portovelo. A continuación se describe las características del producto turístico actual:

#### INFORMACIÓN GENERAL

**Nombre de la operación turística comunitaria – OTC:** Aso Manglar  
**Pueblo:** Mestizo

#### UBICACIÓN

**Provincia:** Manabí  
**Cantón:** San Vicente  
**Parroquia:** Canoa y Salinas  
**Número de habitantes de la comunidad a la cual pertenece la OTC:** 378 habitantes  
**Indique el número de familias que conforman la comunidad a la cual pertenece la OTC:** 120 familias

#### CONTACTO

**Dirección:** Comunidad Portovelo  
**Teléfono:** Diógenes Moreira. 094033161  
Julio Rodríguez: 091 148957  
Luciano Moreira: 097295773

#### COORDINACIÓN

Nombre del presidente/a de la organización: Diógenes Moreira  
Nombre del administrador /a:

#### NÚMERO DE PERSONAL QUE TRABAJA EN LA OTC

	Hombres	Mujeres	Total
Administración			
Contabilidad			
Guianza (10)	9	1	
Alojamiento			
Alimentación			
Transporte (Fluvial)			
Mantenimiento			
Otros (Especifique)			
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>10</b>

## DEMANDA TURÍSTICA

Numero de Visitantes que tuvieron en el 2006:	350
Origen de los visitantes extranjeros para su OTC:	40% USA, Suizos
Origen de los visitantes nacionales de su OTC:	De la sierra, sobre todo de Quito
Grupos de edad frecuente:	-30 ( ) años; 30 - 55 años (X ); +55 años ( )

## ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE REALIZA EL VISITANTE

- Caminatas
- Paseos en canoa
- Observaciones de aves
- Alimentación

## SERVICIOS TURÍSTICOS

### ALOJAMIENTO

<b>Tipo:</b>	Cabañas
<b>Capacidad máxima:</b>	Para 8 personas
<b>Características del producto:</b>	Baños privados, con agua caliente. En construcción,
<b>Precios:</b>	5 dólares
<b>Materiales:</b>	Madera y cubiertas de paja.

### ALIMENTACIÓN

<b>Tipo:</b>	Restaurante
<b>Capacidad máxima:</b>	50 pax.
<b>Características del producto:</b>	Mariscos, de la zona. Previo pedido Bebidas, gaseosa, cerveza, agua
<b>Precios:</b>	Almuerzo 2 dólares Desayuno 1, 50 Cenas: 2 dólares. Refrigerio: 1 dólar.

### GUIANZA

<b>Tipo:</b>	Guías naturalistas, 1.
<b>Número:</b>	10
<b>Precios</b>	Precio: por persona, 13,60 USD De 2 a 4 PAX: 9,29 USD por persona De 5 a 50 PAX: 5,60 USD por persona.

Los precios fueron analizados por el Ministerio de Turismo.  
La guianza es por tres horas.  
Un guía puede guiar de 10 a 12.

### TRANSPORTE

<b>Características</b>	Un bote de fibra: para 5 personas y un conductor Canoas de madera para 5 personas a remo. Nuevo bote para 15 personas
------------------------	---

### CENTRO DE INTERPRETACIÓN

<b>Características</b>	Un centro de interpretación cual se puede realizar observación de videos, observación fotografías, Baños públicos para hombres y mujeres.
------------------------	--

### 8.1.2. Oferta de servicios complementarios para el producto turístico REVISICOF

LUGAR	SERVICIOS A OFERTAR	MODALIDAD	CARACTERÍSTICAS	REQUISITOS PARA DESARROLLAR EL PRODUCTO
Comunidad de Portovelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alimentación</li> <li>Alojamiento</li> <li>Recreación</li> <li>Guianza en el tema social y cultural</li> </ul>	Intercambio cultural y convivencia	<p>El turista busca intercambio cultural es un turista que quiere compartir y conocer las costumbres y los valores de la gente. Se puede incluir en este aspecto a voluntarios.</p> <p>Busca la gente que quiere descansar o pasar algunos días tranquilos en un ambiente sano, calmado y seguro. No necesitan mucho contacto con la gente local. Son familias y personas de la tercera edad sobre todo que buscan este tipo de turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La mayoría de las personas de la comunidad debe participar en el programa de turismo La gente de la comunidad deben estar dispuestos a involucrar a los visitantes en sus actividades comunitarias o familiares (Pesca, agricultura, extracción de concha, cangrejo) Debe existir un sitio cómodo y con todas las facilidades para dar alimentación, alojamiento independiente de las casas de los miembros de la comunidad o se podría adecuar algunas casas de las personas de la comunidad que estén dispuestas a compartir y convivir temporalmente con los visitantes.</li> <li>Debe existir un programa cultural, demostración de artesanía, preparación de trampas para recolectar cangrejo, preparación de alimentos, etc.</li> <li>El sitio debería brindar alojamiento cómodo que tenga hamacas, sillas y mesas, preferiblemente que sean habitaciones con baño privado.</li> </ul>
Sitio de la Albarrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guianza</li> </ul>	Ecoturismo	Ofrece a los turistas una experiencia en la naturaleza a través de caminatas cortas y medias. Aprecia el medioambiente y la naturaleza conservada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>La comunidad debe tener ecosistemas sin intervención.</li> <li>Debe existir la posibilidad de realizar caminatas</li> </ul>
Sitio de la Albarrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guianza</li> </ul>	Turismo arqueológico	Los visitantes, tienen la posibilidad de observar restos arqueológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el sitio se debe iniciar una investigación acerca de la riqueza arqueológica del sitio.</li> </ul>

<p>Fincas de los miembros de la comunidad de Portovelo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guianza</li> </ul>	<p>Agroturismo</p>	<p>La gente tiene la posibilidad de conocer sobre procesos agro ecológicos, puede realizar visita a fincas y realizar recolección de productos. Puede realizar prácticas de recolección de concha, cangrejo, almejas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se requiere de senderos que conecten fácilmente fincas</li> <li>• Se debe tener fácil acceso a las fincas</li> <li>• Debe haber personas que conozca bien sobre el proceso de producción de las fincas.</li> </ul>
--	---	--------------------	---	---

### **8.1.3. Recomendaciones para la diversificación del producto turístico en el REVISICOF:**

Las siguientes recomendaciones tienen el propósito de diversificar el producto que al momento viene ofertando la Aso Manglar. Se debe considerar que al momento organizaciones como PMRC, Fundación ESQUEL vienen apoyando el mejoramiento de la infraestructura de Puerto Potovelo e Isla Corazón, por lo que se dará énfasis en las recomendaciones para desarrollar el producto en la comunidad de Portovelo.

- Se sugiere que miembros de la comunidad de Portovelo, comiencen con actividades básicas como excursiones a la albarrada, paseos a caballo a las fincas de los miembros de la comunidad.
- La adecuación de cabañas o alojamientos de casa de familias de Portovelo ayudaría al producto de REVISICOF, a posicionarse en otros mercados.
- Al adecuarse las casa de familias para alojamiento se debe tratar de uniformizar en lo posible y que todas las instalaciones contengan los mismos servicios como baños con duchas y agua caliente, diseño de áreas verdes y jardines cerca del alojamiento.
- Para la adecuación de alojamientos se debe promover el uso de técnicas ancestrales de construcción.
- En las habitaciones se deberán ser al menos para alojar de dos a tres personas, en camas de al menos una laza y media, cada cama separada por una mesa de noche.
- Las habitaciones deben contar con un sitio para guardar las pertenencias de los visitantes.
- La comunidad de Portovelo posee energía eléctrica del tendido público, lo que facilita el uso de electrodomésticos (ventiladores) que pueden mejorar el servicio, se sugiere instalar duchas eléctricas en los baños.
- Para cada cama deberá existir toldos.
- Se deberá adecuar un baño para uso exclusivo de los visitantes, el cual cuente con inodoro, lavabo, ducha, espejo, cortina de baño, sitios para colocar toallas, jabón y shampoo.
- Se recomienda no utilizar para el alojamiento camas literas.
- En cada alojamiento familiar se debería tener un listado de las especies de flora y de fauna del área de influencia del REVSICOF, acompañados con fotografías.
- La alimentación deberá ser dado por cada familia donde esté el alojamiento.
- Las familias que den hospedaje, deberían planificar previamente la oferta de menús, para tener uniformidad a la hora de atender a grupos.
- Para el mercado interno, se sugiere planificar estrategias de promoción para las épocas de vacaciones, fines de semana y feriados, así como una estrategia de contacto con las escuelas de español como alternativa para estudiantes extranjeros durante el fin de semana.
- Se puede construir orquidearios, mariposarios, en algunas de las fincas de los miembros de la comunidad de Portovelo, sitios que pueden ser visitados por los turistas.
- La utilización de mulas para el ingreso a las fincas podría ser una alternativa válida.
- Los miembros de la comunidad de Portovelo requieren una capacitación en áreas como alojamiento, alimentación, guianza con énfasis en la interpretación social y cultural, administración, contabilidad, mantenimiento de instalaciones turísticas.
- Implementar una oficina de información en Portovelo, la cual se localice junto a la carretera, en esta oficina debería funcionar el telecentro propuesto en la propuesta de comunicación y conectividad del presente estudio.
- La oficina de información debe contar con un mapa del área de influencia del REVISICOF, ubicando en el mismo, los albergues familiares, el centro poblado, los principales atractivos que están dentro y alrededor de la comunidad de Portovelo, En Puerto Portovelo, la Isla Corazón, las Islas Fragatas.
- La oficina de información deberá contar gigantografías de los principales sitios turísticos del REVISICOF.
- La oficina de información deberá contar con baños sociales para el uso de hombres y mujeres por separado.
- La oficina de información deberá tener una exhibición que permita su fácil localización.
- La oficina de información deberá tener un lugar para la exhibición de artesanías del lugar.

- En la Isla Corazón se debe dar un mantenimiento permanente a la infraestructura existente, sendero, torre de observación, sitios de descanso, muelle.
- En Puerto Portovelo se debe también dar un mantenimiento de sus instalaciones, como centro de información, restaurante, muelle, baños y las nuevas cabañas de alojamiento que están en construcción.
- Se recomienda mantener en buen estado el ajardinamiento de las áreas alrededor de las instalaciones de Puerto Portovelo.

**d. Identificación de necesidades de intervención para el mejoramiento del producto en el REVISICOF.**

ATRACTIVO	INFRESTRUTURA NECESARIA	EQUIPO NECESARIO	PERSONAL NECESARIO
Los túneles en Isla Corazón.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radios portátiles</li> <li>• Binoculares</li> </ul>	Guías naturalistas. Se recomienda actualización del conocimiento a través de cursos.
El sendero de Isla Corazón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacondicionamiento de ciertos tramos del sendero.</li> <li>• Rotulación interpretativa</li> <li>• Basureros a lo largo del sendero</li> <li>• Exhibición al inicio el sendero con información para el uso del sendero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radios portátiles</li> <li>• Binoculares</li> </ul>	Guías naturalistas. Se recomienda actualización del conocimiento a través de cursos.
Mirador de la Isla Corazón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Readecuación del mirador</li> <li>• Rotulación</li> <li>• Basureros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Binoculares</li> </ul>	Guías naturalistas. Se recomienda actualización del conocimiento a través de cursos.
Estuario del río Chone	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Embarcadero o muelle</li> <li>• Basureros</li> <li>• Exhibiciones</li> <li>• Área de descanso en la pica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bote a motor capacidad para 5 personas, con cubierta</li> <li>• Chalecos salvavidas</li> </ul>	Guías naturalistas. Se recomienda actualización del conocimiento a través de cursos.
Comunidad de Portovelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación de 10 casas para hospedajes familiares</li> <li>• Basureros</li> <li>• Señalización externa e interna</li> <li>• Adecuación de un centro de información turística</li> <li>• Adecuación de un pequeño museo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de alojamiento (camas colchones, muebles, hamacas, menaje)</li> <li>• Equipo de alimentación (cocinas, vajillas, menaje)</li> <li>• Equipo de computo para la oficina de información</li> <li>• Central de radio</li> <li>• Equipo para el museo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal para alojamiento</li> <li>• Personal para alimentación</li> <li>• Personal administrativo</li> <li>• Personal para el manejo de la contabilidad</li> <li>• Personal para mantenimiento de instalaciones</li> <li>• Guía nativos especializados en el área social y cultural</li> </ul>

<p>Sitio de la albarrada</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cubiertas para lugares de observación in situ de la riqueza arqueológica</li> <li>• Basureros</li> <li>• Sitios de descanso</li> <li>• Construcción de un mirador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radios portátiles</li> <li>• Binoculares</li> <li>• Bicicletas</li> <li>• Compra de caballos(*)</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía nativos especializados en cultura</li> </ul>
<p>Fincas de los miembros de la comunidad de Portovelo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agroturismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente tiene la posibilidad de conocer sobre procesos agro ecológicos, puede realizar visita a fincas y realizar recolección de productos. Puede realizar prácticas de recolección de concha, cangrejo, almejas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de senderos que conecten fácilmente fincas</li> <li>• Se debe tener fácil acceso a las fincas</li> <li>• Debe haber personas que conozca bien sobre el proceso de producción de las fincas.</li> </ul>

## **9. ESTRATEGIA DE INSERCIÓN Y POSICIONAMIENTO**

Como parte de la estrategia de inserción y posicionamiento se procedió a realizar un análisis de cadena de valor del turismo del REVISICOF y se ha esbozado una estrategia de comercialización, promoción y difusión producto turístico comunitario del REVISICOF y considerando la propuesta

### **9.1. ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR DEL PRODUCTO TURÍSTICO REVISICOF**

La cadena de valor tiene un rol importante para entender los requerimientos y el ámbito de la competitividad. El mapeo de los flujos de entrada y procesos permite conocer a los interesados que actor tiene un rol determinante para el éxito de una operación o actividad económica concreta. (Kaplinsky and Morris 2001)

El análisis de cadena de valor provee un substancial entendimiento enfocándose en la dinámica de diferentes sectores especialmente de aquellas firmas y actores que se encuentran integrados globalmente.

A su vez, el análisis de cadena de valor en turismo permite considerar temas sociales y ambientales y así obtener una evaluación de la competitividad y sustentabilidad a largo plazo de un destino, sitio o actividad específica.

Es importante remarcar que en las cadenas de valor en turismo, la competitividad a largo plazo depende de la protección de los recursos naturales en los cuales la actividad se basa.

Los beneficios sociales derivados del turismo proporcionan incentivos a distintos actores, incluidos los miembros comunitarios, para mantener el desarrollo de la actividad turística y al mismo tiempo favorecer a la protección ambiental del sitio.

Idealmente, una actividad turística competitiva, con una cadena de valor bien integrada, va a usar productos locales y se va a valer de proveedores de servicios locales con el fin de crear una experiencia óptima de turismo construida sobre un sistema de protección de recursos que no atenta contra el desarrollo y subsistencia de las comunidades locales.

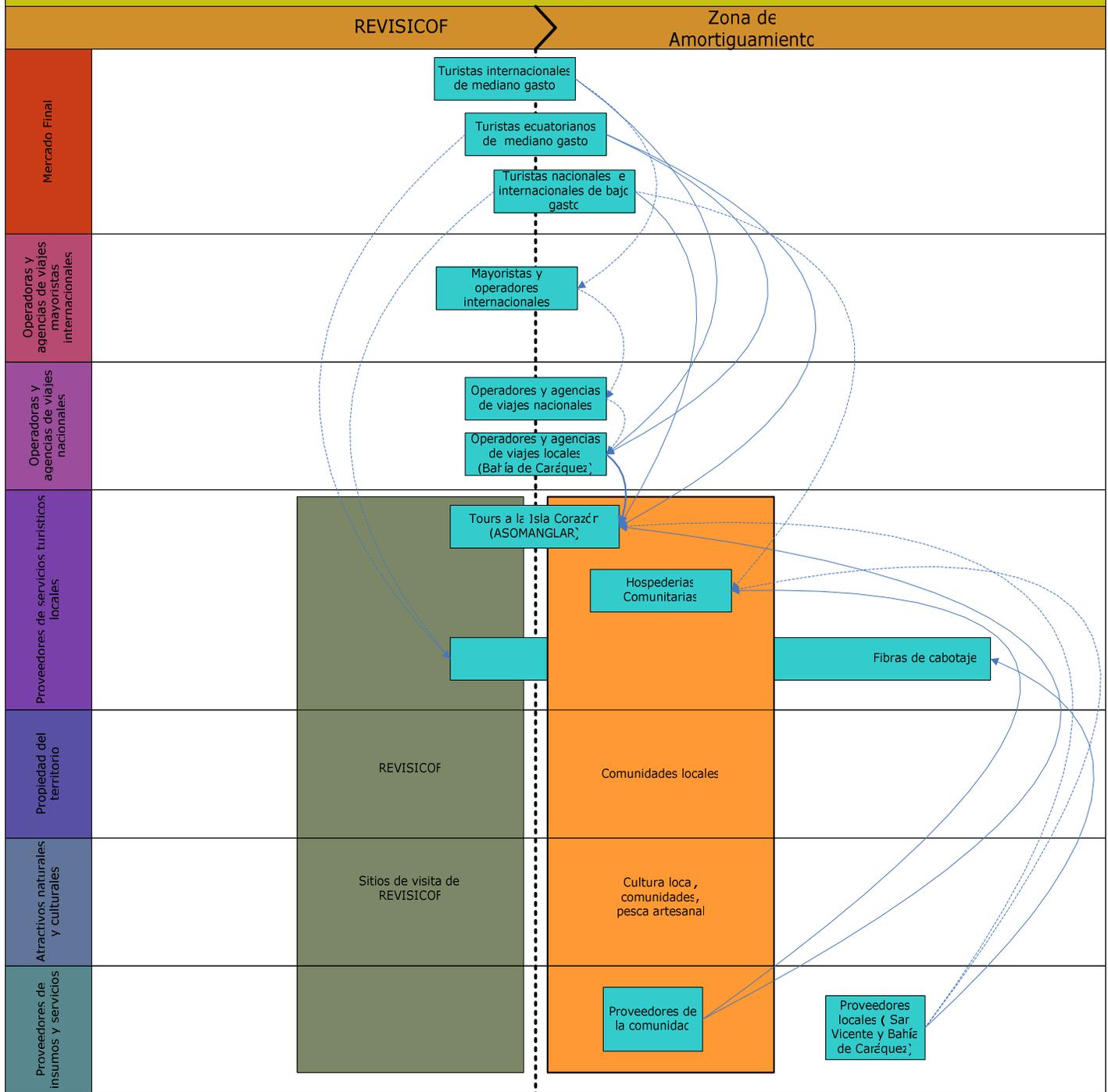
Así, la integración efectiva de comunidades locales va a derivar en la generación de beneficios económicos no solamente para los proveedores de servicios sino que se extiende a otros miembros de la comunidad encargados del desarrollo de otras actividades productivas que dan soporte al desarrollo de iniciativas turísticas.

A nivel de áreas protegidas, una cadena de valor bien establecida indudablemente va a favorecer la conservación de un sitio a través de la generación de ingresos por cuotas de entrada, donaciones, incentivos para conservación y educación ambiental a visitantes y gente local.

En el contexto del presente Plan de Manejo se estructuró un análisis de cadena de valor en turismo considerando el estado actual del turismo en el REVISICOF y sin incluir potencialidades de desarrollo

Para ello se ha tomado como base la metodología aquella propuesta por Conservation International y que es una adaptación de la metodología original de cadenas de valor.

# Refugio de Vida Silvestre Islas Corazón y Fragata (REVISICOF)



## **CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS**

El análisis de cadena de valor para el REVISICOF presenta las siguientes consideraciones:

10. Existe un pequeño segmento de visitantes de mediano gasto que visitan el área a través de contactos con agencias de viaje y operadores de turismo local, como Guacamayo y Bahía Dolphin Tours y que utilizan los servicios actualmente ofertados por ASO-MANGLAR. Por otra parte, un número muy reducido de este segmento visita el REVISICOF a través de compras a agencias y operadoras mayoristas internacionales las cuales a su vez trabajan con agencias y operadoras nacionales y locales. Se observa que este encadenamiento productivo se encuentra limitado a casos excepcionales de visita al REVISICOF.
11. existe un segmento de turistas internacionales de bajo gasto que accede al producto turístico REVISICOF de dos maneras claramente diferenciadas:
  - a. A través del alquiler de fibras de cabotaje que acceden al área son pasar por la comunidad de Puerto Portovelo y sin usar los servicios ofrecidos por los guías de ASO-MANGLAR.
  - b. Una parte de este segmento de visitantes compra el producto turístico Isla Corazón en agencias y operadoras locales utilizando los servicios ofertados por ASO-MANGLAR. En este mismo segmento se observa que una pequeña parte utiliza los servicios de hospederías comunitarias ofertadas por la comunidad de Portovelo.
12. Existe un segmento de visitantes nacionales de mediano gasto, en el cual se incluyen grupos familiares, grupos de amigos y estudiantes, que compran el producto turístico REVISICOF a través de agencias u operadores locales o que lo hacen porque han escuchado del sitio o porque es una recomendación de amigos o familiares o por cualquier otro medio de información directo sobre el producto ofertado para la Isla Corazón, constituyéndose en una compra directa. Una parte pequeña de este segmento accede al REVISICOF por el alquiler de fibras de cabotaje que los llevan directamente a la isla sin utilizar ninguno de los servicios ofertados por la Comunidad de Portovelo y ASO-MANGLAR.
13. Actualmente, solo una pequeña parte de los visitantes toma efectivamente los servicios de hospederías comunitarias ofertadas por la Comunidad de Portovelo. Por lo tanto, los beneficios provenientes de las actividades turísticas que actualmente recibe la comunidad son mínimos y limitados.
14. La provisión de alimentos y otros insumos necesarios para el desarrollo de las actividades turísticas (hospederías e Isla Corazón) se realizan principalmente a través de proveedores de la comunidad. Hospederías Comunitarias. El abastecimiento a través de proveedores locales (San Vicente, Bahía) es mínimo y se limita a aquellos insumos que no pueden ser conseguidos con los proveedores de la comunidad.
15. Las fibras de cabotaje utilizan proveedores locales principalmente para el abastecimiento de combustible para las fibras.

Como parte del análisis de ambiente favorable (entendido como aquel que facilita la interacción de actores para el desarrollo del turismo en el REVISICOF) se establece lo siguiente:

1. Existe legislación nacional para áreas de manglar y en el caso de turismo en áreas protegidas se cuenta con el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) el mismo que norma y limita el desarrollo turístico en estas áreas
2. Existen actores a nivel nacional y local que se encuentran interesados en el desarrollo turístico sostenible del REVISICOF. Entre estos se cuentan ONG's nacionales y locales, entidades del sector público como Ministerio de Ambiente, Ministerio de Turismo, Municipios de Sucre y San Vicente, Armada del Ecuador y Programa de Manejo de Recursos Pesqueros (PMRC); así como asociaciones locales y agencias de desarrollo.

3. A nivel comunitario, se observó la necesidad de mejorar los canales de comunicación y coordinación entre los miembros de la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo.
4. Asimismo, es necesario que se amplíe la participación de los miembros de la Comunidad de Portovelo interesados en el desarrollo turístico del REVISICOF. Esto debe resultar en la distribución equitativa de beneficios derivados del desarrollo turístico.

## **RECOMENDACIONES**

1. Existe la necesidad de incorporar la oferta turística del REVISICOF a las cadenas de valor de Bahía, San Vicente y Canoa.
2. Se debe dar complementariedad a la oferta turística actual del REVISICOF a través de la incorporación de otras actividades turísticas a desarrollarse en la zona de amortiguamiento del Refugio (Comunidad de Portovelo).
3. Se deben mejorar los canales de comunicación y cooperación entre autoridades la comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo y miembros de la ASO-MANGLAR
4. Es necesario buscar acceso a mercados de soporte financiero que permitan mejorar la oferta turística actual.
5. La calidad del producto turístico actual debe ser mejorada en mejorada en aspectos se servicio y otros operativos.
6. Es necesario fortalecer la capacidad de los guías y más prestadores de servicios turísticos del REVISICOF a través del desarrollo de programas de capacitación en Gestión turística sostenible.

## **9.2. DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACION.**

### **9.2.1. Estrategias para la definición de los precios para los productos turísticos del REVISICOF.**

Al momento dentro del área de influencia del REVISICOF, la Aso Manglar es la instancia organizativa que viene ofertando servicios de alimentación, guianza y próximamente se ofertará alojamiento. A continuación se presentan los precios por cada producto ofertado:

SERVICIO	PRECIO EN USD
Almuerzo	2,00 USD
Desayuno	1, 50 USD
Cenas	2,00 USD
Refrigerio:	1,00 USD
Guianza	De 2 a 4 PAX: 9,29 USD por persona De 5 a 50 PAX: 5,60 USD por persona Un guía puede guiar de 10 a 12.
Alojamiento	5,00 USD

Uno de los graves problemas dentro del turismo comunitario, es que los precios de los productos ofertados no han seguido un análisis de costos, lo cual ha ocasionado que en la gran mayoría de casos se trabaje "a pérdida". Por ello a continuación se describen algunas estrategias para definir los precios de los productos comunitarios para REVISICOF.

### **Conceptos básicos:**

- El precio es el valor que el comprador (consumidor) y el prestador (vendedor) de productos (bienes y servicios), se otorgan mutuamente al establecer un intercambio.
- Para el comprador, el precio es el valor que está dispuesto a abonar/pagar, por el producto (bien o servicio) que recibirá para satisfacer sus necesidades y deseos.
- Para el vendedor, el precio es el valor que cubre los costos relacionados con la producción, administración y comercialización, más el valor de los beneficios deseados (utilidad).
- Precio, es lo que se paga por un producto.
- Existen productos que pasan por muchas manos (intermediarios) y que el precio que recibe el productor es muchas veces menor que el que paga el consumidor final.

**Costos fijos o indirectos.-** También llamados gastos generales, son aquellos componentes del costo, que no participan y no intervienen directamente en la producción y venta del producto. Estos costos deben ser divididos o compartidos por cada producto. En turismo, estos costos indirectos no están directamente relacionados con la cantidad de visitantes que se atienden.

- Son todos los gastos que se deben hacer para mantener el emprendimiento, independientemente de cuánto se produce o cuánto se vende. Es decir corresponden a aquellos costos que aunque no se produzca o tampoco se venda, igual ellos generan gasto
- Ej.: Salario del administrador, salario de contador, sueldos empleados, capacitación, seguros, intereses pagados, arriendos, pago de luz, pago de teléfono, pago de agua, materiales de oficina, publicidad, etc.

**Costos variables o directos.-** Son todos aquellos costos que están relacionados directamente a los productos (bienes que se elaboran o servicios que se proveen) que se producen o venden. En turismo los costos variables o directos están en proporción al número de visitantes que se atienden.

- Son aquellos gastos que están directamente relacionados con la producción y venta del producto. Es decir, a mayor producción y venta, mayores serán los costos variables totales.
- Ej.: Sueldo de guías, sueldo de cocineros, alquiler de caballos, alquiler de canoas, compra de víveres, compra de frutas verduras y hortalizas, compra de pan, gas para cocina, sábanas, toallas, vajillas, cristalería, transporte de compras, comisiones por ventas, subcontrataciones

**COSTOS TOTALES.-** es la suma total de los costos fijos y variables.

### **PASOS A SEGUIR:**

#### Fase 01

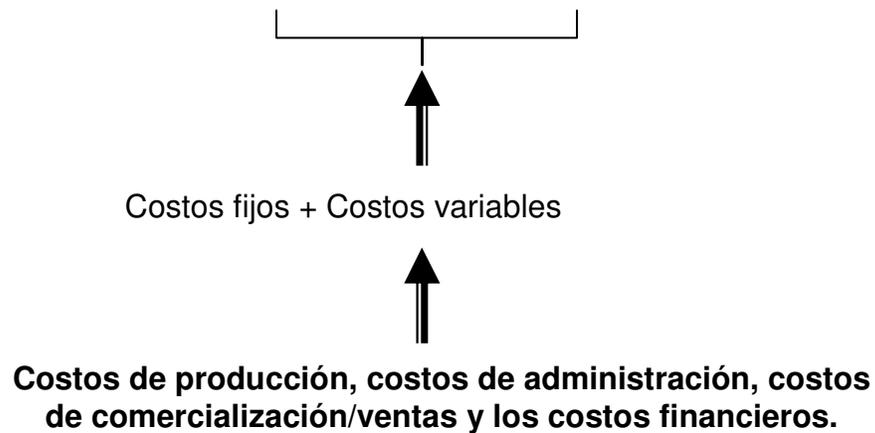
1. Elaborar una lista de gastos realizados en el último año de operación
2. Agrupar los costos en fijos y variables
3. Sacar costos promedios mensuales fijos y variables
4. Calcular el costo total promedio mensual
5. Calcular el costo total promedio por día (este valor se incluirá en el análisis de costos de los diferentes servicios que se oferta en el emprendimiento, como alimentación, guianza, transporte, etc.

#### Fase 02

6. Determinar el costo de materias primas que se ocupan para la elaboración del producto y lo dividimos para el número de personas que lo consumirán.
7. Determinar el costo del personal que trabaja en la transformación de materia prima en producto, y lo dividimos para el número de personas que lo consumirán
8. Determinar la utilidad
9. Definir el precio de venta.

Formula para el cálculo de precio de venta:

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \text{Costo Total} + \text{Ganancia}$$



## 9.2.2. Estrategias para la difusión y comercialización del producto turístico comunitario del REVISICOF.

### a. PUBLICIDAD

#### Medios y materiales de publicidad:

- Folletería: Bibticos, Trípticos (en ingles y español)
- Carpetas de información (En inglés y español)
- Carpetas de información en archivo electrónico (Para ser mandado por correo electrónico a agencias, universidades y otras instituciones)
- Álbumes de fotografías
- Mapas de ubicación de las operaciones turísticas comunitarias
- Página Web
- Fotos ampliadas en la oficina central
- Oficina central adecuada con mobiliario e información y atención permanente.
- Información en guías internacionales.
- Presentación en Power Point
- Diapositivas (Slydes)
- Videos en DVD
- CD con fotografías digitales de cada sitio

- Artículos en revistas
- Artículos para presentarlas en páginas Web ambientales y de turismo sostenible

**Combinación de medios y materiales de publicidad:**

<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>MATERIALES DE PROMOCIÓN</b>
Comunicación de persona a persona	Folletería: Bibticos, Trípticos (en ingles y español) Carpetas de información (En inglés y español) Álbumes de fotografías Fotos ampliadas en la oficina central Presentación en Power Point Diapositivas (Slydes) Videos en DVD CD con fotografías digitales de cada sitio Mapas de ubicación de las operaciones turísticas comunitarias
Teléfono	Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales
Fax	Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales Artículos en revistas
Correo electrónico Internet	Carpetas de información en archivo electrónico Página Web Contacto con guías y/o revistas nacionales e internacionales Contacto con tour operadores Hacer referencia de artículos sobre REVISICOF

Este material deberá tener consistencia en cuanto al contenido y a la imagen a utilizar. De acuerdo a las futuras actividades que el comité de turismo comunitario del REVISICOF lleve adelante y al tipo de cliente que atenderá se sugiere elaborar el siguiente material promocional:

**Brochure General**

Este material deberá ser entregado solo a empresas (Operadores nacionales e internacionales y agencias de viajes), se deberá elaborarlo en al menos 2 idiomas (español e inglés) y tener la información de contacto del comité (dirección, teléfonos, e-mails. Etc.).

Que deberá explicar de forma general los principios y objetivos el turismo comunitario, sus ventajas y especialidad, al mismo tiempo de mencionar los principales programas, las comunidades participantes y con una explicación del Ecuador, sus regiones, ecosistemas sus pueblos y nacionalidades.

**Manual de Servicios**

Este documento contendrá toda la oferta de los servicios del comité en donde constarán cada uno de los programas con su descripción (día por día), no se recomienda poner precios, simplemente la descripción mas amplia de la oferta del comité. Este material deberá estar en inglés y español, ya que será distribuido nacional e internacionalmente a operadores de turismo, mayoristas y agencias de viajes. No se recomienda su distribución a pasajeros directos.

**Tarifario**

El tarifario será confidencial y contendrá la información de precios de los programas que el comité comercialice además de las condiciones de venta, reservación, cancelación, etc. Este documento deberá ser entregado solo a intermediarios con precios comisionables, pero la comisión específica para cada empresa se dará de acuerdo a una negociación posterior. Este documento tendrá una validez de un año y será el soporte legal de las tarifas del comité.

### **Banners, Gigantografías y Pósters**

Este material será muy útil para la participación del comité en eventos nacionales e internacionales como ferias, talleres, seminarios, se debe tratar de diseñar estos elementos en materiales resistentes y de que además sean de un tamaño fácil de manipular y llevar, se debe dar mucha importancia a la fotografía acompañada de un slogan que ayude a recordar. Los pósters podrán ser distribuidos entre los clientes; operadores, agencias de viajes y mayoristas

### **Folletería (trípticos, postales, separadores, etc.)**

Este material debe ser diseñado para la distribución a los clientes directos, agencias de viajes y operadores de turismo, pero además será utilizado en ferias de turismo, talleres, visitas a clientes. Su distribución será masiva por lo que deberá ser diseñado y elaborado para este fin. Este tipo de material será en forma de trípticos y contendrán información general del Ecuador, pero más específicamente información de las operaciones de turismo comunitario que el comité comercializa. A continuación se hacen algunas recomendaciones para su diseño:

- No montar fotografías
- Evitar Collage de fotos
- Tratar la fotografías en el mismo formato
- Aplicar la regla de los tercios: 1/3 de texto, 1/3 fotografía, dibujo, 1/3 espacio en blanco
- Manejar el mismo tipo de letra
- Las palabras vaciadas son mas difíciles de leer
- Se recomienda un tamaño de letra no menor a 9 puntos
- No incluir fotografías pixeladas (en baja resolución)
- Tratar de utilizar papel "reciclado" (fox river)
- Mencionar el tema de sostenibilidad o incluir el sello de certificación
- La imagen corporativa (Folleto, Web, tarjetas de presentación) debe mantener el equilibrio

Otro tipo de material que podrá ser utilizado son las postales y los separadores de libros, estos son material que puede durar mas en las manos de un cliente ya que pueden ser usados continuamente, la desventaja es que existe limitación de espacio para la información.

Se sugiere crear un CD ROM interactivo que contenga todo el material arriba mencionado, pero además fotografía en alta resolución que los operadores, mayoristas y agencias de viajes puedan utilizar y promocionar el turismo comunitario.

## **b. MODELO BÁSICO PARA PRESENTAR LAS EXCURSIONES Y TOURS DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE REVISICOF.**

Con el fin de unificar los criterios en el diseño de programas turísticos, se recomienda a continuación la información básica de lo estos deben contener

- Nombre del Paquete y codificación (numeración)
- Duración (horas, días, noches)
- Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura
- Tiempo de las actividades (inicio, duración)
- Descripción de Actividades (en orden de visita)
- Itinerario (Listado de atractivos naturales y culturales)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)
- Servicios que se incluyen
- Servicios que no se incluyen
- Precio (por número de pasajeros)
- Observaciones
- Mapa y fotografía

**Información que los materiales de REVISICOF deberían contener para la elaboración de medios de comunicación:**

- La filosofía del emprendimiento de Isla Corazón
- Porque se ha formado el emprendimiento de Isla Corazón
- Que programas se ofrece
- Que incluye y no incluye los tours
- Precio de los tours
- Cómo se redistribuye los ingresos generados por la operación turística

### **9.2.3. Recomendaciones para establecer los términos y condiciones para la operación y comercialización de los programas de REVISICOF.**

Una vez diseñado los programas, estos deberán tener políticas bien claras de operación para asegurar su calidad y brindar una buena experiencia a los clientes. A continuación se detalla algunos aspectos a tomar en cuenta para estas políticas.

- Las tarifas del producto de REVISICOF, serán validas hasta diciembre 31 de cada año.
- Los precios de los programas son comisionables.
- Cualquier impedimento físico que pueda requerir atención especial o tratamiento deberá ser reportado por escrito, e comité de turismo comunitario del REVISICOF, se reserva el derecho de aceptar o negar cualquier observación por cualquiera de estas razones.
- Los participantes de un tour o programa tienen las responsabilidades de seleccionar el viaje apropiado a sus habilidades e intereses.
- Los participantes de un tour o programa son responsables por tener en un buen estado físico para realizar el viaje al REVISICOF y sus proveedores no se responsabilizan por arreglos especiales o problemas causados por pasajeros físicamente inhabilitados para participar en las actividades planificadas.
- No se realizará ningún reembolso por visitas, comidas o salidas anticipadas o tardías o visitas que no hayan sido del agrado del pasajero.
- El comité de turismo del REVISICOF, operará todos los tours como lo solicitaron sin embargo cambios razonables podrán ser hechos en donde se estime necesario o aconsejable, incluyendo sustituciones con alojamientos de igual calidad atracciones o

visitas. Costos extras debido a cambios inesperados en su itinerario, mas por mas allá de nuestro control no están incluidos.

- Si el Comité de Turismo Comunitario del REVISICOF realiza cambios mayores informará al cliente lo más pronto posible antes de la salida. Cuando un cambio mayor es hecho, el cliente podrá escoger entre aceptar el cambio, aceptar cualquier tour alternativo o una compensación que será devuelta como nota de crédito directamente al operador involucrado. No se harán reembolsos directamente a los pasajeros.
- El Comité de Turismo Comunitario del REVISICOF no hará ninguna discriminación a ningún cliente por su raza, sexo, credo o nacionalidad.
- Todas los pedidos o cambios de una reservación deberán ser comunicados al Comité de Turismo Comunitario del REVISICOF por cualquiera de las siguientes vías: fax, e-mail o teléfono. Las reservaciones serán confirmadas una vez que el pago sea acreditado a la cuenta del comité. Si los servicios o las fechas no están disponibles como lo solicitado, el comité ofrecerá las alternativas.
- Para emitir la confirmación final de servicios se requiere: Nombres completos del pasajero, número de pasaporte y copia en caso de niños, nacionalidad, fecha de nacimiento, idioma, requerimientos alimentarios si existiera al menos 2 semanas antes de la salida. El comité hará todos los esfuerzos posibles para satisfacer las necesidades dietéticas aunque en ciertos casos talvez no sea posible.
- Respecto a políticas de pago y cancelación, en las fechas de alta ocupación podrán requerir un mayor depósito o el total del pago adelantado y obtendrán un 100% de cargos de cancelación.
- Su reserva no será confirmada hasta que su deposito este acreditado a la cuenta del comité.
- El comité no es responsable por los actos y omisiones de servicios contratados con terceros que incluyan: guianza, aerolíneas, acomodación, etc. o por pérdidas, daños o gatos en los que pueda incurrir el pasajero.
- Cualquier arreglo en servicios que el pasajero realice por su cuenta que no sean parte del programa original será a cuenta y riesgo del pasajero. Estos servicios serán pagados directamente al guía o al tour operador respectivo.
- Toda cancelación para ser aceptada por el comité deberá ser hecha por escrito.
- Cargos de cancelación serán descontados de cualquier depósito o pago automáticamente si la reservación es cancelada.
- Toda transacción será pagada en dólares de los Estados Unidos de América.
- Estos pagos serán acreditados en la cuenta que el comité especifique. Cualquier gasto por transferencia o trámite de pago será cubierto por el cliente.
- El comité aceptará pagos en efectivo, transferencia interbancaria. Una copia del comprobante de pago emitido por la entidad bancaria deberá ser enviada por E-mail, fax, comunicación escrita.
- Respecto a devoluciones y compensaciones, como principio básico, el Comité no realizará ninguna devolución por no uso de servicios contratados a terceros de alojamiento, alimentación o transporte. De todas formas en caso de obtenerlo este reembolso será entregado al pasajero una vez deducido gastos administrativos.

#### **9.2.4. Canales de comercialización**

##### **1) Venta directa:**

El comité de turismo de vende sus tours directamente al público, en Puerto Portovelo o en la oficina de información de Portovelo:

## 2.) A través de intermediarios:

**Intermediarios comerciales:** Agencias de viaje que cobran comisiones por el servicio de vender los productos de REVISICOF a turistas, a continuación de los porcentajes de comisión que generalmente se cobra por comisiones.

Canal de Distribución	Desde	Hasta	Observaciones
Agencia de Viajes	10%	15%	Intermediarios dentro del país
Operadores Receptivos	15%	20%	Intermedian en el país y muchas veces en el exterior
Mayoristas Internacionales	20%	25%	producto a través de sus intermediarios
Operadores Internacionales	20%	25%	Pueden vender al pasajero directo pero también a intermediarios
Pasajeros Directos	0%	5%	Como descuento y no como comisión

**3.) Intermediarios no comerciales:** Son todas las organizaciones o individuos que mandan turistas a REVISICOF y no cobran nada por este servicio, ejemplo ONG's, las Universidades y colegios.

## 4.) La distribución (Venta) a través de la página Web

Será el proceso de distribución de más lento posicionamiento pero de mayor beneficio para el comité del REVISICOF. Para llegar a la comercialización por Internet se deberá tener una página la suficientemente posicionada en los buscadores más populares: Google, Yahoo, MSN, etc. Asimismo la página deberá ofertar programas y servicios con información completa (Precio, duración, fecha).

Para lograr que la página Web del comité del REVISICOF obtenga un tráfico de visitas alto se recomienda lo siguiente:

- En razón a que muchos usuarios utilizan todavía versiones antiguas de navegadores y la velocidad de conexión a Internet no siempre es la más rápida, hay que ser muy cautelosos al incluir las últimas tecnologías de diseño.
- A menos que las imágenes contribuyan a la comprensión de una página, no se recomienda su utilización porque podrían hacerla muy lenta en su carga.
- Todas las páginas del sitio deben presentar una misma estructura y no dar la impresión de tener diferentes diseños.
- Utilizar etiquetas <META> para hacer que los buscadores indexen correctamente al sitio Web.
- El menú de navegación debe ser coherente y estar ubicado en el mismo sitio para todas las páginas interiores.
- Evitar la utilización exagerada de animación "flash" en el diseño del sitio Web.
- Tratar que el tamaño de las páginas interiores no supere los 20 KB y utilizar al máximo los hipervínculos para lograrlo.

- No se recomienda incluir música en un sitio Web debido a que distrae la atención de los usuarios y hace muy lenta una página.
- Siempre debe estar a la vista el nombre y dirección del administrador de la red. Esto aporta seguridad al usuario.
- Prescindir de contadores de visitas o counter. No dicen nada y (los usuarios saben que) son fáciles de alterar. Es más apropiado utilizar los servicios que ofrecen estadísticas sobre el tráfico del sitio Web. (Nedstat (<http://www.nedstat.com>) es un servicio gratuito que ofrece estadísticas muy completas sobre el tráfico de visitas de un sitio Web).
- Los usuarios disponen de muy poco tiempo para navegar en Internet. Por lo tanto, el diseño del sitio debe permitirles encontrar información de utilidad en forma rápida.
- Se deberá inscribir la página del comité de turismo comunitario del REVISICOF dentro de portales de turismo que manejen el tema de turismo comunitario, ecoturismo, turismo sostenible, turismo justo, turismo responsable. Pero además se e deberá incluir oferta dentro de estos portales. A continuación se listan algunos de estos:

[www.responsibletravel.com](http://www.responsibletravel.com)  
[www.sustainabletravel.com](http://www.sustainabletravel.com)  
[www.ecoclub.com](http://www.ecoclub.com)  
[www.planeta.com](http://www.planeta.com)  
[www.ecotour.org](http://www.ecotour.org)  
[www.ecotravel.com](http://www.ecotravel.com)  
[www.worldtourismdirectory.com](http://www.worldtourismdirectory.com)  
[www.tourismcares.org](http://www.tourismcares.org)  
[www.eco-index.org](http://www.eco-index.org)

## 5.) Promociones

Se deben crear mecanismo de venta por cortos períodos de tiempo de manera que se incentive a la visita, debido a los bajos precios ofrecidos por temporada. Se podría considerar por ejemplo la época de vacaciones o días especiales como el día del turismo, del medio ambiente, etc.

Los mecanismos serían por ejemplo las gratuidades (Por cada grupo de 25 PAX, chofer y el guía tienen una Gratuidad). En el día del ambiente el 5% de descuento por cada 10 PAX, entre otras.

## 6.) Relaciones públicas

- Se debe tener una imagen o identidad corporativa la cual se base en la marca.
- Contactar por teléfono y correo electrónico las Universidades particulares del Ecuador y pidiendo una cita personal
- Visitar las Universidades interesadas entregando trípticos y una carpeta de información y haciendo una presentación en PowerPoint o utilizando diapositivas.
- Realizar cuñas radiales.
- Organizar y Coordinar la participación en ferias de turismo en el ámbito nacional.
- Organizar y coordinar la participación en eventos promocionales en el ámbito internacional.
- Contestar pedidos de entrevistas y pedidos de hacer filmaciones o grabaciones sobre el emprendimiento turístico de Isla Corazón.

Recomendación: Todas las actividades mencionadas deberán tener responsables para darles seguimiento así como un cronograma y presupuesto para su implementación. Este plan se lo debería realizar cada año.

## **7.) Merchandising**

Todo material que se pueda generar como artesanías, camisetas, gorras, llaveros, esferos, calendarios, entre otros, deben tener claramente la identificación de la marca del producto turístico del REVISICOF.

Este tipo de materiales deberán ser vendidos en el centro de información de Portovelo y en las instalaciones de Puerto Potovelo.

### **9.3. DISEÑO DE IMAGEN**

Para el diseño de imagen se procedió a utilizar los insumos dejados por el Proyecto “Promoción, fortalecimiento y gestión de seis iniciativas turísticas comunitarias en el Ecuador” desarrollado por Fundación ESQUEL en el año 2005.

#### **Mensaje**

El Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas se encuentra ubicado en la costa de Ecuador, en la provincia de Manabí, entre Bahía de Caráquez y San Vicente, en el estuario del río Chone. El Refugio es uno de los ecosistemas de manglar mejor conservados de la costa ecuatoriana y ofrece al visitante la oportunidad de observar especies de aves costeras y marinas.

El Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas ofrece paseos en canoa y caminatas guiadas sobre un sendero elevado de madera a través del manglar. Especialmente atractivos son las formaciones conocidas como los “túneles de mangle”. También se pueden observar las faenas de pesca tradicional.

La interpretación para el visitante es uno de los objetivos del Refugio, por lo tanto la visita al Centro de Interpretación Ambiental es una de las actividades en las que se podrá conocer sobre biodiversidad costera y marina del área y los objetivos de conservación. Adicionalmente los visitantes podrán compartir las actividades y cotidianidad de los habitantes de la comunidad de Portovelo en una experiencia única de turismo comunitario.

#### **Como llegar**

Cruzando desde Bahía a San Vicente se puede tomar un taxi o un autobús (10 minutos) hasta Puerto Portovelo sitio desde el cual se dará inicio a las actividades. La vía principal es la carretera San Vicente - Portoviejo

#### **Contactos**

Asociación de Guías Isla Corazón  
Teléfonos:  
09 1148957 (Julio Rodríguez)  
09 9384425 (Francisco Reyes)

#### **Atractivos para el logo**

Manglar,  
Fragata macho  
Canoas

### **Fotos recomendadas**

- Fotos del manglar
- Fotos de fragatas machos en cortejo
- Fotos de aves raras o únicas del manglar
- Fotos de visitantes en el sendero elevado con un guía local uniformado.
- Fotos de visitantes en una canoa por los túneles del manglar
- Fotos de platos locales
- Fotos de niños de la comunidad felices.

## **9.4. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN Y CONECTIVIDAD**

Como un producto del proceso de elaboración del plan, se estructuró un audiovisual el mismo que se sugiere se utilice en la difusión del producto turístico comunitario del REVISICOF, este material se anexa en digital al presente estudio.

Así mismo se ha preparado una propuesta encaminada a que la operación comunitaria tenga un telecentro localizado en la comunidad de Portovelo, el cual pretende apoyar en la difusión y comercialización del producto turístico del REVISICOF. A continuación se presenta la propuesta:

### **Propuesta general para la implementación de un telecentro en la comunidad de Portovelo:**

En la comunidad de Portovelo las necesidades de información y comunicación que requieren los usuarios se describen en tres tipos:

1. Para la comercialización
2. Para el fortalecimiento
3. Para la promoción

Estos aspectos deberán entenderse unitariamente porque están todos concatenados y actuarán integradamente.

El proceso debe iniciarse con una sistematización de toda la información que existe y describe los destinos turísticos culturales y naturales. Con esos contenidos se requiere elaborar productos comunicacionales que apoyen la promoción y a través de mecanismos de conectividad enlazar la promoción con la comercialización. Para que estos enlaces sean efectivos la comunidad de Portovelo debe estructurarse en redes de comunicación digital en las que sea posible producir y circular la información comercial y promocional. La pertenencia a redes instaladas servirá, al mismo tiempo, como instrumento de fortalecimiento institucional a través de múltiples usos.

Acciones a ser implementadas:

### **1.- Fortalecer las capacidades comunicacionales de la comunidad para gestionar en turismo.**

- 1.1 La oficina de turismo propuesta para su implementación en la comunidad debe contar con equipamiento tecnológico, con acceso al Internet y correo electrónico y un sistema de conectividad enlazado con redes regionales, nacionales e internacionales.
- 1.2 La oficina de turismo de la comunidad debe contar con personal capacitado en manejo de información turística y manejo de tecnologías de información y comunicación.

- 1.3 La organización de turismo comunitario de la comunidad debe usar los sistemas de conectividad para realizar encuentros virtuales con fines de planificación y coordinación de actividades institucionales con miembros de las redes a las que pertenece.
- 1.4 Los miembros de la comunidad deben hacer uso de la tecnología instalada para gestionar turismo con fines adicionales y complementarios como educación, salud y otros.
- 2 Sistematizar y fortalecer los sistemas de gestión de las iniciativas de Turismo Comunitario**
  - 2.1 El personal de la oficina de turismo de la comunidad debe estar capacitado en la sistematización digital de las experiencias y el manejo de información fotográfica y escrita con la que se alimente y actualice permanentemente los productos comunicacionales digitales e impresos.
  - 2.2 Se debe sistematizar (con apoyo técnico profesional) de registros audio visuales, fotográficos y digitales, los destinos de turismo de Portovelo (el bosque seco, la Isla Corazón, Isla Fraguatas, el sendero, el mirador, la comunidad en su naturaleza cotidiana, la pesca y otras actividades productivas, expresiones culturales, fiesta y amorfinos, gastronomía, salud y otros)
- 3 Promocionar y comercializar los destinos de turismo que oferta la comunidad de Portovelo.**
  - 3.1 Se debe desarrollar la página Web de la propuesta de turismo de Portovelo como un medio de difusión y comercialización.
  - 3.2 El personal capacitado en comunicación de la oficina de turismo comunitario de la comunidad de Portovelo debe coordinar para garantizar un buen flujo informativo con los turistas. Cuando un turista reserva, el responsable de turismo de la comunidad debe coordinar con las diversas áreas y servicios que ofrece la comunidad para garantizar seriedad en la operación.
  - 3.3 Debe contarse con una página Web actualizada y mantenida permanentemente, debe incluir un registro de visitantes a la página, Registro de eventos y promociones. Debe usarse para fortalecer y ubicar nuevos mercados.
  - 3.4 Personal de oficina de turismo de la comunidad debe manejar un sistema de comunicación (base de datos y correo electrónico, Internet) para reservas, conexión con otras organizaciones que componen los paquetes turísticos, conexión con operadoras socias a nivel nacional e internacional.
  - 3.5 Se debe contar con material promocional (trípticos, afiches, CD multimedia, gigantografías, otros) y un plan bien estructurado de distribución de ese material.
  - 3.6 Se debe perfeccionar un plan de relación y comercialización con las operadoras y mayoristas.
  - 3.7 Se debe elaborar y ejecutar un plan de Intercambio de productos comunicacionales. Colocación de materiales en centros de información en Ecuador y en países de afluencia turística hacia Ecuador. Elaborar un plan comunicacional para participación en ferias de turismo.
  - 3.8 Se debe elaborar y difundir boletines electrónicos, además de participación en guías de turismo nacionales e internacionales.

#### **4. Beneficiarios**

Miembros de la comunidad de Portovelo, que ofrecen servicios turísticos de hospedaje, guianza, alimentación, fabricación de artesanías y otros en la comunidad y en Puerto Portovelo.

Beneficiarios indirectos son todos los miembros de la comunidad de Portovelo que podrá hacer uso de los sistemas de conectividad en apoyo a servicios de educación para estudiantes, salud y comercialización de productos no turísticos.

## 10. OFERTA DE SERVICIOS INTERPRETATIVOS

### ANTECEDENTES

Dentro del marco de desarrollo del Plan de Manejo del REVISICOF se desarrolló entre los días 26 y 27 de Junio de 2007 un taller de Interpretación Ambiental dirigido a los pobladores de la comunidad de Puerto Portovelo.

El mencionado taller contó con la participación de 30 participantes en promedio los mismos que participaron en la formulación y diseño preliminar de los mensajes de interpretación deseados.

A continuación se presentan los resultados obtenidos en este taller.

### OBJETIVOS DEL TALLER

- Enseñar a la comunidad la importancia de preparar una estrategia de Interpretación Ambiental dirigida a sus grupos de visitantes
- Delinear los temas, mensajes y contenidos de interpretación de acuerdo a los intereses de la comunidad de Portovelo y de la Asociación de Guías.
- Obtener insumos suficientes para el desarrollo de una oferta interpretativa adecuada

### MARCO CONCEPTUAL CONCEPTUALES

Como parte de la metodología del taller se procedió a establecer definiciones conceptuales sobre la interpretación ambiental las mismas que facilitaron a los participantes el entendimiento de las actividades a desarrollarse.

Para ello se tomó como referencia la definición y cualidades básicas de la interpretación ambiental propuestas por Sam H. Ham (1992) en su libro Interpretación Ambiental.

“La interpretación ambiental involucra la traducción del lenguaje técnico de una ciencia natural o área relacionada, a términos o ideas que las personas en general, puedan entender fácilmente. Es importante considerar que la interpretación ambiental debe ser realizada de manera entretenida e interesante”.

La interpretación ambiental debe cumplir con al menos cuatro cualidades

- La interpretación tiene un **tema (un mensaje central)**.
- La interpretación es **organizada**.
- La interpretación es **pertinente**, es decir, **tiene significado y es personal**.
- La interpretación es **amena**.

Con estas consideraciones conceptuales básicas se procedió a trabajar con la comunidad tanto en la definición de los objetivos de interpretación como en el delineamiento de los mensajes centrales y contenidos de los mismos.

Así, los resultados que se presentan a continuación son el resultado de una plenaria realizada con los participantes del taller. En donde los temas o mensajes centrales así como los contenidos generales fueron propuestos y valorados por los asistentes.

### **10.1. OBJETIVOS DE LA INTERPRETACIÓN**

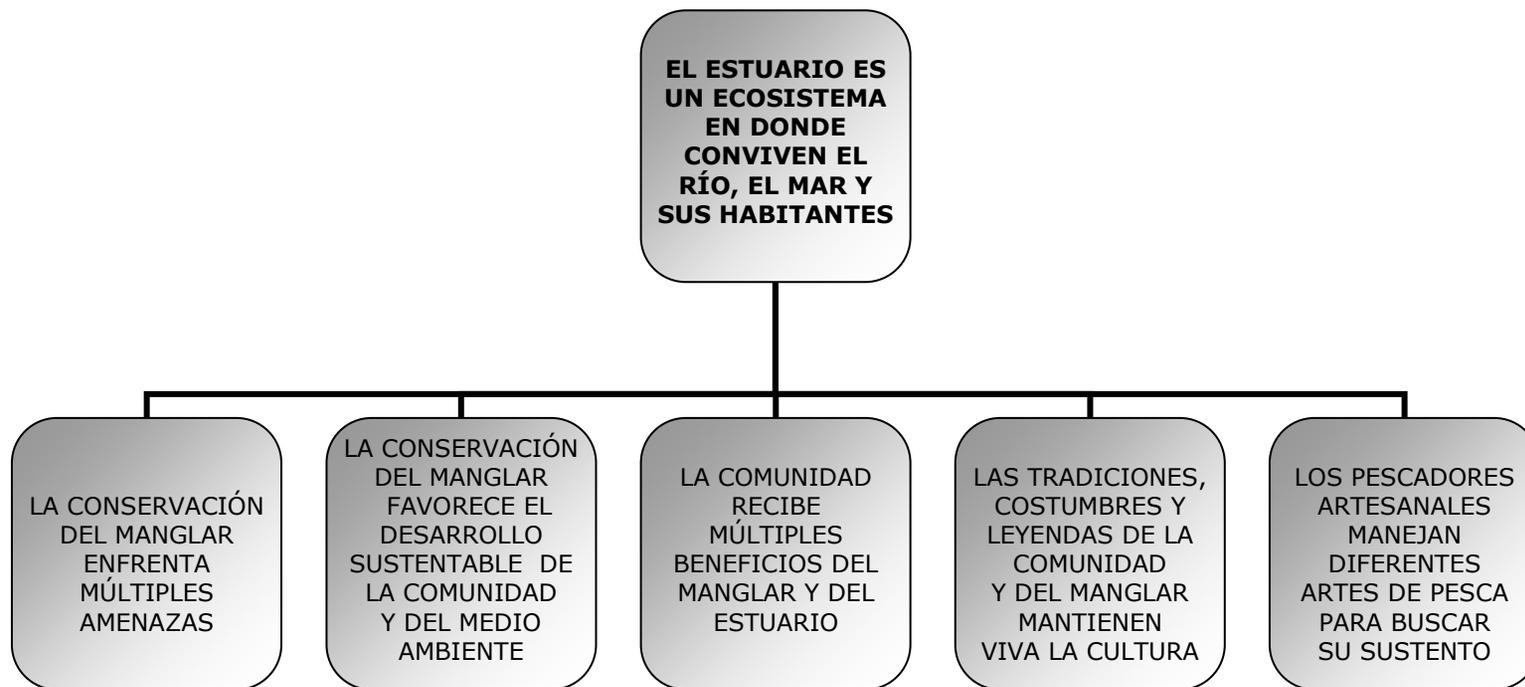
4. Dar a conocer a los visitantes información relevante sobre la Isla Corazón, enfatizando en su importancia ecológica y cultural.
5. Lograr que los visitantes tomen conciencia sobre la importancia del ecosistema manglar en la subsistencia de las comunidades asentadas a su alrededor.
6. Mostrar a los visitantes la riqueza cultural de la comunidad de Portovelo y su rol en el cuidado del ecosistema manglar

### **10.2. IDENTIFICACIÓN DE MATERIAS Y TEMAS PARA LA INTERPRETACIÓN**

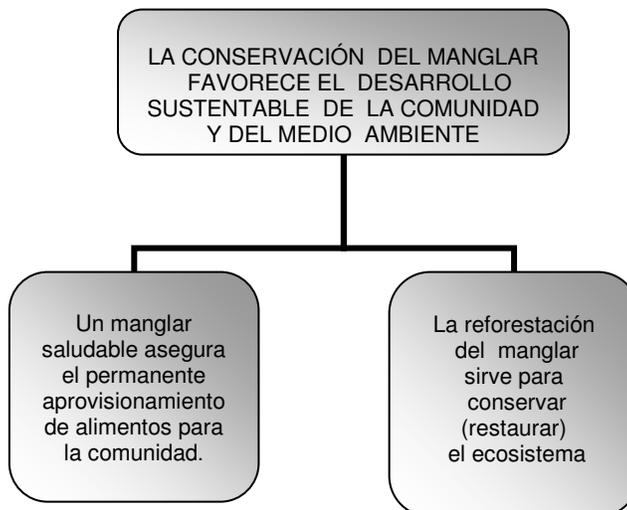
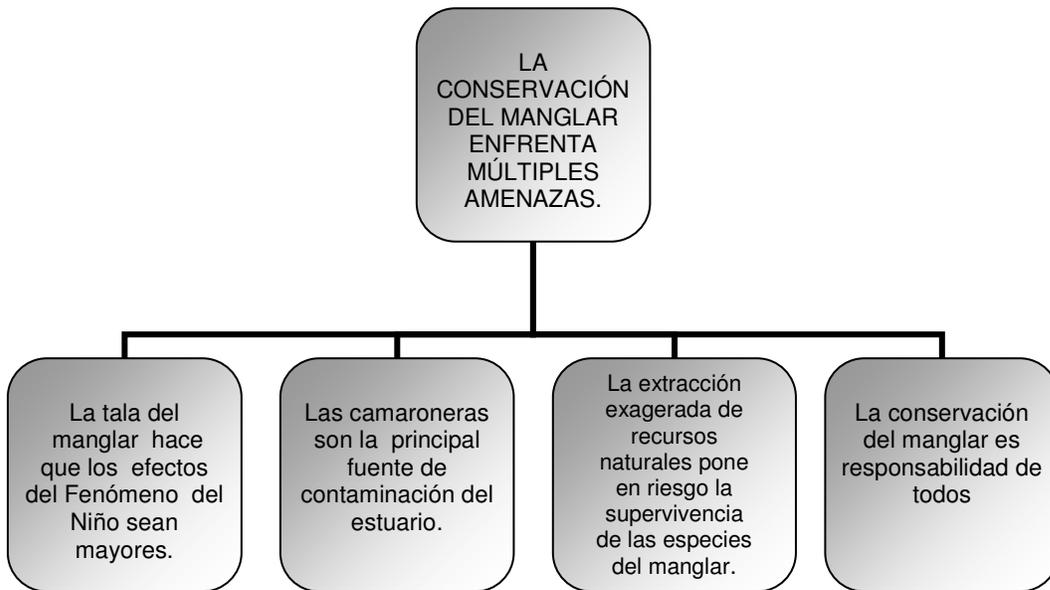
MATERIA GENERAL	MATERIA ESPECIFICA	TEMA	PUNTAJE
<b>El Estuario del Río Chone</b>	Lo que es el estuario y lo que comprende	Lo que es el estuario y lo que comprende	4.7
	La contaminación del estuario	El estuario es un ecosistema en donde conviven el río, el mar y sus habitantes	4.5
	El efecto del niño sobre el estuario del Río Chone	La tala del manglar hace que los efectos del Fenómeno del Niño sean mayores.	5
<b>Ecosistema Manglar</b>	La reforestación de manglar	La reforestación del manglar sirve para conservar (restaurar) el ecosistema 5	5
	Especies que habitan en el manglar	Las especies que habitan el manglar necesitan protección permanente	5
	La importancia de la conservación del manglar	La conservación del manglar favorece el desarrollo sustentable de la comunidad y del medio ambiente	5
	Las amenazas a la conservación del manglar (camaroneras, pesticidas)	Las camaronerías son la principal fuente de contaminación del estuario.	5
La conservación del manglar enfrenta múltiples amenazas (contaminación, tala, extracción, sedimentación)		4.7	
<b>Fauna</b>	Las aves marinas que habitan en el manglar	Las aves marinas que habitan en la Isla Corazón dependen del manglar para su supervivencia	5
	Las especies residentes y las migratorias del manglar	Numerosas especies residentes y migratorias conviven en el manglar de las Islas Corazón y Fragata	5
<b>Flora</b>	Las especies de manglar en la Isla Corazón	En la Isla Corazón existen cuatro especies de manglar.	5
<b>Reptiles</b>	Los reptiles que habitan la Isla Corazón	Las serpientes que habitan la Isla Corazón son inofensivas	4.4
<b>Crustáceos, moluscos y peces</b>	Los crustáceos moluscos y peces que habitan el estuario	Varios de los crustáceos, moluscos y peces que habitan el estuario son importantes para la alimentación de la comunidad	5

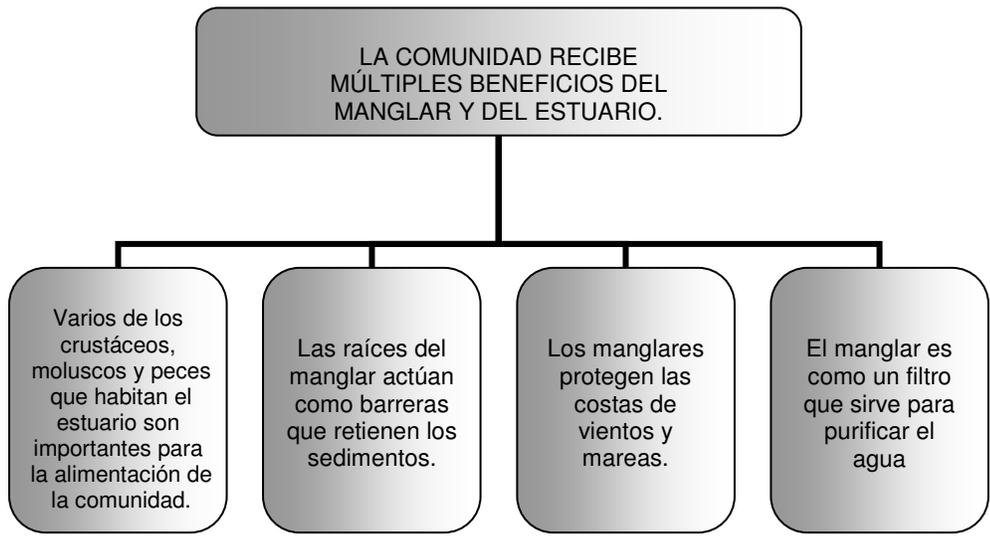
<b>Pesca Artesanal</b>	Las artes de pesca y su técnica	Los pescadores artesanales manejan diferentes artes de pesca para buscar su sustento. (el trasmallo, espinel, atarraya, anzuelo y la trampa)	5
	La faena diaria de pesca	La faena diaria de pesca requiere de mucho esfuerzo, conocimiento y destreza	5
<b>La comunidad</b>	El rol de la comunidad en la protección del manglar	La comunidad juega un papel importante en la protección del manglar. (Organización, evitar la tala, reforestación, vigilancia)	5
	Los beneficios que recibe la comunidad del estuario y el manglar	La comunidad recibe múltiples beneficios del manglar y del estuario. (Fuente de alimentos, salud, ambiente sano, purifican el agua, protegen las costas de vientos y mareas, retención de sedimentos, comunican pueblos)	5
	La comunidad y el desarrollo sustentable	La comunidad de Portovelo trabaja en la conservación del manglar y del estuario para garantizar el uso de sus recursos a las futuras generaciones	5
<b>Cultura, costumbres y tradiciones</b>	Leyendas de la comunidad y el manglar	Las tradiciones, costumbres y leyendas de la comunidad y del manglar mantienen viva la cultura	4
	Los amorfinos o chigualos	Los amorfinos y los versos al Niño son una traición de la comunidad durante las fiestas de navidad y año nuevo	4
	Los velorios de santos	Los velorios de los santos sirven para pedir un milagro	4.4
	El día de la raza, la fiesta del montubio	El día de la raza celebramos la fiesta del montubio	5

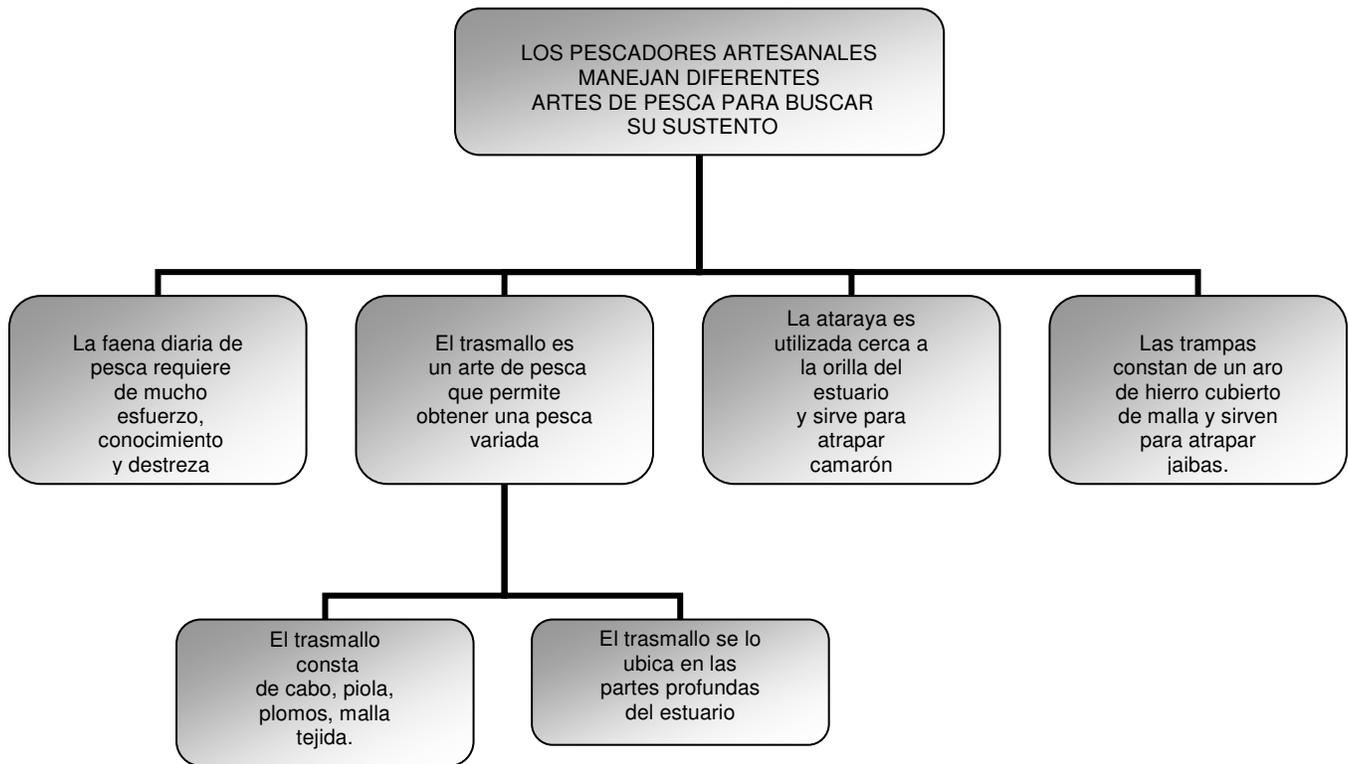
**10.3. DEFINICIÓN DEL MENSAJE CENTRAL Y SUS TEMAS DERIVADOS**



#### 10.4. DEFINICIÓN DE CONTENIDOS







## **10.5. ESTRATEGIA PARA LA INTERPRETACIÓN**

De acuerdo a lo analizado en párrafos anteriores sobre los actuales medios y servicios interpretativos se ha considerado pertinente valerse de estos mismos elementos para la interpretación ambiental del REVISICOF con algunas incorporaciones sobretodo en relación a los contenidos y mensaje central de la interpretación.

Se debe señalar que los actuales medios y servicios interpretativos están entrando en una fase de reestructuración y mejora gracias al desarrollo de actividades concretas por parte de organizaciones cooperantes.

En este sentido, y para lograr alcanzar los objetivos propuestos en el taller de Interpretación Ambiental desarrollado en la zona, se plantea la siguiente estrategia de interpretación basada en las actividades actualmente desarrolladas en la Isla Corazón y en los contenidos.

Objetivos que alcanza	Contenidos	Medios	Instalaciones	Descripción
1 y 2	La conservación del manglar enfrenta múltiples amenazas.	Video Reproductor de video Televisión Charla	Centro de Interpretación Ambiental en la Comunidad de Puerto Portovelo	Para el desarrollo de este contenido se plantea la utilización de videos informativos, fotografías y mapas que permitan a los visitantes visualizar las amenazas de este ecosistema
2 y 3	La conservación del manglar favorece el desarrollo sustentable de la comunidad y del medio ambiente	Afiches Folletos Fotografías Charlas Conversación informal	Centro de Interpretación Ambiental Sendero y torre de observación Comunidad	Esto puede ser tratado durante el recorrido por el sendero o la visita a la comunidad a través de charlas o conversación informal entre los guías, miembros de la comunidad y los visitantes
2	La comunidad recibe múltiples beneficios del manglar y del estuario.	Afiches Folletos Fotografías Charlas Conversación informal	Sendero de la Isla Corazón Centro de Interpretación Ambiental	Esta información puede ser proporcionada a los visitantes durante su recorrido por el sendero mientras se va mostrando los sitios en los cuales se puede recolectar concha y cangrejo. Se puede adicionar esta información mientras se habla de las amenazas que enfrenta el ecosistema
1 y 3	Las tradiciones, costumbres y leyendas de la comunidad y del manglar mantienen viva la cultura	Socio-dramas en los cuales participen los miembros de la comunidad	Comunidad de Puerto Portovelo y Portovelo	El desarrollo de esta actividad puede darse en la comunidad de Portovelo o Puerto Portovelo una vez que se hayan finalizado las actividades turísticas en la Isla Corazón
2	Los pescadores artesanales manejan diferentes artes de pesca para buscar su sustento	Canoas Artes de Pesca y otros instrumentos requeridos Charlas demostrativas Conversación Informal	Sitios de pesca	El desarrollo de esta actividad puede ser complementario a las actividades desarrolladas en la Isla Corazón y puede reforzar el contenido referente a los beneficios del manglar, además de ser una oportunidad para la interpretación ambiental constituye una actividad interesante para los visitantes.

### **10.5.1. Conducción y preparación de una caminata – excursión guiada**

Tanto para las excursiones como para las caminatas guiadas, el intérprete dirige al grupo a través de paradas pre-planificadas y donde hay algo que mostrar. Generalmente éstas se desarrollan para mostrar a la gente rasgos o características que normalmente no verían porque sus ojos no están entrenados y porque no constituyen parte de sus intereses comunes.

Una de las consideraciones más importante que se debe tener es la variabilidad existente entre los grupos de visitantes. Para ello es importante considerar algunas características generales a los grupos de visitantes: 1) Esperan una atmósfera informal y un ambiente no académico 2) Están dispuestos a invertir tiempo y energía 3) Están interesados en conocer y observar cosas nuevas que de otra manera se perderían o no conocerían. 4) Van a cambiar su atención hacia algo más si se sienten aburridos o si no han encontrado algo que los motive a estar en el sitio de visita

Entonces, al igual que con otro tipo de actividades interpretativas, los guías se encuentran en la obligación de planificar y diseñar su acercamiento a los visitantes.

#### **CUALIDADES DE UNA BUENA EXCURSIÓN**

Es importante mencionar que una buena excursión o caminata guiada debe ser altamente *interpretativa*, es decir, debe resultar entretenida y fácil de entender por la audiencia, presentan información significativa y pertinente, son organizadas, dinámicas y son capaces de adaptarse a múltiples tipos de audiencias.

Uno de los principales propósitos de las excursiones guiadas es la de orientar a la gente en un sitio que es especialmente reconocido por sus valores naturales, culturales o científicos y sirven para mostrar ejemplos seleccionados de rasgos que ilustren un tema central.

En el caso de la Isla Corazón el propósito de la caminata por el sendero es la de mostrar a los visitantes la importancia de los recursos asociados al manglar tanto para su subsistencia como para el mantenimiento de la biodiversidad

#### **CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN GUÍA**

- Un buen guía debe ser un anfitrión.
- Un anfitrión proyecta una personalidad amistosa y confiable a sus huéspedes.
- Tratan concientemente de establecer una atmósfera amistosa que conduce al establecimiento de una comunicación de doble vía
- Logra que la gente se sienta complacida y cómoda
- Muestran respeto a sus audiencias, bromean, contestan a preguntas y conversan asegurándose de que todos tengan la oportunidad de hablar y se esfuerzan por no herir los sentimientos o susceptibilidades de sus visitantes

#### **COMO PLANIFICAR Y PREPARAR UNA EXCURSIÓN TEMÁTICA**

Las excursiones generalmente tienen cuatro partes:

1. Periodo de preparación
2. Introducción
3. Cuerpo
4. Conclusión

### **Periodo de preparación:**

Generalmente se da 15 – 30 minutos antes de que la excursión comience. En ese tiempo el guía se encarga de saludar a los visitantes a medida que estos van llegando. Este tiempo debe ser aprovechado para conocer a la audiencia a la vez que puede realizar preguntas que “rompan el hielo”.

Es aconsejable que esta etapa sea aprovechada para conocer los nombres de los visitantes, saber de donde vienen, sus ocupaciones, intereses, preocupaciones y limitaciones para el desarrollo de las actividades que siguen. Se debe evitar establecer conversaciones con una sola persona o parte del grupo, esto podría crear malestar puesto que el resto de visitantes podría sentirse ignorado.

A medida que la gente llegue, el guía podrá notar ciertas características que le den alguna información sobre el grupo. En esta etapa también es aconsejable que el guía sugiera, en caso de ser necesario, el tipo de vestuario y equipo necesitado para las actividades que se van a desarrollar. Este momento el guía debe aprovecharlo para entregar todo el equipo necesario a los visitantes y dar las indicaciones que sean necesarias.

A menos que sea evidente (como el uso de muletas, bastones u otros) o si los visitantes le dicen no es aconsejable que el guía pregunte sobre el estado o condición física de cada persona; esto podría resultar incómodo para alguno de ellos.

### **La Introducción**

A la hora anunciada (hora de inicio de la caminata), se debe iniciar con la introducción. Para ello lo primero que se hará es crear interés por el tópico que se va a tratar. El líder o guía de la excursión puede empezar con una pregunta o una frase motivadora de modo que el interés de sus visitantes se despierte e incremente.

Un ejemplo de introducción podría ser la siguiente:

Hola / Buenos días/tardes, yo soy (dar el nombre del guía), quiero invitarlos a realizar una caminata corta por el manglar, un lugar que guarda una gran cantidad de riqueza natural y cultural. Puedo imaginar que muchos de ustedes conocen o han estado antes en sitios con manglar, pero pienso que después de la visita del día de hoy, ustedes van a conocer y valorar mucho más este ecosistema que no solamente es el albergue de muchas especies de animales sino que también constituye el principal soporte alimenticio y económico para las comunidades que vivimos alrededor del él.

En esta visita aprenderemos a distinguir los agujeros/huecos hechos por los cangrejos y también sabremos en qué sitios se recolectan conchas. Aprenderemos además a distinguir algunas especies de manglar. También hablaremos sobre las actividades de pesca que realizamos en el manglar y la importancia que tiene para nosotros la conservación de este sitio. Durante el recorrido les contaré la Historia del Duende y otros relatos propios de nuestra comunidad!

Después de esta breve introducción al recorrido por la Isla y otras actividades complementarias se deberá dar la siguiente información

1. Tiempo estimado de recorrido
2. Sitio de inicio y sitio de finalización
3. Requerimientos físicos: ropa, equipos, uso de chalecos o ropa de protección
4. Tipo de sendero o caminos que se van a recorrer: plano, pendiente

5. Nivel de esfuerzo físico
6. Actividades que se van a realizar
7. Anunciar las paradas que se van a realizar durante el recorrido

Se debe recordar que una buena introducción debe orientar a la audiencia hacia el tema que se va a tratar durante el recorrido o durante la estadía de los visitantes.

## El Cuerpo

El cuerpo de una excursión es la narración de cada una de las paradas, las cuales juntas conforman el tema completo a ser abordado durante la excursión o caminata guiada. Por tanto es importante que las paradas que se planifiquen durante la excursión apoyen o sustenten el tema que se está tratando.

Por lo tanto las paradas seleccionadas para la excursión o caminata podrían incluir lugares que:

1. Posean plantas, huecos de animales importantes para la gente que vive alrededor del manglar
2. Sitios de anidación o refugio de animales propios del REVISICOF
3. Demuestren crecimiento y desarrollo natural del ecosistema
4. Sean sitios importantes para la pesca
5. Constituyan lugares de anidación de especies
6. Tengan historias

Como orientación para la narración se puede pensar en preguntas que faciliten la interacción con los visitantes y a la vez sirvan de guía para lo que se quiere contar.

Clases de Preguntas	Propósitos típicos	Ejemplos
Orientación	Enfocar la atención en algo de interés	¿Pueden ver todos, ese agujero en el suelo? ¿Qué supone usted que es esto? ¿Cuántos de ustedes han visto antes un cangrejo como éste?
Comparación	Resaltar similitudes y diferencias entre las cosas	¿Cómo compararía aquellos dos huecos? ¿De qué manera se parece la vida social de la gente con la de los cangrejos? ¿A qué huele esto? ¿Le recuerda esto a algo?
Deducción	Conseguir que el grupo generalice y razone acerca de la información que usted les dio; explorar posibles conclusiones e implicaciones	¿Si eso es verdad, entonces cómo podríamos explicar tal y cual? ¿Cuál cree usted sería la conclusión de esto? ¿Cómo piensa que se vería este árbol de manglar de aquí a unos 20 años?
Aplicación	Hacer que el grupo vea como cierta información se aplica en diferentes situaciones	¿Podría usted aplicar este conocimiento en casa? ¿Por qué sería importante conocer tal y cual? ¿Para qué piensa que ha sido usada

		una herramienta como ésta?
Resolución de un problema	Conseguir que el grupo piense sobre asuntos prácticos y problemas reales del mundo	Qué piensa que es necesario para detener la destrucción del manglar? Qué sería necesario hacer para proteger esta especie del peligro de extinción?
Causa-Efecto	Hacer que el grupo piense acerca de las relaciones que indican la ocurrencia de diferentes objetos y eventos	Mire alrededor- porqué piensa que las aves vienen a alimentarse en las playas de arena? Cuál piensa usted que es la causa para que esta agua este tan contaminada?
Evaluación	Lograr que la gente exprese sus opiniones y escuche las de los otros, ilustrar posibles alternativas y opiniones	Cuál piensa usted que sería la solución más justa? Usted cree que esto esta bien o mal?

Se debe considerar que la descripción es la parte principal de la narración puesto que se explican los aspectos o detalles del tema que se quiere dar a conocer a la audiencia.

Para la narración o cuerpo de la charla se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. No tratar de explicar o dar demasiada información al grupo puesto que pueden no entender o agobiarse
2. Tratar cinco temas principales dentro de la charla
3. Relacionar su exposición con datos o hechos conocidos por su audiencia
4. No transmitir solamente cifras, relacionar la narración con historias o acontecimientos cotidianos
5. Haga la narración dinámica e interactiva

### **La Conclusión**

Usualmente se da la conclusión después de la narración, esto generalmente se lo realiza en el punto en donde la excursión finaliza. Una buena conclusión debe reforzar el tema o los aspectos tratados a lo largo de la charla. Es decir que debe mostrar la importancia y vinculación entre el tema central y las paradas realizadas. Las conclusiones se caracterizan por ser breves y específicas demostrando la finalización de las actividades desarrolladas hasta ese punto

A continuación un ejemplo de conclusión:

Durante el recorrido a través del manglar que hemos realizado el día de hoy hemos podido entender y conocer las complejas relaciones que existen con los animales que habitan en él y con las comunidades locales que dependen de él. Por ello es importante que ustedes lleven consigo este mensaje y lo difundan para que más personas entiendan la importancia de este ecosistema muy particular.

Con esto concluimos nuestras actividades dentro de la Isla Corazón. Yo espero que hayan disfrutado y aprendido tanto como yo lo he hecho. Que tengan todos un muy buen día, agradezco mucho su atención y los invito a disfrutar de las actividades programadas en la comunidad.

## 11. ÁMBITOS DE GESTIÓN, PROYECTOS Y ACCIONES NECESARIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL MANEJO TURÍSTICO INTERPRETATIVO

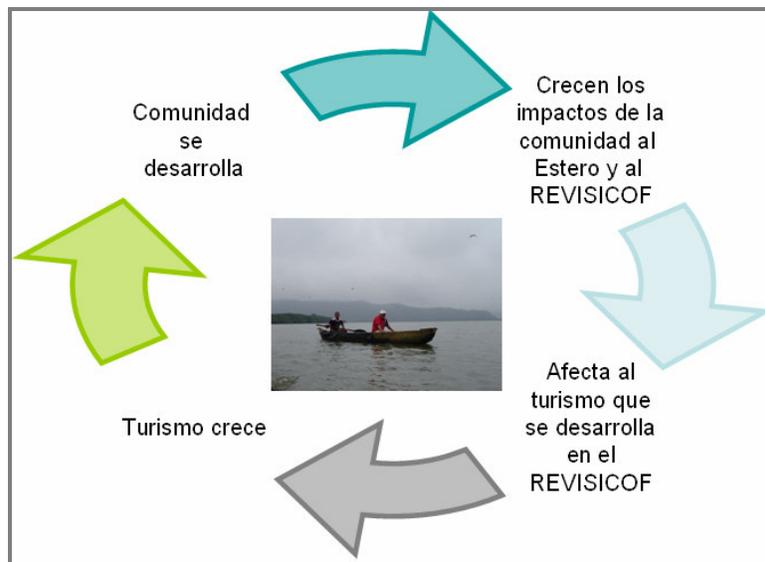
La Planificación Estratégica del REVISICOF fue trabajada bajo una metodología participativa en la cual se orientó el desarrollo de los objetivos y metas para el Plan de Manejo Turístico del REVISICOF, para ello se realizó un taller que contó con la participación de miembros de la comunidad y autoridades involucradas en el turismo del REVISICOF

### 11.1. GENERACIÓN DE MODELOS CONCEPTUALES

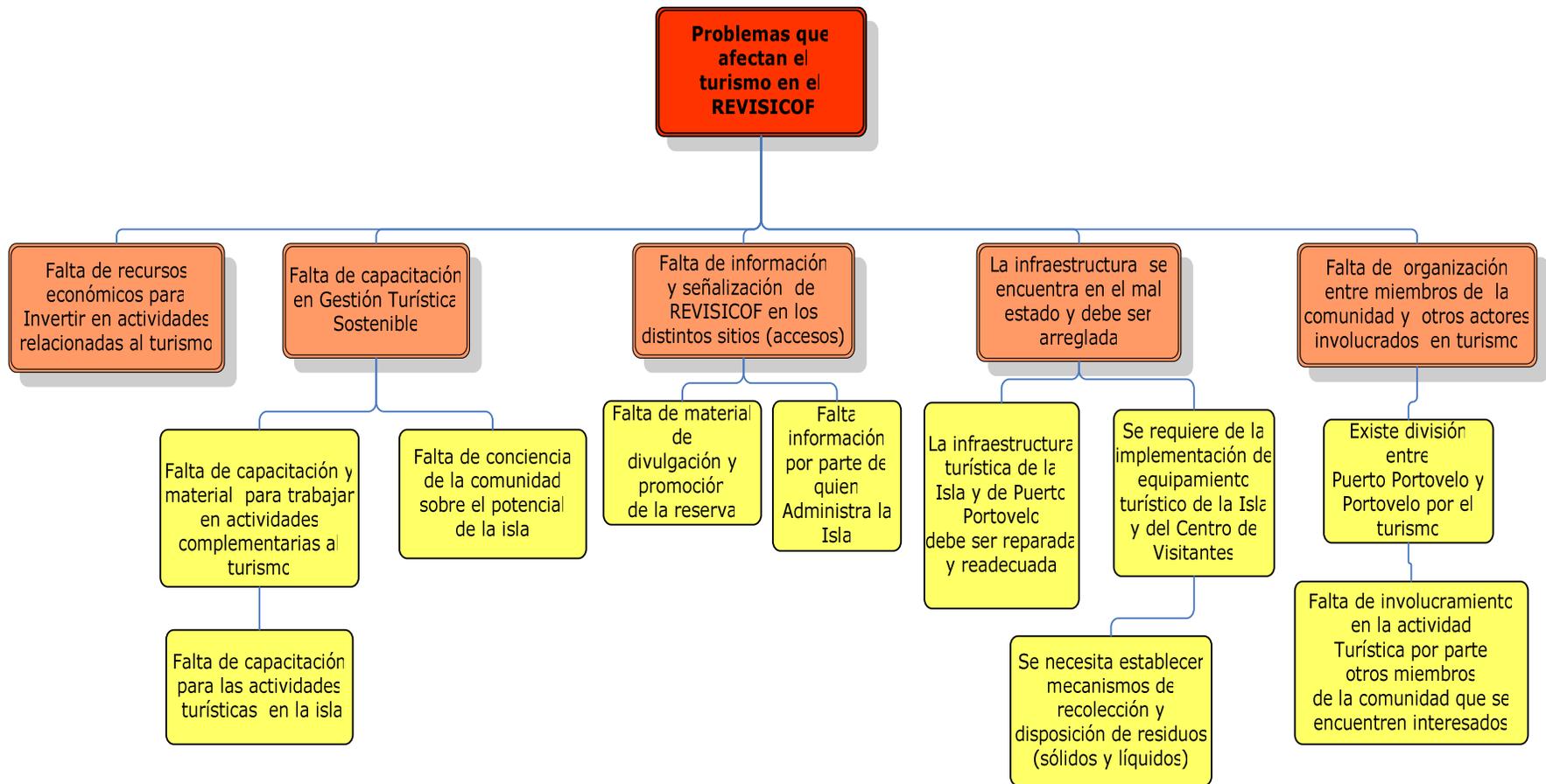
Un modelo conceptual es entendido como un diagrama que ilustra una serie de relaciones entre ciertos factores que se cree impacta o conducen a una condición de interés.

#### Características de los modelos conceptuales

- Presenta un cuadro de la situación en la zona del proyecto.
- Muestra supuestos vínculos entre los factores que afectan a la condición de interés.
- Muestra las principales amenazas directas e indirectas que afectan a la condición de interés.
- Presenta sólo factores relevantes.
- Está basado en datos e información sólidos.
- Es el resultado de un esfuerzo de equipo



Los problemas prioritarios que afectan al turismo son los siguientes: **1)** Falta de recursos económicos para invertir en actividades turísticas. **2)** Falta de Capacitación en Gestión Turística Sostenible **3)** Falta de información y señalización del REVISICOF **4)** La infraestructura se encuentra en mal estado. **5)** Falta de coordinación entre miembros de la comunidad y otros actores involucrados en turismo.



## **11.2. ANÁLISIS FODA**

Como parte de la metodología empleada para desarrollar la planificación estratégica del área, se trabajó en un análisis situacional FODA con los miembros de la Comunidad de Portovelo, en donde se identificaron los siguientes componentes (el orden no indica grado de importancia):

### **FORTALEZAS**

1. El REVISICOF tiene atributos escénicas y paisajísticas
2. La Isla cuenta con recursos naturales como flora, fauna (aves), túneles de manglar, sitios de anidación, playas y culturales como la Leyenda del Duende
3. Las Islas Corazón y Fragata han sido declaradas como Refugio de Vida Silvestre, formando parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP)
4. Se cuenta con un producto turístico estructurado y puesto en el mercado
5. El REVISICOF se encuentra cerca de otros atractivos turísticos (playas, bosques, cabeceras cantorales)
6. La comunidad de Portovelo se encuentra interesada en el uso sustentable de los recursos que ofrece el REVISICOF
7. Existe interés por parte de la comunidad (grupos de mujeres y jóvenes) por participar en el desarrollo de actividades turísticas y/o sus complementarias
8. La Comunidad de Portovelo se encuentra legalmente constituida y organizada
9. La comunidad de Portovelo cuenta con seguridad policial y una brigada barrial
10. Se han desarrollado procesos de capacitación para los Guías Nativos
11. Se ha dado mantenimiento a la infraestructura turística
12. La Isla Corazón cuenta con infraestructura turística y medio de interpretación básicos
  - a. Sendero
  - b. Torre de Observación
  - c. Casetas de descanso
  - d. Material interpretativo
13. Existe organización comunitaria para el desarrollo de actividades turísticas
  - a. Asociación de Guías Nativos de Portovelo ASO-MANGLAR

### **OPORTUNIDADES**

1. Generación de oportunidades de empleo y de diversificación de la oferta de servicios (alojamiento, restaurante, guianza)
2. Desarrollo socio-económico de la comunidad
3. Existe interés por parte de organizaciones e instituciones públicas y privadas en el fortalecimiento de alternativas de desarrollo sostenible para la Isla, específicamente en turismo.
4. Esfuerzos de promoción de turismo en la región y Manabí
5. Apoyo institucional para iniciar procesos de capacitación con miembros de la comunidad de Portovelo
6. La comunidad trabaja en procesos de reforestación de manglar lo que ayudará a la conservación de los ecosistemas de manglar del REVISICOF
7. Se cuenta con infraestructura de apoyo (carreteras, comunicación, salud) capaz de fomentar/facilitar el desarrollo turístico del REVISICOF

### **DEBILIDADES**

1. Número reducido de guías
2. No se realiza un control efectivo del área
3. Poca promoción y difusión del REVISICOF

4. Los recursos turísticos no son manejados de manera totalmente organizada y planificada
5. No existen buenos canales de comunicación y coordinación entre los miembros de la Comunidad y ASO-MANGLAR
6. Existen desacuerdos en la comunidad por el desarrollo de actividades turísticas en el REVISICOF
7. No toda la comunidad está conciente de la importancia de conservación del REVISICOF
8. No se cuenta con suficientes recursos económicos para el manejo del turismo
9. Falta de organización para el control de “piratas” que ingresan a la Isla Corazón
10. Ni la comunidad ni la operación cuentan con un sistema de recolección y tratamiento de desechos sólidos y líquidos
11. No se cuenta con una oferta de servicios turísticos diversificados
12. La comunidad requiere de más procesos de capacitación en Gestión Turística Sostenible
13. ASO-MANGLAR se encuentra debilitado
14. Falta de personal para realizar controles efectivos
15. Infraestructura turística no se encuentra en condiciones óptimas para el funcionamiento
16. No existen regulaciones para visitar la Isla Corazón

### **AMENAZAS**

1. Infraestructura de apoyo (carreteras) se encuentra en mal estado
2. Existen desacuerdos institucionales
3. Contaminación de ecosistemas por uso de agroquímicos por camaroneras vertido de desechos directamente al Estuario
4. Presión por extracción – recolección de cangrejos y conchas
5. Sedimentación del Estuario
6. Uso de artes de pesca no adecuados
7. No respeto a las vedas
8. Destrucción y tala de manglares
9. Presencia de camaroneras
10. Fenómeno del Niño (daño a infraestructura de apoyo y daños al ecosistema)
11. Piratas que acceden a la Isla

### **11.3. IMPACTOS POTENCIALES DEL TURISMO EN EL REVISICOF**

Como parte de la construcción de la Planificación Estratégica del área se elaboró un cuadro que contiene los impactos potenciales que la actividad turística ocasionaría al REVISICOF. Los resultados son el resultado de un proceso participativo con miembros de la comunidad y autoridades locales

<b>IMPACTOS POSITIVOS</b>	<b>IMPACTOS NEGATIVOS</b>
Incremento constante de turistas estimula el sector productivo del lugar a través de la creación de fuentes de trabajo para los miembros de la comunidad de Portovelo	El ruido causado por los turistas así como la contaminación de las lanchas de motor ahuyenta a las aves que llegan a las islas y contaminan el Estuario.
Actividad turística ha despertado conciencia ambiental entre los habitantes lo cual ayuda a proteger el REVISICOF	La generación de desechos sólidos por parte de los visitantes y su mala disposición provoca impactos negativos visuales y ambientales
El interés de la comunidad ha favorecido para que organizaciones e instituciones públicas y privadas apoyen en temas de capacitación y desarrollo de infraestructura turística	Genera conflictos dentro de la comunidad puesto que no todos se sienten beneficiados o incluidos en el desarrollo de las actividades turísticas
La actividad turística ofrece una oportunidad	Mal manejo promueve la sobreexplotación de

para que los grupos de jóvenes y mujeres puedan desarrollar y participar de las actividades turísticas (i.e., artesanía, alimentación)	recursos naturales y culturales.
--	----------------------------------

### IMPACTOS POTENCIALES A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL REVISICOF

Adicionalmente se trabajó en un cuadro que menciona los impactos potenciales a la actividad turística del REVISICOF ocasionados por la interacción de varios factores que no necesariamente son componentes directos de la actividad.

IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
Visitantes satisfechos del REVISICOF generan más turismo	La falta de servicios básicos en la comunidad hace que se produzcan o que se incrementen los potenciales impactos negativos al ambiente (por descargas directas de aguas residuales y desechos sólidos)
El estado de conservación del REVISICOF atrae visitantes y por consiguiente dinamiza el desarrollo turístico	Por la poca publicidad y difusión del REVISICOF inciden en la cantidad de visitantes al área
	La falta de coordinación y acuerdos de los miembros de la comunidad podría afectar el desarrollo del turismo en el REVISICOF

### 11.4. OBJETIVOS DEL SUBPROGRAMA DE USO PÚBLICO E INTERPRETACIÓN AMBIENTAL DEL REVISICOF

Las consideraciones conceptuales para la definición del Objetivo General-Misión- del Plan de Manejo turístico fueron las siguientes:

Definición de la Misión del Plan de Manejo Turístico REVISICOF
<b>Propósito:</b> Qué es lo que se quiere alcanzar?
<b>Estrategia:</b> Cómo se lo va a alcanzar?
<b>Valores:</b> Para qué lo queremos?

La definición de los objetivos específicos y metas del plan, tomó en cuenta las siguientes características:

Características Objetivos	Características Metas
➤ Visionarios	➤ Orientadas a impactos (solucionan problemas)
➤ Realizables	➤ Limitadas en el tiempo
➤ Cortos	➤ Medibles
➤ Medibles	➤ Prácticas
➤ Generales	

### **11.4.1. Objetivo general del Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental**

Manejar el turismo en forma sustentable a través de la participación comunitaria e institucional para lograr la conservación de los recursos naturales y culturales, mejorando la calidad de vida de la comunidad, satisfaciendo las expectativas de los visitantes e insertando los productos turísticos vinculadas al REVISICOF en las cadenas de valor de los destinos turísticos de la región.

### **11.4.2. Objetivos específicos**

5. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.
6. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.
7. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.
8. Generar vínculos con servicios de apoyo financiero y técnico requeridos para lograr el mejoramiento de la calidad de lo productos turísticos relacionados con el REVISICOF.

### 11.5. MARCO LÓGICO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESULTADOS ESPERADOS	INDICADOR DE ÉXITO	MÉTODO DE VERIFICACIÓN
1. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.	La actividades turísticas se desarrollan en coordinación con autoridades locales y en armonía entre los miembros de la comunidad	Autoridades y miembros de la comunidad conocen y son partícipes las actividades que se desarrollan al interior del área y su zona de amortiguamiento	Actas y acuerdos de reuniones entre miembros de la comunidad y autoridades. Procedimientos de coordinación y participación establecidos al interior de la comunidad
2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.	El REVISICOF es un área protegida conocida a escala nacional e internacional	Incremento de visitantes nacionales e internacionales al REVISICOF	Señalización turística colocada en vías de acceso y cantones principales. Campañas de difusión en medios de comunicación Publicación del destino en revistas y guías especializadas. Página Web del REVISICOF
3. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.	Los miembros de la Comunidad de Portovelo se encuentran capacitados para la prestación de servicios turísticos	Miembros de la comunidad capacitados en prestación de servicios turísticos	Visitantes satisfechos con la atención y el servicio recibido por parte de la comunidad (involucrados en turismo)
	El REVISICOF y su zona de amortiguamiento cuentan con infraestructura turística funcional	Infraestructura y equipamiento turístico en condiciones óptimas de funcionamiento	Infraestructura y equipamiento turístico de la Isla Corazón y de su zona de amortiguamiento (Puerto Portovelo) en funcionamiento y bien mantenida
4. Generar vínculos con servicios de apoyo financiero y técnico requeridos para lograr el mejoramiento de la calidad de lo productos turísticos relacionados con el REVISICOF	El REVISICOF cuenta con productos financieramente sostenibles y de calidad	La Comunidad de Portovelo puede acceder a financiamiento y asistencia técnica de organizaciones e instituciones externas	Actividades emprendidas con financiamiento y asistencia técnica gestionada por la comunidad

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES
<p><b>1. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.</b></p>	<p><b>1.1</b> Al menos una vez por trimestre, realizar reuniones de coordinación entre los habitantes de Puerto Portovelo y Portovelo para conocer los avances del programa de turismo del REVISICOF</p>	<p>1.1.1 Definir formalmente las fechas de reuniones de coordinación e información sobre avances turísticos entre los habitantes de Puerto Portovelo y Portovelo  1.1.2 Organizar delegaciones rotativas que se encarguen de la organización completa de estas reuniones  1.1.3 Llevar actas y memorias de los acuerdos alcanzados en las reuniones</p>
	<p><b>1.2</b> Hasta finales del primer trimestre del 2008 constituir la comisión de turismo del comité de gestión del PM REVISICOF</p>	<p>1.2.1 A través de reuniones comunales constituir una comisión de turismo, tomando como soporte al comité de gestión del REVISICOF</p>
	<p><b>1.3</b> Semestralmente realizar reuniones de coordinación entre autoridades, cooperantes y comunidad para informar sobre las actividades en torno a la actividad turística del REVISICOF</p>	<p>1.3.1 A través de la comisión de turismo y de las delegaciones rotativas solicitar semestralmente reuniones con las autoridades y cooperantes para tratar temas referentes a turismo en el REVISICOF  1.3.2 Recoger las inquietudes de la comunidad para poder expresarlas en estas reuniones semestrales mediante reuniones comunitarias previas  1.3.3 Mantener informada al resto de la comunidad sobre los avances, logros y acuerdos que se alcancen en estas reuniones</p>

<p><b>1. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.</b></p>	<p><b>1.4 Conformación de una Empresa (Emprendimiento comunitario) Comunitaria de Turismo con los miembros de la comunidad de Portovelo</b></p>	<p>1.4.1 Organización interna para definir la estructura organizacional de la empresa  1.4.2 Definir los roles y actividades específicas de los miembros  1.4.3 Buscar asesoramiento para la conformación legal de la Empresa  1.4.5 Definir específicamente el tipo de obligaciones y derechos de la empresa  1.4.6 Establecer calendarios y cronogramas de reuniones y actividades de la empresa  1.4.7 Establecer un sistema de rendición de cuentas para la comunidad</p>
	<p><b>1.5. Hasta finales del 2008 contar con una estructura administrativa para la gestión turística de la comunidad</b></p>	<p>1.5.1 Buscar Asesoramiento jurídico  1.5.2 Realizar un Organigrama estructural y funcional del comité de turismo comunitario del REVISICOF  1.5.3 Diseñar un plan de manejo y redistribución de ingresos del comité de turismo comunitario del REVISICOF</p>

<p><b>2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.</b></p>	<p><b>2.1</b> Hasta junio de 2008 elaborar pósteres, trípticos, postales y carpeta informativa acerca de los productos turísticos que ofrece el REVISICOF.</p>	<p>2.1.1 Trabajar conjuntamente con la fundación ESQUEL para la generación de material informativo del REVISICOF</p>
	<p><b>2.2</b> Hasta Diciembre del 2007 montar la página Web del REVISICOF</p>	<p>2.2.1 Conocer el estado en el que se encuentra la página Web previamente diseñada 2.2.2 Buscar apoyo técnico y financiero para montar la página Web de la Isla Corazón</p>
	<p><b>2.3</b> Durante el primer trimestre de cada año trabajar en conjunto con el MAE, MITUR, Municipalidades, PMRC, Capitanía de Puerto y comunidad en la planificación de la celebración del Día del Manglar en el REVISICOF</p>	<p>2.3.1 Mantener una primera reunión con el MAE, MITUR, Municipalidades, PMRC, Capitanía de Puerto y otros actores involucrados en la celebración del Día del Manglar. 2.3.2 Definir mecanismos y niveles de participación del REVISICOF y la comunidad de Portovelo en la celebración del Día del Manglar 2.3.3 Trabajar con la comunidad en actos relacionados con la celebración del Día del Manglar 2.3.4 Involucrar a escuelas y colegios de la zona en la celebración del Día del Manglar</p>

<p><b>2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.</b></p>	<p><b>2.4</b> Al menos una vez al año, lograr que se promocionen los productos turísticos del REVISICOF en un periódico de difusión nacional, un programa de televisión de alcance nacional, una revista nacional y una internacional y un programa radial.</p>	<p>2.4.1 Realizar contactos con medios de comunicación locales para que realicen una visita a la zona con el fin de que sea difundida en el medio  2.4.2 Realizar contactos con medios de comunicación nacionales para que realicen una visita a la zona con el fin de que sea difundida en el medio  2.4.3 Apoyándose en organizaciones que trabajan en el REVISICOF realizar contactos con medios de comunicación internacionales para que realicen una visita a la zona con el fin de que sea difundida en el medio  2.4.5 Enviar material informativo (videos promocionales, fotografías, artículos) a medios de comunicación</p>
	<p><b>2.5</b> Cada año promocionar en al menos tres planteles educativos locales y/o nacionales los productos turísticos del REVISICOF</p>	<p>2.5.1 Realizar visitas a colegios de la zona para incentivar la visita al REVISICOF  2.5.2 Formar un fondo financiero que sirva para viajes de difusión del REVISICOF a escala nacional  2.5.3 Buscar contactos con planteles educativos para promocionar el REVISICOF  2.5.4 Buscar el apoyo de planteles educativos para realizar visitas promocionales del REVISICOF  2.5.5 Enviar material informativo a planteles educativos para promocionar el REVISICOF</p>
	<p><b>2.6</b> Cada año promocionar en al menos tres agencias de viajes locales y/o nacionales los productos turísticos del REVISICOF</p>	<p>2.6.1 Realizar visitas promocionales a agencias de viajes locales y nacionales para promocionar el REVISICOF  2.6.2 Entregar material informativo y de difusión a las agencias  2.6.3 Dar a las agencias de viajes números de contactos para difundirlos a potenciales visitantes  2.6.4 Mantener actualizadas a las agencias de viajes en cuanto a números de contacto, precios, días de visita, paquetes nuevos o especiales</p>

<p><b>2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.</b></p>	<p><b>2.7</b> Hasta finales del 2008, lograr un delegado de una de las guías de turismo (guías para viajero) visite el REVISICOF</p>	<p>2.7.1 Apoyándose en contactos de la comunidad y otros contactar a revistas o guías especializadas de turismo  2.7.2 Proponer a estas revistas y/o guías el desarrollo de un viaje de familiarización al REVISICOF  2.7.3 Enviar información disponible sobre las actividades turísticas que se realizan en el REVISICOF</p>
	<p><b>2.8</b> Hasta Diciembre de 2007, la señalización turística del REVISICOF esta instalada en las carreteras de acceso (tres cantones).</p>	<p>2.8.1 Entrar en contacto con los Municipios y el PMRC para conocer acerca de su plan de señalización  2.8.2 Apoyar en las actividades de señalización del REVISICOF a estas instituciones</p>
	<p><b>2.9</b> Hasta Diciembre del 2008 asegurar el fortalecimiento de la comercialización turística</p>	<p>2.9.1 Elaboración de un Plan de negocios  2.9.2 Taller de validación del Plan de negocios  2.9.3 Elaboración de paquetes turísticos multidestinos (temáticos o complementarios).  2.9.4 Elaboración del análisis de costos de los paquetes.  2.9.5 Diseño de material publicitario digital e impreso de los productos turísticos comunitarios  2.9.6 Elaboración de material publicitario  2.9.7 Participación del comité de turismo comunitario del REVISICOF en ferias de turismo  2.9.8 Organizar “fam and press trips”  2.9.9 Realización de convenios para la difusión y comercialización del producto turístico comunitario en el ámbito nacional e internacional  2.9.10 Implementación de la oficina de información de Portovelo implementada con equipamiento y tecnologías para las Tecnologías de Información y Comunicación TICs.  2.9.11 Programa de capacitación en conectividad implementado.</p>

<p><b>3. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.</b></p>	<p><b>3.0</b> Hasta finales de 2008 un curso de guías naturalistas 1 por parte del MAE-MITUR</p>	<p>3.0.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación.</p> <p>3.0.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación</p>
	<p><b>3.1</b> Hasta finales del 2010 cuatro cursos relacionados a la actividad turística comunitaria</p>	<p>3.1.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación.</p> <p>3.1.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación</p>
	<p><b>3.2</b> Hasta finales del 2008 un curso de manejo de alimentos y bebidas dirigido a miembros de la comunidad.</p>	<p>3.2.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación.</p> <p>3.2.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación</p>
	<p><b>3.3</b> Hasta finales del 2008 un curso de educación ambiental dirigido a miembros de la comunidad</p>	<p>3.3.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación.</p> <p>3.3.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación</p>
	<p><b>3.4</b> Hasta finales del 2008 un curso de manejo de alojamiento comunitario dirigido a miembros de la comunidad</p>	<p>3.4.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación.</p> <p>3.4.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación</p>

<b>3. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.</b>	<b>3.5</b> Hasta finales del 2008 un curso de manejo de desechos sólidos dirigido a miembros de la comunidad	3.5.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación. 3.5.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación
	<b>3.6</b> Hasta finales del 2008 un curso de desarrollo de artesanías de dirigido a miembros de la comunidad	3.6.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación. 3.6.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación
	<b>3.7</b> Hasta finales del 2008 un curso de administración de establecimientos turísticos comunitarios dirigido a miembros de la comunidad	3.7.1 A través de reuniones formales, dar a conocer a las autoridades pertinentes (Municipio, MAE, PMRC, Fundaciones) las necesidades existentes sobre capacitación. 3.4.2 Con la comunidad definir los grupos de participantes para el curso de capacitación
	<b>3.8</b> Para finales del 2007 contar con un centro de visitantes del REVISICOF en funcionamiento y de buena calidad.	3.8.1 Apoyar a las organizaciones donantes en la construcción del Centro de visitantes del REVISICOF 3.8.2 Dar mantenimiento continuo al centro de visitantes REVISICOF a través de mingas y trabajo comunitario organizado 3.8.3 Formar un fondo financiero destinado a cubrir posibles daños a la infraestructura (por ejemplo que sirva para la compra de materiales, alquiler de camiones)

<p><b>3.</b> Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.</p>	<p><b>3.9</b> Para finales del 2007 el sendero y la torre de observación en el REVISICOF están reconstruidos y en buenas condiciones.</p>	<p>3.9.1 Apoyar a las organizaciones donantes en la reconstrucción y adecuación del sendero y la torre de observación del REVISICOF</p> <p>3.9.2 Dar mantenimiento continuo al sendero y la torre de observación a través de mingas y trabajo comunitario organizado</p> <p>3.9.3 Formar un fondo financiero destinado a cubrir posibles daños a la infraestructura (por ejemplo que sirva para la compra de materiales, alquiler de camiones)</p>
	<p><b>3.10</b> Para finales del 2008 contar con un centro de información turística en Portovelo</p>	<p>2.10.1 Buscar apoyo técnico y financiero para la construcción de un centro de información turística en Portovelo</p> <p>2.10.2 Aplicar a fondos que apoyan el desarrollo de este tipo de infraestructura</p> <p>2.10.3 Formar un fondo común que aporte a la construcción del centro de información turística</p> <p>2.10.4 Definir el tipo de apoyo de la comunidad para su construcción</p> <p>2.10.5 Organizar los roles y responsabilidades de la comunidad para la construcción y funcionamiento del centro de información</p>
	<p><b>3.11</b> Hasta finales del 2008 contar con la infraestructura adecuada</p>	<p>3.11.1 Adecuación de Cabañas para alojamiento y alimentación en Portovelo.</p> <p>3.11.2 Construcción de Centro de información en Portovelo</p> <p>3.11.3 Adquisición de equipamiento para alojamiento</p> <p>3.11.4 Adquisición de equipamiento para alimentación</p> <p>3.11.5 Adquisición de equipamiento para el centro de información</p> <p>3.11.6 Adquisición de equipamiento para los guías</p> <p>Adquisición de un sistema de comunicación interno</p>

<p><b>4. Generar vínculos con servicios de apoyo financiero y técnico requeridos para lograr el mejoramiento de la calidad de los productos turísticos relacionados con el REVISICOF</b></p>	<p><b>4.1</b> Hasta el segundo semestre del 2008, lograr que los miembros de la comunidad accedan al menos a un microcrédito otorgado instituciones financieras</p>	<p>4.1.1 Generar vínculos con agencias financieras de manera que los miembros de la comunidad puedan estar informados sobre temas de micro-crédito</p> <p>4.1.2 A través de estructuras organizadas de la comunidad (Empresa Comunitaria de Turismo) presentar propuestas sobre acceso a crédito</p>
	<p><b>4.2</b> Hasta el segundo semestre del 2008, lograr que los emprendedores accedan a fuentes de asistencia técnica en Gestión Turística Sostenible</p>	<p>4.2.1 Completar y actualizar bases de datos sobre organizaciones que dan asistencia técnica en Gestión Turística Sostenible y de las cuales la comunidad puede beneficiarse</p> <p>4.2.2 A través de grupos organizados de la comunidad buscar asistencia técnica en organizaciones públicas y privadas que les permitan mejorar su trabajo en turismo</p>

## 12. VIABILIDAD FINANCIERA

### METODOLOGIA DE PRESUPUESTACIÓN

El presente documento desarrolla los procedimientos financieros utilizados y las herramientas aplicadas en las diferentes etapas del proceso de presupuestación del Subprograma de Uso Público en Interpretación Ambiental del REVISICOF. Este estudio constituye una herramienta financiera diseñada para apoyar a la gestión del REVISICOF, representando un paso fundamental para que el área cuente con una Estrategia de Financiamiento Sostenible.

#### Tipo de costos

**Gasto corriente.-** Se entiende como gasto el decremento bruto de activos o incrementos de pasivos que experimenta una entidad como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades normales encaminadas a la generación de ingresos. En el caso de una Área Natural Protegida, la actividad no esta ubicada necesariamente en función de un ingreso sino en función de la conservación, pero para que se cumpla se necesita de erogaciones que serán canceladas antes y después de doce meses desde la fecha del año fiscal correspondiente (Normas Ecuatorianas de Contabilidad, 1999). En esta categoría están inmersos los siguientes rubros:

- Personal
- Gastos Operativos
- Mantenimiento

**Gastos de inversión.-** Son la compra o adquisición de activos que sirven para futuros flujos de réditos económicos hacia la empresa asociados con el activo y el costo del activo para la empresa, puede ser cuantificado confiablemente (Normas Ecuatorianas de Contabilidad). En el caso de las Áreas Naturales Protegidas el rédito está en la conservación y sus futuros flujos dependerán de esta adquisición. En esta categoría se enmarcan:

- Servicios Profesionales
- Equipamiento básico
- Infraestructura, Vehículos y medios de transporte

En los servicios Profesionales se debe hacer una aclaración. La asignación de este rubro como inversión puede realizarse si existe una relación estrecha entre esta erogación y su beneficio. Debido a que este beneficio no puede ser estimado para cada período pero se conoce que sus réditos se los tendrá en un futuro, esta erogación es calificada para su reconocimientos como una activo en el período que se incurre (Normas Ecuatorianas de Contabilidad).

#### Procedimientos metodológicos

El presupuesto realizado es la expresión monetaria para cinco años de las metas que se realizarán en el REVISICOF, se ha completado el ejercicio de presupuestación con los expertos para definir los requerimientos y los montos. Además se han tomado en cuenta otros criterios que provinieron de los conocedores del área.

La presupuestación debe entenderse como la unión de dos procesos, el primero de usos y segundo de fuentes de recursos. El uso es el gasto, donde se define todos los requerimientos para desarrollar las metas para los años proyectados. Los gastos tienen características diferentes, el gasto corriente,

como su nombre lo indica es un gasto recurrente que se lo realiza año a año, en este tipo de categoría se encuentra el gasto operativo, el mantenimiento, y el personal contratado o de nómina.

El gasto corriente al valorarlo en diferentes años debe tomarse en cuenta la inflación, para lo cual se toma el promedio de la inflación de los dos últimos años en el Ecuador, la fuente de esta información puede encontrarse en las estadísticas mensuales del Banco Central del Ecuador. ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)).

El gasto de capital se diferencia del gasto corriente por la periodicidad en su erogación debido a que en el gasto corriente tiene una vida útil mayor a un año. La vida útil se define como los años en que el bien o servicio cumple su objetivo funcional. Por tanto existirán diferentes lapsos de vida útil como bienes de capital, aunque estos se han definido siguiendo la normativa del Servicio de Rentas Internas, se ha modificado en los casos que los expertos según sus criterios opinen que pueda acortarse o prolongarse.

De igual manera el gasto de capital para cada año que se aleje del calendario, se añade el componente inflacionario para una evaluación más certera.

### **Tipo de fuentes**

La presupuestación además necesita definir las fuentes que nutren al presupuesto, o los recursos que permitirán acceder a los gastos necesarios. Este tipo de fuentes se ha supuesto tienen tres niveles según su certeza: Statu quo, o que los ingresos permanecen como en la actualidad, Probable, un aumento de las fuentes por las inversiones realizadas pero con una conservadora y el Optimista, donde las fuentes o actores de financiamiento participan con mayor aporte que en cualquiera de los escenarios anteriores.

A diferencia de los gastos, las fuentes no tienen el componente inflacionario, sino que nacen de los criterios de los técnicos, de los posibles aportes. La recopilación de esta información se la realizó por medio de entrevistas o de los presupuestos de los posibles donantes u otros actores de financiamiento.

### **Herramienta de presupuestación**

Los criterios antes expuestos se los ha sistematizado en Excel, utilizando el lenguaje Visual Basic, para estructurar los macros necesarios que produzca los presupuestos. Son tres presupuestos, pues se tiene tres posibles fuentes de financiamiento. Además se puede realizar gráficos, escogiendo la opción que más convenga al usuario.

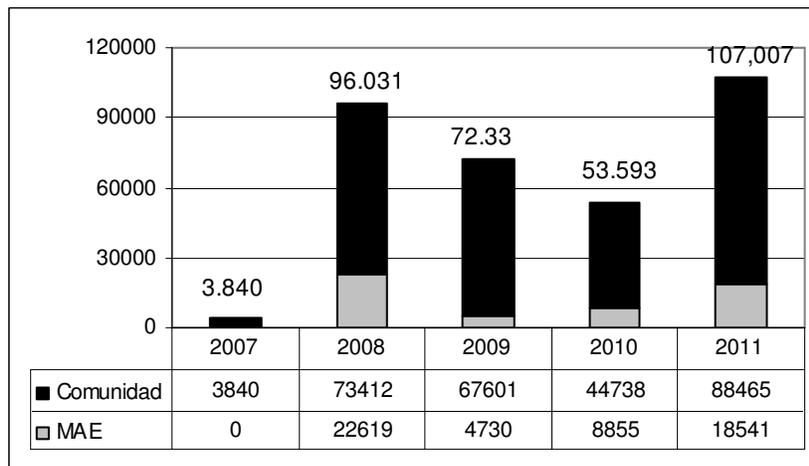
El presupuesto realizado es una herramienta dinámica pues además permite seguir introduciendo gastos y depurando las fuentes de financiamiento según la nueva información que se obtenga.

Sus limitaciones están por el número de actores de financiamiento pues máximo pueden ser once, más de esto no es posible por la limitación en el número de columnas de Excel.

## PRESUPUESTO DEL REVISICOF

### Presupuesto de la Comunidad y el MAE

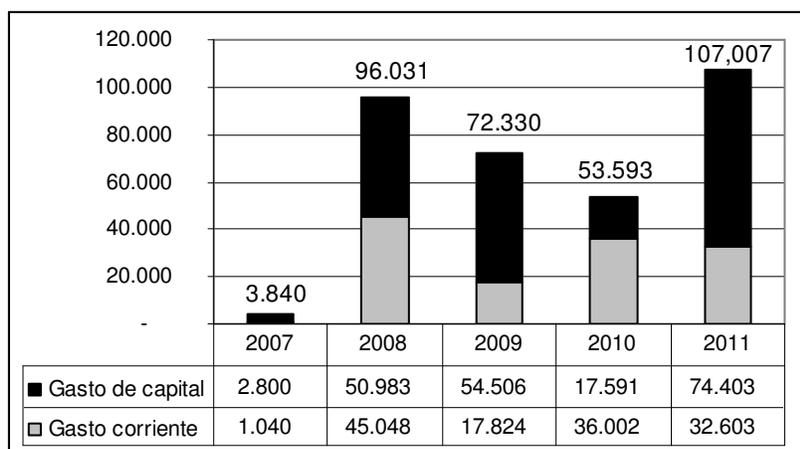
El presupuesto se ha dividido en el aporte que el MAE y la Comunidad deben invertir para esta iniciativa. Como se observa en el gráfico siguiente el mayor gasto es por parte de la comunidad, que debe realizar el año 2011 donde debería ser \$88465, mientras el MAE en el 2008 debe realizar su mayor aporte con \$22619.



Como se puede visualizar el gasto de las dos partes en el REVISICOF no es equilibrado, existe una variabilidad en el gasto. Para conocer el motivo del gasto debe detallarse el presupuesto en sus componentes.

### Presupuesto según tipo de gasto

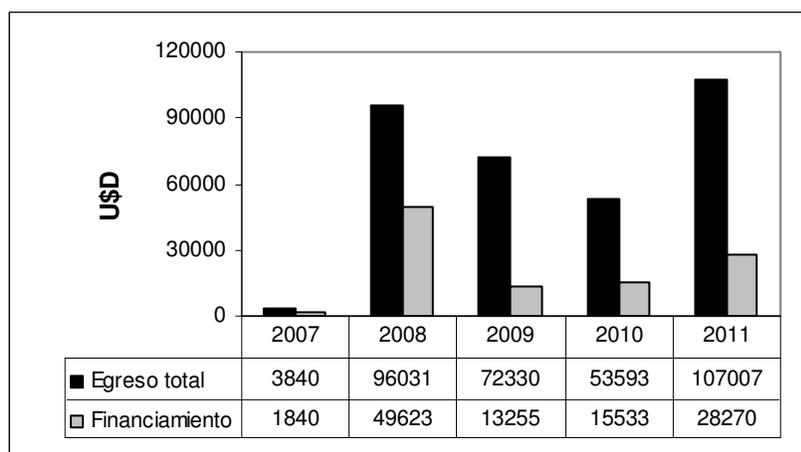
El gasto total (suma del gasto de capital y corriente) del REVISICOF para 5 años se expresa en el siguiente gráfico. El Gasto de capital (implica los rubros equipamiento, infraestructura, medios de transporte y servicios profesionales) se hace presente en todos los años del presupuesto, siendo los años 2008, 2009 y 2011 los de mayor gasto de capital. El 2008 tiene su mayor peso en la construcción de 2 cabañas con su respectivo equipamiento, el valor asciende a \$16514. El año 2009 tiene su explicación en el gasto de construcción y equipamiento de un centro de información turística en Portovelo, \$ 31957. El año 2011 el de mayor gasto total, contiene también el mayor gasto de capital debido a la inversión que debe realizarse en la construcción de 4 cabañas con sus equipamientos \$36311. El gasto de capital está explicado por la infraestructura de cabañas y del centro de información.



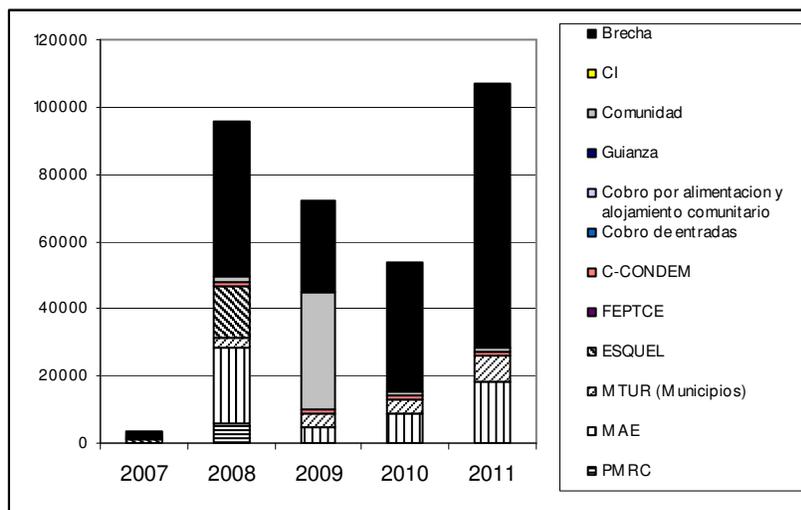
El gasto corriente (implica los rubros personal, gastos operativos y mantenimiento) no tiene una concentración en algún rubro en especial, sino que se distribuye más homogéneamente que el gasto de capital. No existe una estabilidad en ninguno de los gastos, pero al parecer desde el año 2010 el gasto corriente parece permanecer en más de \$30000.

### ESTADO DE RESULTADO DEL REVISICOF

La siguiente gráfica permite observar las diferencias entre ingreso y egresos para cada uno de los años. El financiamiento no es suficiente para satisfacer las demandas en el gasto. Para los años 2010 y 2011, que tienen sus brechas mayores, resulta menos preocupante que los años 2008 y 2009, ya que al contar con menos tiempo, se corre un mayor riesgo de no completar el financiamiento necesario.



### PRESUPUESTO DEL REVISICOF SEGÚN ACTORES DE FINANCIAMIENTO



C-CONDEM como actor de financiamiento engloba a todas las instituciones que forman parte de este gran paraguas institucional. Ejemplo OFIS, FUNDECOL

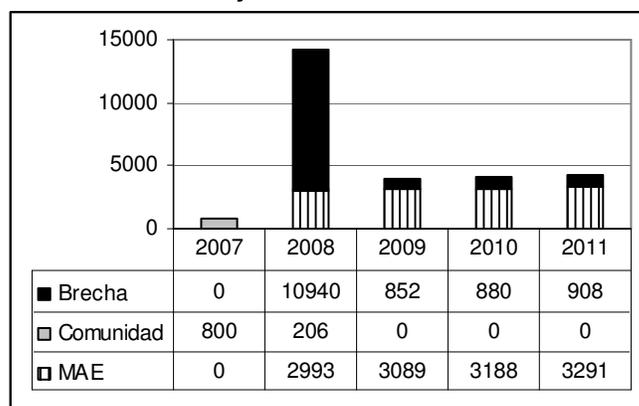
Como se observa existen 11 actores de financiamiento que podrían aportar al financiamiento del REVISICOF, pero aunque este número es amplio, no ha permitido disminuir la brecha que se presenta en cada uno de los años, y que se agranda en el año 5, como se observó anteriormente por las construcciones que se planean realizar.

El actor más importante en el financiamiento es el aporte comunitario junto con el MAE. ESQUEL tiene una importante participación en el año 2.

## ACTORES DE FINANCIAMIENTO POR OBJETIVOS

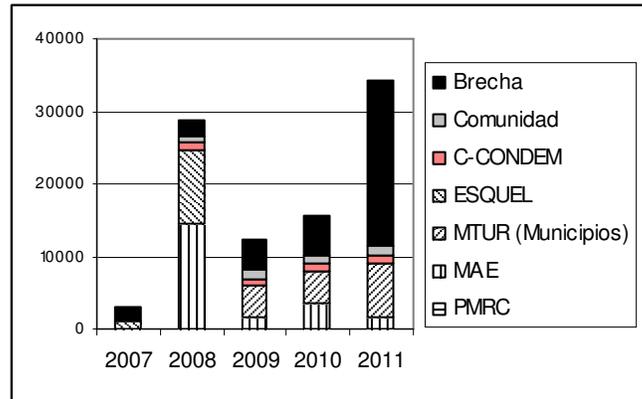
A continuación se revisará las brechas para cada uno de los objetivos planteados en el REVISICOF. Aunque no se visualiza directamente el presupuesto del MAE y de la Comunidad sino un presupuesto agregado; se podrá diferenciar los dos presupuestos, entendiendo que lo no presupuestado por el MAE corresponde al presupuesto de la comunidad, donde se incluyen los otros actores de financiamiento (ESQUEL, MTUR, etc.)

### 1. Desarrollar un ambiente favorable para el desarrollo de la actividad turística en el REVISICOF a través del fortalecimiento y coordinación comunitaria e institucional.



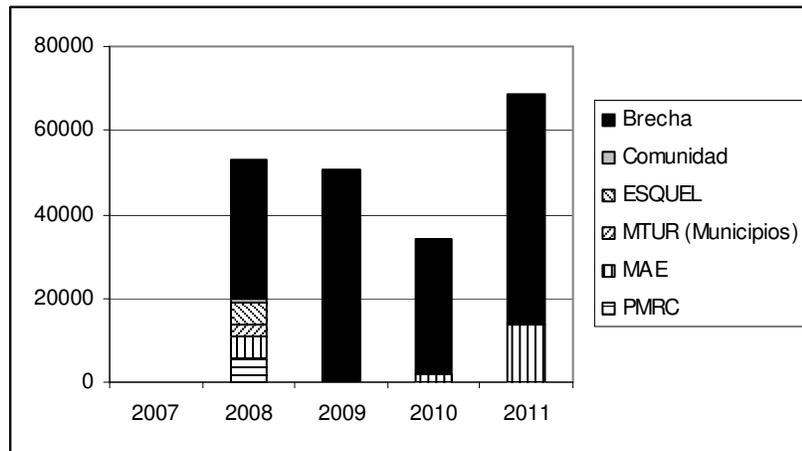
Para el objetivo 1 la brecha existe en todos los años, excepto en el año 1, donde es compensada por el aporte de la Comunidad, los siguientes años el aporte del MAE se mantiene, pero la brecha para el segundo año es la mayor de todas para este objetivo. Como se observa solo existen 2 actores de financiamiento para este objetivo, lo cual implica un alto nivel de vulnerabilidad y posibilidad de aumentar la brecha que es amplia sobre todo en el año 2. La meta "Hasta finales del 2008 contar con una estructura administrativa para la gestión turística de la comunidad" necesita una inversión de \$9289 pero no cuenta con el financiamiento necesario, lo restante que completa la brecha de \$10940, son reuniones de coordinación. Si el actor que más aporte tiene en promedio \$3000 (MAE), se necesitaría buscar tres actores adicionales de este tipo para eliminar la brecha en el año 2.

**2. Mejorar los niveles de cooperación entre actores a través de la difusión nacional e internacional de los productos turísticos vinculados al REVISICOF.**



El objetivo 2, tiene problemas en su financiamiento en el año 5, lo cual deja un margen de tiempo de maniobra y cabildeo para su financiamiento, además que los actores de financiamiento son 6, es decir tiene una mayor gama de opciones y por tanto disminuye el riesgo que al retirarse uno de ellos ponga en peligro el financiamiento de este objetivo. Los Ministerios y Municipios se hacen presente, pero debe recordarse los pocos recursos que dichas instituciones tienen, pues el financiamiento por parte del gobierno central tiene retrasos o no existe los recursos necesarios, por lo cual el apoyo de ONG's o de otros actores como ESQUEL debe tratar de ampliarse para reducir una posible falta de los actores del sector público. El año 2011 se explica totalmente la brecha por la inversión que se debe realizar en "Telecentro en operación apoya la difusión y comercialización del producto turístico comunitario del REVISICOF" cuyo costo es de \$22694, el cual no tiene ningún actor de financiamiento.

**3. Mejorar la calidad de los productos turísticos vinculados al REVISICOF a través de la capacitación en gestión turística sostenible y la adecuación de su infraestructura turística.**



La brecha es la mayor de todas, sobre todo en el año 2009 y 2011, siendo este el objetivo que menos posibilidad tiene de cumplirse, al tener brechas mayores al financiamiento en cualquiera de los años. Solo el año 2008 tiene 5 actores, para luego tener solo al MAE. El año 2008 tiene una brecha de \$33404 donde \$16514 se debe a la "Construcción y equipamiento de 2 albergues turísticos". El año 2009 tiene una brecha de \$50512 donde \$31957 son para "Contar con un centro de información turística equipado en Portovelo". La brecha del 2010 es de \$31904 y se repite como en el año 2008 por la construcción y equipamiento de 2 albergues adicionales cuyo costo es de \$17591. El 2011 tiene una brecha de \$55134 donde nuevamente la construcción de los últimos 4

albergues para completar los 10 tiene un costo de \$36311. Sin embargo se la mayor parte de cursos dirigidos a la comunidad serían factibles de realizarse puesto que se cuenta con actores de financiamiento para este propósito.

#### **4. Generar vínculos con servicios de apoyo financiero y técnico requeridos para lograr el mejoramiento de la calidad de lo productos turísticos relacionados con el REVISICOF**

Para este objetivo solo se tiene gasto para el año 2009 con un aporte de la comunidad de \$2056 y una brecha por financiar de \$3450.

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- En conclusión los actores de financiamiento son pocos. Para algunos objetivos sus fuentes de financiamiento se caracterizan por ser ONG's u organismos públicos, cuando la tendencia de financiamiento desde los años 2010 como mínimo debería ser las fuentes de auto financiamiento.
- El limitado número de actores, podría afectar el cumplimiento de los objetivos trazados. Al tener una gama pequeña de opciones de financiamiento la posibilidad de incumplir los objetivos por la falta de alguno de los actores es mayor, al comparar con objetivos con mayor número financistas.
- Todos los programas tienen brechas, pero el objetivo 3 es el que mayor problema debido a las altas inversiones en infraestructura. Lo preocupante de este objetivo es el menor número de actores de financiamiento y el volumen de la brecha. Además la brecha se presente desde el año 2008 lo que hace que el riesgo de cumplir con dicho objetivo sea limitado al tener un menor lapso de tiempo para encontrar nuevos actores de financiamiento.

## **13. SEGUIMIENTO Y MONITOREO DEL PLAN**

Las actividades planteadas en el Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental del REVISICOF han sido planificadas para un periodo de cinco años. Las actividades propuestas dentro del marco lógico de este plan tienen indicadores de éxito y las metas proponen plazos iniciales de cumplimiento. El seguimiento y monitoreo del cumplimiento de las actividades propuestas se desarrollará por una parte por los miembros de la comunidad involucrados en temas turísticos, por la ASO-MANGLAR y por las organizaciones e instituciones cooperantes las mismas que deben monitorear el alcance y éxito de sus acciones.

Como parte del monitoreo comunitario se ha propuesto el desarrollo de reuniones trimestrales y semestrales que permitan conocer los avances que se están dando en temas turísticos. A nivel institucional, se propone la difusión de los resultados alcanzados por las actividades ejecutadas a través de canales y flujos de información bi-direccional. Un mecanismo útil para esto lo constituye el intercambio de información a través de medios electrónicos como el Internet.

Finalmente, es importante mencionar que el seguimiento y monitoreo el Subprograma de Uso Público e Interpretación Ambiental del REVISICOF deberá acoplarse e insertarse dentro de las actividades de monitoreo y evaluación previstas dentro del marco del Plan de Manejo General.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BirdLife International. (2007) Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas- Neotropical factsheet. Activa hasta Agosto 2007.  
<http://www.birdlife.info/neotropical/sitefactsheet.asp?sid=14633>
- Boada, J. E. (2005). Enseñanza de la Educación Ambiental en el Ámbito Mundial, *Artículos Arbitrados*: Universidad de los Andes, Mérida Venezuela.
- Cifuentes M. *et al.* (1999). Capacidad de carga turística de las áreas de uso público del Monumento Nacional Guayabo, Costa Rica Turrialba, Costa Rica. WWF:CATIE.
- Coello, S. & R. Macías (2006). Estudio de Zonificación y Manejo de Conflictos de la Pesca Artesanal en la UCV Bahía de Caráquez. Informe de Consultoría para el Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC). Marzo 2006
- Conservation International. (2007). Competitiveness, conservation and social welfare: A value chain approach to nature-oriented tourism. Documento sin publicar.
- Drumm, A., A. Moore, Soles, A., C. Patterson, & J. E Terborgh, (2002). Desarrollo del ecoturismo, *Un manual para los profesionales de la conservación* (Vol. III).
- Eagles. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas, Guidelines for Planning and Management* (Reporte No. 8): World Commission on Protected Areas.
- Eagles, P. F. J. (2000). Information sources for planning and management. In D. B. Weaver (Ed.), CABI Publishing, Wallingford, UK.
- FEPTCE. 2007. Plan de marketing de turismo comunitario. Quito, Ecuador
- Fundación ESQUEL (2005). Informe de Planificación Turística y Mercadeo. Proyecto "Promoción, fortalecimiento y gestión de seis iniciativas turísticas comunitarias en el Ecuador". Quito, Ecuador.
- Fundación Páramo (2007). Plan de desarrollo turístico Parque Nacional Cotopaxi. Quito, Ecuador
- Ham S. (1992) Interpretación Ambiental. *Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Universidad de Idaho, Estados Unidos
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2002). Declaración de Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas. Acuerdo Ministerial N 133.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2005). *Análisis de las necesidades de financiamiento del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*, Quito, Ecuador.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2006). *Valoración Económica del Turismo en el SNAP: Un estudio de caso de 7 áreas protegidas en Ecuador Continental*, The Nature Conservancy / Conservación Internacional, Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2006) Estadísticas de la afluencia turística al Ecuador.
- Ochoa Parra William (2007). ÁREA JURÍDICA-FEPTCE. Manual de procedimientos para la legalización de los Centros Turísticos comunitarios.

Red Manglar Internacional (2007) Isla Corazón. Compartiendo la vida que pulsa en los manglares. Activa hasta Agosto 2007.  
<http://www.redmanglar.org/redmanglar.php?c=372&inPMAIN=6>

Registro Oficial N 245 de 30 de Julio de 1999. (1999). Ley de Gestión Ambiental. Quito-Ecuador.

Registro Oficial N 733 de 27 de Diciembre del 2002. (2002a). Ley de Turismo (pp. 2). Quito-Ecuador.

Registro Oficial N 656 de 5 de Septiembre del 2002. (2002b). Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas. Quito-Ecuador.

Rodríguez A., J.C. Izurieta. (2006). Laguna de Cube y Dógola. Plan de Negocios y Mercadeo. Ministerio del Ambiente. Quito, Ecuador

Salafsky, N., Margoluis, R. (1998). *Measures of success: designing, managing, and monitoring conservation and development projects*; Island Press: Covelo, CA.

Servicio Parque Nacional Galápagos (1996). Determinación de la capacidad de carga turística en los sitios de visita del Parque Nacional Galápagos. Puerto Ayora, Ecuador

Spiegel, B. (2001). *Generación de ingresos para Áreas Protegidas* (Guía Financiera para Conservación). Washington DC, USA: Center for Conservation Finance WWF.

Tréllez. (2004). *Manual Guía para Comunidades, Educación Ambiental y Conservación de la Biodiversidad en el Desarrollo Comunitario*.

## ANEXOS

### ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL BAHÍA

#### Análisis de la Demanda Potencial

Dentro del marco del Plan de Manejo, componente de Turismo del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fraguatas (REVISICOF) se realizaron encuestas de mercado potencial en tres sitios cercanos al área. Los resultados que se presentan a continuación corresponden a cada uno de los sitios muestreados y proporciona una idea general sobre la demanda potencial al REVISICOF.

#### Bahía de Caráquez

El análisis de mercado potencial (n=63) se lo realizó en la Ciudad de Bahía de Caráquez. Las encuestas fueron dirigidas a las personas que esperaban cruzar hacia San Vicente utilizando la gabarra. Las encuestas fueron realizadas durante el feriado de Semana Santa, específicamente el día 07 de Abril de 2007 en horas de la mañana y la tarde.

Los respondientes en su mayoría provenían de la Costa, principalmente de Guayas y Manabí. Se infiere que la cercanía a los lugares de residencia es un factor que determina en parte el lugar de procedencia de los visitantes. Por otra parte, un 42% de los respondientes provenían de la serranía, de este porcentaje la mayor parte de ellos tenía como lugar de residencia habitual la ciudad de Quito. Como se conoce, Bahía es un sitio de vacaciones muy frecuentado por quiteños lo cual puede deberse a la propiedad de apartamentos y casas vacacionales

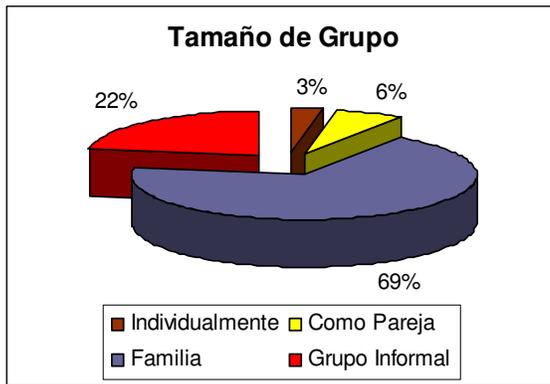


Se puede inferir que, dependiendo del lugar de origen de los visitantes la estadía promedio varía entre un día, para turistas provenientes de Manabí y los cuatro días del feriado de semana santa, para aquellos provenientes de ciudades más lejanas como Quito.

#### Perfil del visitante

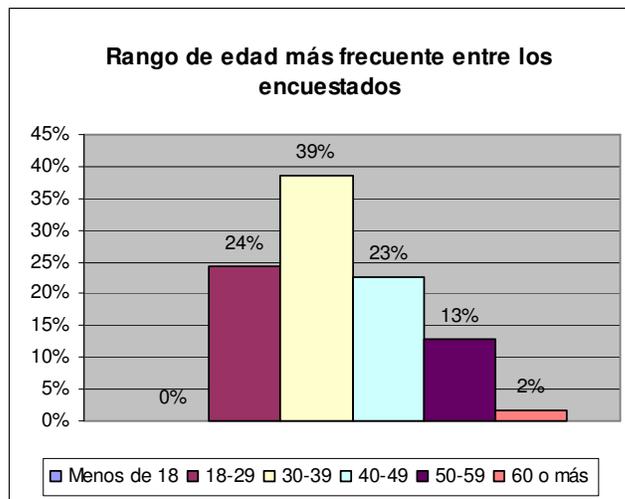
#### Tamaño de Grupo

El 69% de la totalidad de respondientes (n=63) se encontraba viajando en grupo familiar mientras que el 22% lo hacía en grupos informales, generalmente de amigos. Se observa que la tendencia de viajes en pareja es de 6% de la totalidad de encuestados y los viajeros individuales se encuentra restringidos a un 3% del total de encuestados



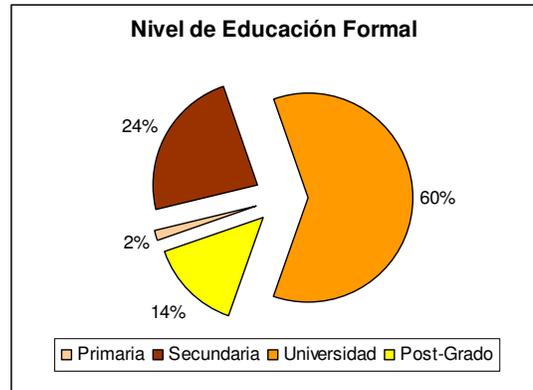
**Rangos de edades frecuentes**

Entre los rangos de edad más frecuentes de los encuestados se encuentran los siguientes: Entre 30-39 (con el 39% del total; 18-29 (24%) y 40-49 con el 23%. Esto corrobora la tendencia del tamaño de grupo de viaje correspondiéndose con grupos familiares e informales. Con porcentajes de 13% y 2% se encuentran los grupos de viajeros de tercera edad y no se observa un porcentaje representativo para visitantes de menos de 18 años.



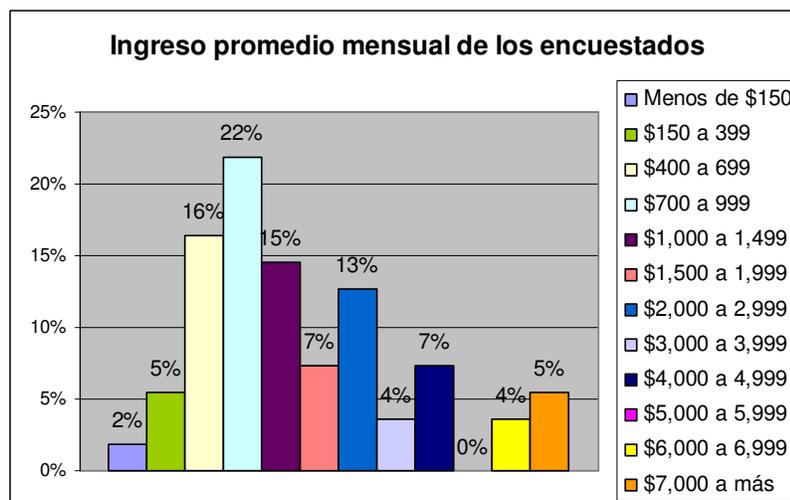
**Educación Formal**

Como se observa el 60% de los respondientes tienen un nivel de educación formal de tercer nivel o universitaria; el 24% de la totalidad tiene formación académica secundaria el 14% tiene educación de cuarto nivel y solamente el 2% de la totalidad de encuestados presentó un nivel elemental de educación formal



### Ingreso promedio de los turistas

En lo que respecta al ingreso promedio mensual de los encuestados se puede establecer lo siguiente: De la totalidad de respondientes (n=55) el 22% mantiene ingresos mensuales que oscilan entre USD. 700 – 900; esta categoría de ingresos se encuentra seguida muy de cerca por rangos que oscilan entre USD 400-699 (16%) y USD 1000 – 1499 (15%). Como se observa en el gráfico existe concentración para los rangos medios de ingreso observándose asimetría negativa para los valores más altos de ingresos. Los porcentajes de variación entre todas las categorías son relativamente bajos.



### Motivaciones de viaje

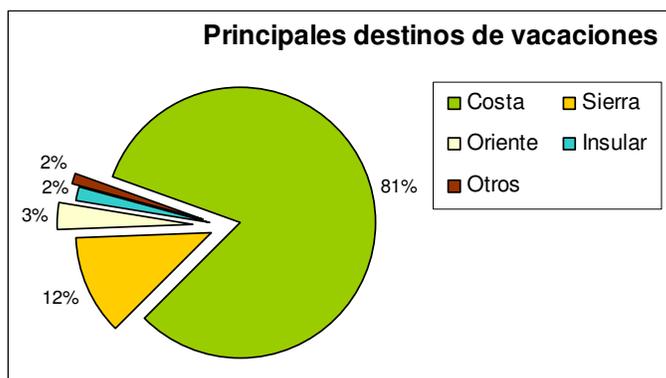
#### Principales destinos de vacaciones

El 74% de respondientes (n=66) afirmó tener como principal destino de vacaciones la región costa del Ecuador. Dentro de este contexto, la mayor parte de viajeros afirmó tener como destinos finales playas, mar y en menor cantidad otros destinos de naturaleza asociados a esta región.

El 12% de encuestados respondió tener como destino de vacaciones la región sierra del Ecuador. Es importante mencionar que este destino se encuentra combinado con destinos en la costa ecuatoriana. Así, se infiere que la región sierra constituye un destino secundario entre los visitantes.

Apenas el 3% de respondientes afirmó tener como destino de vacaciones la región amazónica. De igual manera se debe recalcar que este destino de vacaciones se encuentra combinado con otros sitios a nivel nacional.

Finalmente, con porcentajes similares se encuentran las categorías correspondientes a región insular y otros destinos. Se debe señalar que dentro de la categoría “otros” se incluyen destinos de visita fuera del país.



### Motivaciones de viaje

En cuanto a las motivaciones de viaje se puede inferir que existen tres tendencias bastante bien definidas. En primer lugar se encuentra la motivación de viajar por diversión, relajamiento y actividades de sol y playa, así el 88.8% de los encuestados (n=63) respondió que viaja motivado principalmente para el desarrollo de estas actividades.

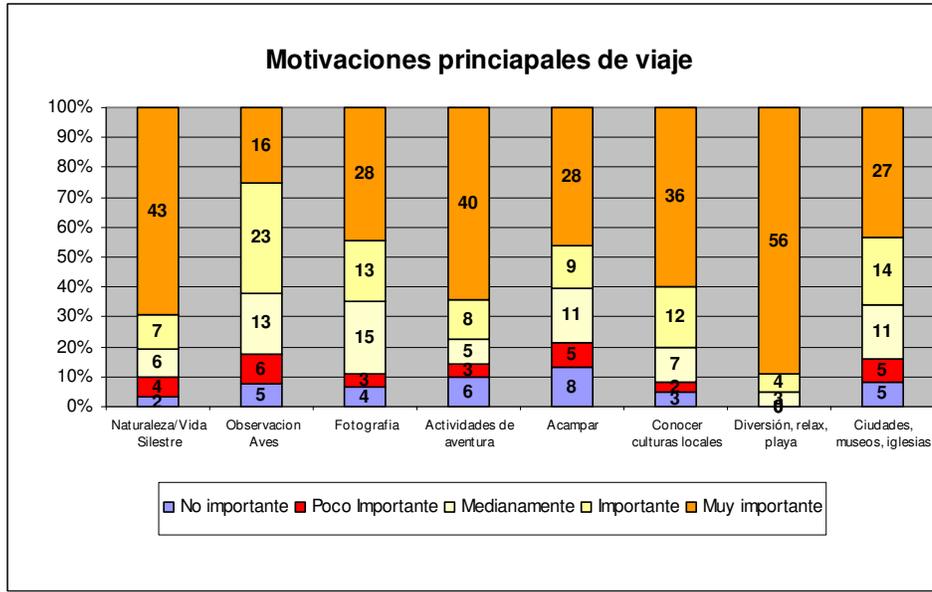
En segundo lugar se observa que la motivación de viajar por tener contacto con la naturaleza y vida silvestre. Así, 43 respondientes de una muestra de 62 considera a esta su motivación principal de viaje.

En tercer lugar se observa que la realización de actividades de aventura es una motivación de viaje importante entre los encuestados. Así, el 64.5% de los respondientes (n=62) viaja motivado por esta categoría.

En menor grado aparece como motivación principal de viaje la observación de aves (25%); sin embargo se observa que esta motivación ha sido categorizada como importante o medianamente importante por los encuestados.

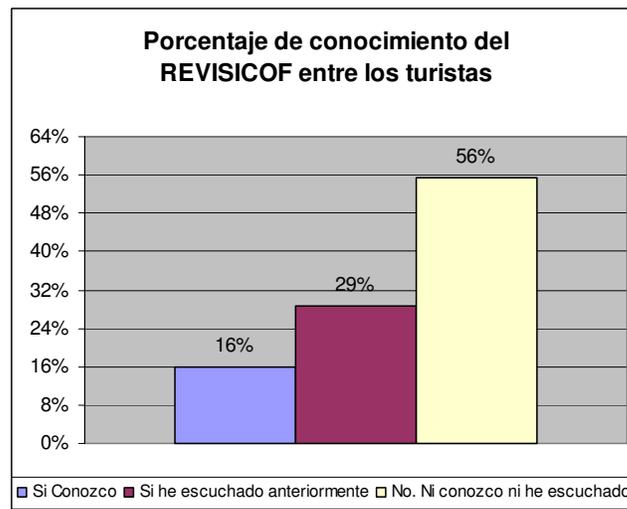
Finalmente se observa que las motivaciones de fotografía, el conocer culturas locales así como ciudades, museos e iglesias presentan porcentajes similares.

Esta tendencia se podría explicar por las características generalistas del segmento típico de visitantes nacionales



### Nivel de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas

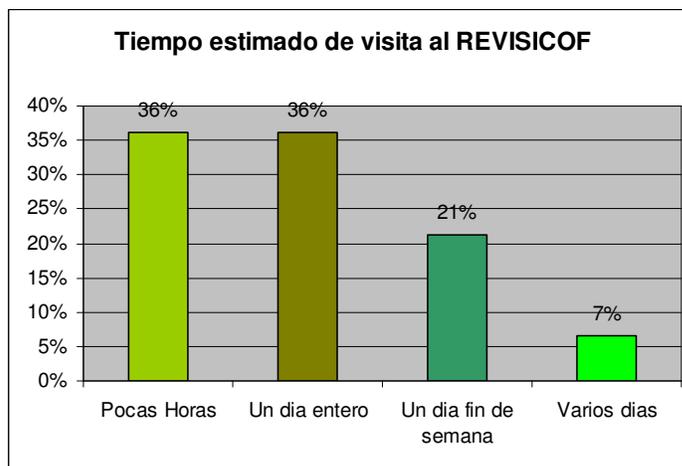
Uno de los objetivos de las encuestas realizadas fue el de establecer niveles de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF). Para ello se establecieron tres preguntas básicas: Una orientada a conocer el porcentaje de encuestados que tenía conocimiento sobre el REVISICOF. Así como se observa en el gráfico, del la totalidad de respondientes (n=63) un 56% de ellos no conocía ni había escuchado anteriormente sobre este Refugio; un 29% de encuestados había escuchado anteriormente pero no había visitado el lugar y solamente el 16% de respondientes había efectivamente visitado el Refugio.



La segunda pregunta realizada estaba enfocada en conocer el interés entre los visitantes para visitar el sitio. Así, se encontró que un 97% de los encuestados (n=63) se encuentran dispuestos a visitar el área, aún sin tener un conocimiento previo del sitio. Tan solo el 3% de los encuestados respondieron no estar interesados en visitar el área. Se puede inferir que, argumentar que el área alberga una importante cantidad de especies de aves y que es considerado como uno de los últimos relictos de manglar en las costas de Manabí fue un factor que despertó interés en los potenciales visitantes



Finalmente se procedió a realizar una pregunta sobre el tiempo estimado de visita al área. Como se observa en el gráfico, existe una similitud en el tiempo de visita estimado por el 72% del total de los encuestados (n=61). Así, los respondientes estiman que su tiempo de permanencia en el REVISICOF variaría de pocas horas a un día completo. Por otra parte, el 21% de los encuestados consideró que el tiempo promedio de visita podría ser de un fin de semana completo y solamente el 7% considero visitar el REVISICOF por varios días.

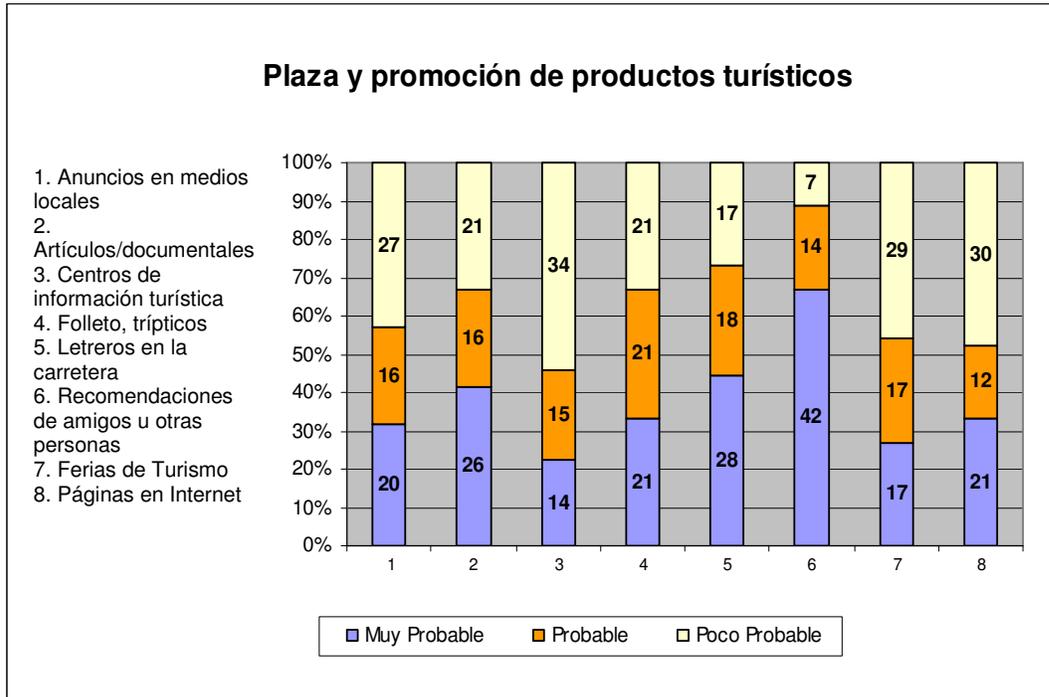


### Plaza y promoción

Con el fin de medir la efectividad de las distintas estrategias de mercadeo, se procedió a preguntar a los visitantes que medio de información es el que más influye al momento de tomar una decisión de compra de productos turísticos. Estos últimos entendidos como hoteles, excursiones o paquetes turísticos.

Así, se encontró lo siguiente: del total de respondientes (n=63); el 66.6% (42) opina que compraría un producto turístico por recomendación de amigos o familiares. Se debe mencionar que esta es la categoría más importante para la decisión de compra. Se pueden observar resultados parecidos entre las opciones de letreros en las carreteras y artículos y/o documentales de prensa con 28 y 26 respondientes respectivamente. De igual manera se observan resultados similares entre las categorías de anuncios en medios locales como prensa y radio (31.7%) y folletos y páginas de Internet, las dos con un 33.3% de respondientes que las catalogan como medios muy importantes para la decisión de compra de un producto turístico.

Como se observa los centros de información turística y las ferias de turismo no son factores importantes para la decisión de compra de un producto turístico.



### Disposición al pago

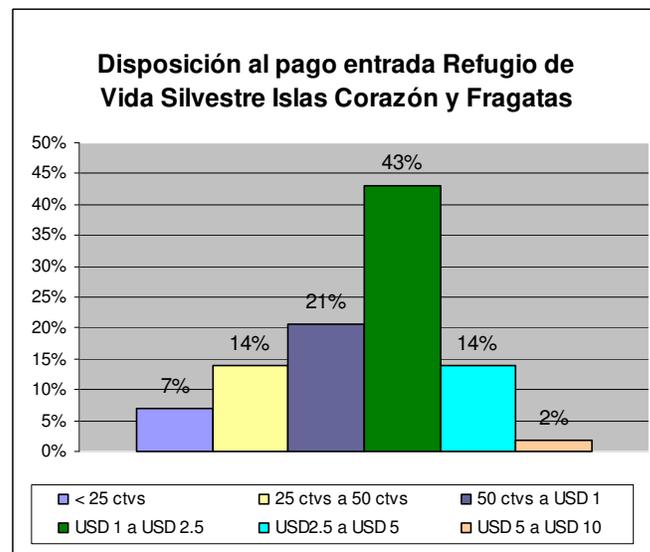
Por otra parte, se investigó sobre disposición al pago. Para ello se realizaron dos preguntas básicas: Estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al REVISICOF, el cual solo serviría como cuota de entrada al área, y no modificaría ningún otro costo?. Se encontró que el 94% de los respondientes (n=63) estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al área aún sin conocer el sitio. Apenas el 7% de los encuestados no estarían de acuerdo a que se establezca un precio por la entrada. Entre las razones que argumentadas se encuentran:

- Se debería conocer el destino del dinero que se paga
- Es un área nacional y por tanto el cobro de entrada debería restringirse a extranjeros
- No porque el dinero probablemente no se vería reflejado en obras de mejoramiento



Posteriormente se procedió a preguntar a los respondientes que se encontraban de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada, cuál consideran ellos un valor adecuado como cuota de entrada. Para esto se procedió a ofrecer rangos de cuotas de entrada a los encuestados.

Como se observa en el gráfico el 43% de los respondientes (n=58) considera un valor adecuado el rango entre USD 1 a 2.50; el 21% de ellos considera una cuota de entrada adecuada el rango que oscila entre 50 cts. a 1 USD. El 14% de los encuestados considera que el rango de valores de 25 cts. a 50 cts. es adecuado. A su vez este se corresponde con un porcentaje similar para el rango que va de USD 2.50 a 5.00. Finalmente se observa que el 7% de encuestados considera a la categoría de 25 cts. como valor de entrada adecuado y apenas un 2% estaría dispuesto a para de USD 5 a 10.

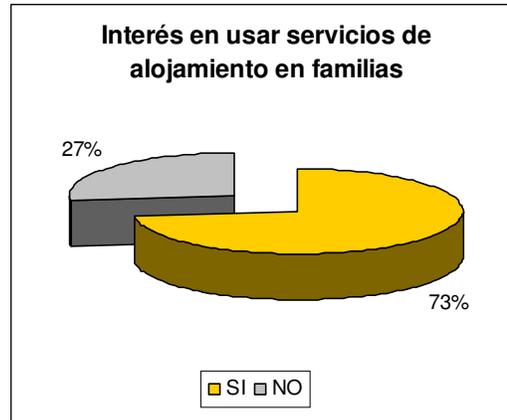


### Alojamiento en familias

Sobre el interés de utilizar servicios de alojamiento en familias se pudo establecer lo siguiente:

Un 73% de los encuestados (n=63) se encuentra interesado en utilizar este servicio mientras que el 27% de ellos no lo haría. Entre las razones más importantes destacan las siguientes:

- Necesidad de privacidad
- Temas relativos a la seguridad
- Comodidad y satisfacción de la estadía
- Falta de conocimiento sobre esta modalidad de alojamiento



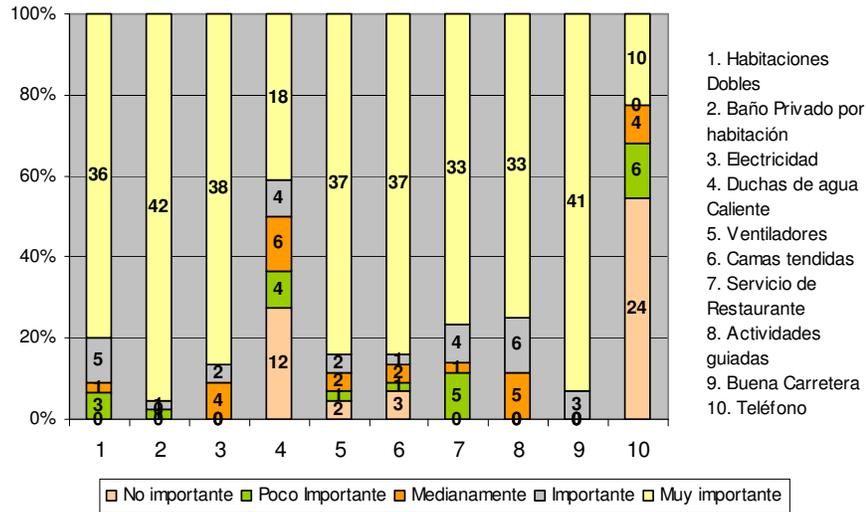
Finalmente, se procedió a investigar cuáles serían las preferencias de los potenciales interesados en usar alojamiento en familias, sus respuestas se presentan a continuación:

El 95.4% de los respondientes (n=44) considera muy importante el tener acceso a baño privado; por otra parte 38 de los 44 encuestados considera muy importante tener servicio de electricidad. Este valor se encuentra seguido muy de cerca con la importancia de tener habitaciones dobles (a excepción de familiares) y de no compartirlas con personas ajenas al grupo de viaje

Se observan valores similares para las preferencias de ventiladores y servicio de habitación (camas tendidas) con un equivalente a 84% de importancia; igualmente las preferencias de servicio de restaurantes y actividades guiadas presentan valores similares representando un 75% en escala de importancia.

Tan solo 10 de los 44 respondientes considera al servicio telefónico como un aspecto muy importante dentro de las categorías de preferencia presentadas.

### Preferencias de visitantes para alojamiento en familias





## ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL SAN VICENTE

Dentro del marco del Plan de Manejo de la Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF), componente de Turismo, se realizaron encuestas de mercado potencial en tres sitios cercanos al área. Los resultados que se presentan a continuación corresponden a cada uno de los sitios muestreados y proporcionan una idea general sobre la demanda potencial al REVISICOF.

### San Vicente

El análisis de mercado potencial (n=58) se lo realizó en la localidad de San Vicente ubicada frente a la ciudad de Bahía de Caráquez. Las encuestas fueron dirigidas a las personas que esperaban cruzar hacia Bahía utilizando la gabarra. Las encuestas fueron realizadas durante el feriado de Semana Santa, específicamente el día 05 de Abril de 2007 en horas de la mañana y la tarde.

Los respondientes en un 71% eran provenientes de la Sierra, principalmente de de la ciudad de Quito (40 respondientes provenían de esta ciudad) Como se conoce, Bahía es un sitio de vacaciones muy frecuentado por quiteños lo cual puede deberse a la propiedad de apartamentos y casas vacacionales y puede explicar el gran porcentaje de quiteños registrado en las encuestas. Por otra parte el 24% de los encuestados respondió venir de la Costa, en donde la mayor parte tenía como lugar de residencia habitual diferentes lugares de la provincia de Manabí. En menor porcentaje se encontraron turistas provenientes de otros lugares y no se registraron turistas provenientes del Oriente o Galápagos.

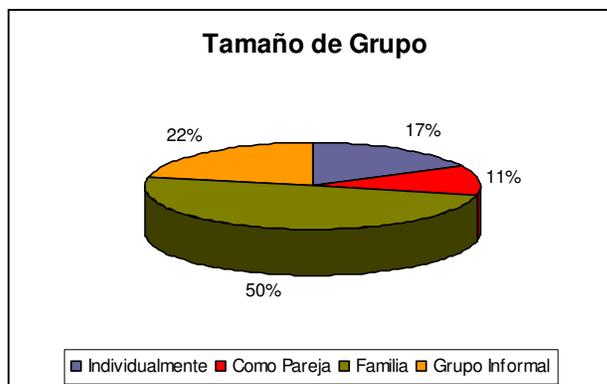


Se puede inferir que, dependiendo del lugar de origen de los visitantes la estadía promedio varía entre un día, para turistas provenientes de Manabí y los cuatro días del feriado de semana santa, para aquellos provenientes de ciudades más lejanas como Quito.

### Perfil del visitante

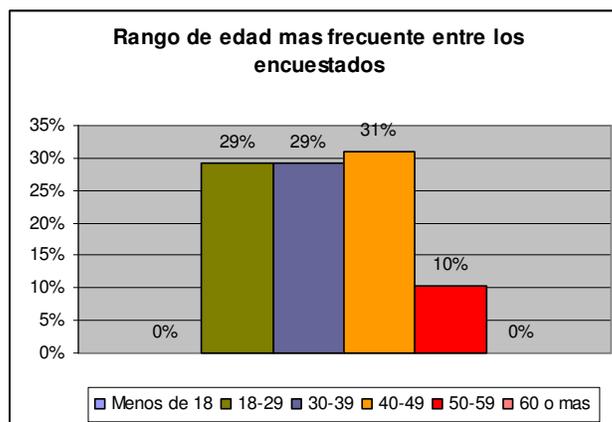
#### Tamaño de Grupo

El 50% de la totalidad de respondientes (n=46) se encontraba viajando en grupo familiar mientras que el 22% lo hacía en grupos informales, generalmente de amigos. Se observa que la tendencia de viajes en pareja es del 11% de la totalidad de encuestados. Se debe mencionar que el porcentaje de visitantes individuales (17%), a diferencia de Bahía y Canoa, es considerablemente mayor.



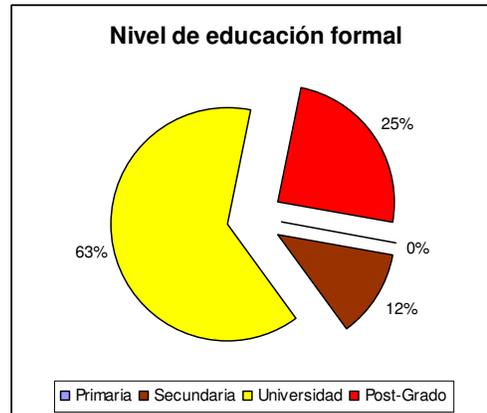
### Rangos de edades frecuentes

Entre los rangos de edad más frecuentes de los encuestados se encuentran los siguientes: El rango de edad comprendido entre 40-49 años tiene una representatividad del 31% de la totalidad de respondientes (n=58); existe equivalencia de porcentajes (29%) entre los rangos de edades comprendidos entre 18-29 y 40-49 años. Esto corrobora la tendencia del tamaño de grupo de viaje correspondiéndose con grupos familiares, informales y viajeros individuales. El rango de edad comprendido entre 50-59 años se encuentra representado con un 10% de la totalidad de encuestados; mientras que las categorías de más de 60 años y menos de 18 no obtuvieron representación porcentual entre los encuestados



### Educación Formal

Como se observa el 63% de los respondientes tienen un nivel de educación formal de tercer nivel o universitaria; el 25% tiene educación de cuarto nivel mientras que el 12% de encuestados respondió tener formación académica. En este segmento de turistas no se registró ningún respondiente con educación primaria.

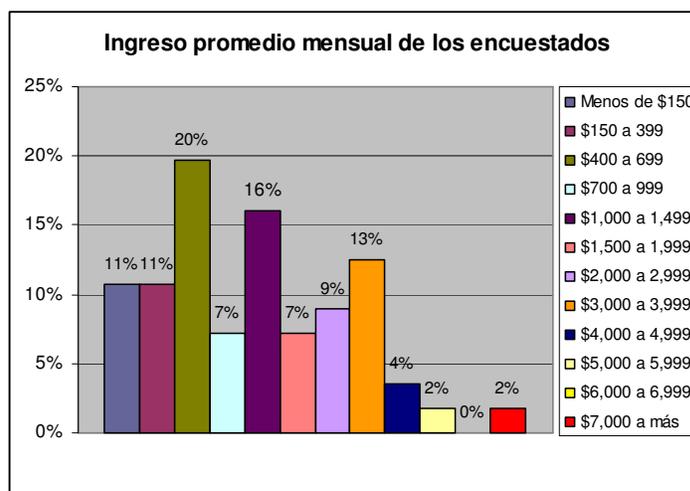


### Ingreso promedio de los turistas

Como se observa en el gráfico existe concentración entre los rangos bajos y medios de ingreso observándose asimetría negativa para los valores más altos de ingresos. Se observa variabilidad entre los porcentajes de ingreso de las categorías dadas

En lo que respecta al ingreso promedio mensual de los encuestados se puede establecer lo siguiente: De la totalidad de respondientes (n=56) el 20% mantiene ingresos mensuales que oscilan entre USD. 400 - 699; Un 16% afirmó tener ingresos mensuales que oscilan entre USD 1000- 1499; esta categoría se encuentra seguida por aquella que oscila entre USD 300- 3999 con un 13% de respondientes.

Por otra parte se puede observar que existe equivalencia entre las categorías que oscilan entre menos de USD 150 y USD 150- 399, ambas con un porcentaje de 11%. De la misma manera se observa equivalencia entre las categorías de ingresos de USD 700- 999 y USD 1500 – 1999.



### Motivaciones de viaje

#### Principales destinos de vacaciones

El 86% de respondientes (n=58) afirmó tener como principal destino de vacaciones la región costa del Ecuador. Dentro de este contexto, la mayor parte de viajeros afirmó tener como destinos finales playas, mar y en menor cantidad otros destinos de naturaleza asociados a esta región.

El 5% de encuestados respondió tener como destino de vacaciones la región sierra del Ecuador. Es importante mencionar que este destino se encuentra combinado con destinos de costa ecuatoriana. Así, se infiere que la región sierra del Ecuador constituye un destino secundario entre los visitantes.

El 9% de respondientes encajó dentro de la categoría “otros” destinos de vacaciones. . Se debe señalar que dentro de la categoría “otros” se incluyen destinos de visita fuera del país.

En este sitio no se registraron respuestas para los destinos Galápagos y Amazonía.



### Motivaciones de viaje

En cuanto a las motivaciones de viaje se puede inferir que existen tres tendencias bastante bien definidas. En primer lugar se encuentra la motivación de viajar por diversión, relajamiento y actividades de sol y playa, así el 91.0% de los encuestados (n=56) respondió que viaja motivado principalmente para el desarrollo de estas actividades.

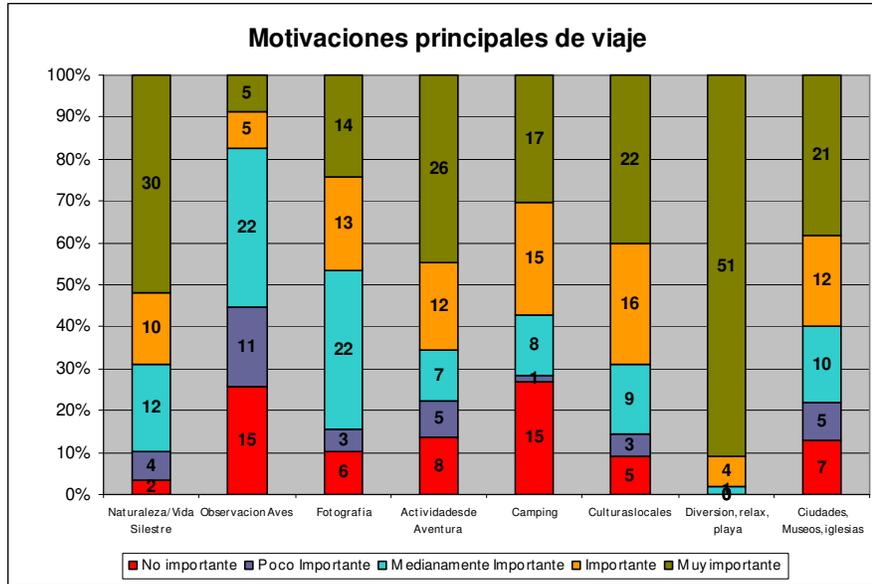
En segundo lugar se observa que la motivación de viajar por tener contacto con la naturaleza y vida silvestre es una motivación de importancia entre los encuestados. Así, 51.7% de respondientes de una muestra de 58 considera a esta su motivación principal de viaje.

En tercer lugar se observa que la realización de actividades de aventura es una motivación de viaje importante entre los encuestados. Así, el 44.8% de los respondientes (n=58) viaja motivado por esta categoría.

En menor grado aparece como motivación principal de el conocimientos de culturas locales, (40%), ciudades, museos e iglesias (38.1%).

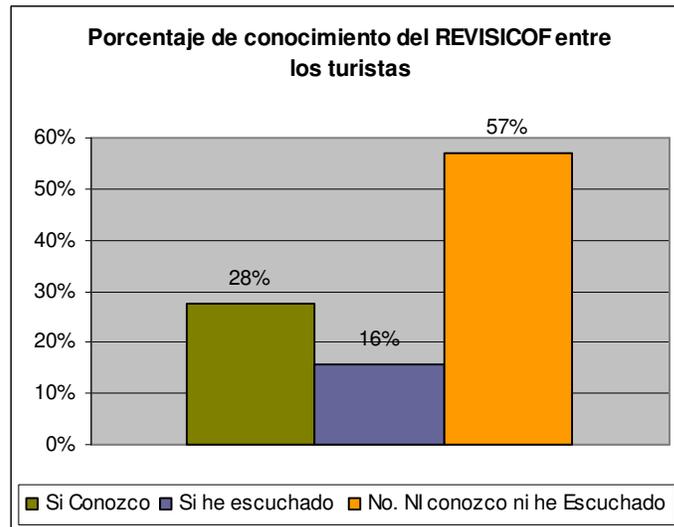
Como se observa las motivaciones de viaje pro fotografía y camping son menores entre los encuestados. Se debe mencionar que motivaciones de viaje por observación de aves ha sido considerada medianamente importante entre los respondientes.

Se puede inferir, que las tendencias por motivaciones de viaje obtenidas responden en parte a las características generalistas por parte del segmento de visitantes nacionales



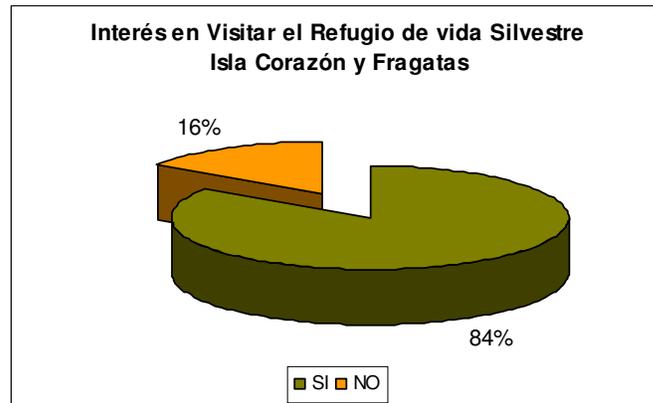
### Nivel de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas

Uno de los objetivos de las encuestas realizadas fue el de establecer niveles de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF). Para ello se establecieron tres preguntas básicas: Una orientada a conocer el porcentaje de encuestados que tenía conocimiento sobre el REVISICOF. Así como se observa en el gráfico, de la totalidad de respondientes (n=58) un 57% de ellos no conocía ni había escuchado anteriormente sobre este Refugio; un 28% de respondientes había efectivamente visitado el Refugio y el 16% de encuestados había escuchado anteriormente pero no había visitado el lugar.

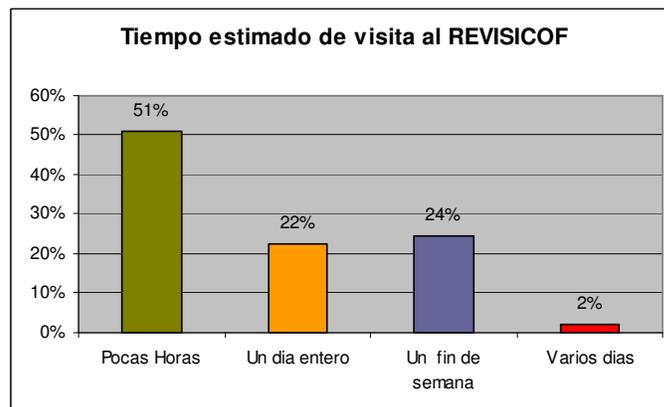


La segunda pregunta realizada estaba enfocada en conocer el interés de visita entre los encuestados. Así, se encontró que un 84% de los encuestados (n=58) se encuentran dispuestos a visitar el área, aún sin tener un conocimiento previo del sitio; mientras que un 16% de los encuestados respondieron no estar interesados en visitar el área. Se puede inferir que, argumentar que el área alberga una importante cantidad de especies de aves y que es considerado como uno de

los últimos relictos de manglar en las costas de Manabí fue un factor que despertó interés en los potenciales visitantes



Finalmente se procedió a realizar una pregunta sobre el tiempo estimado de visita al área. Como se observa en el gráfico, el 51% de los respondientes (n=49) consideró que su tiempo estimado de visita en el área sería por pocas horas. Como se observa en el gráfico existen porcentajes con poca variación para las categorías de visita correspondientes a un día entero (22%) y un fin de semana (24%) apenas el 2% de los respondientes consideró que su tiempo promedio de visita al área podría ser de varios días.



## Plaza y promoción

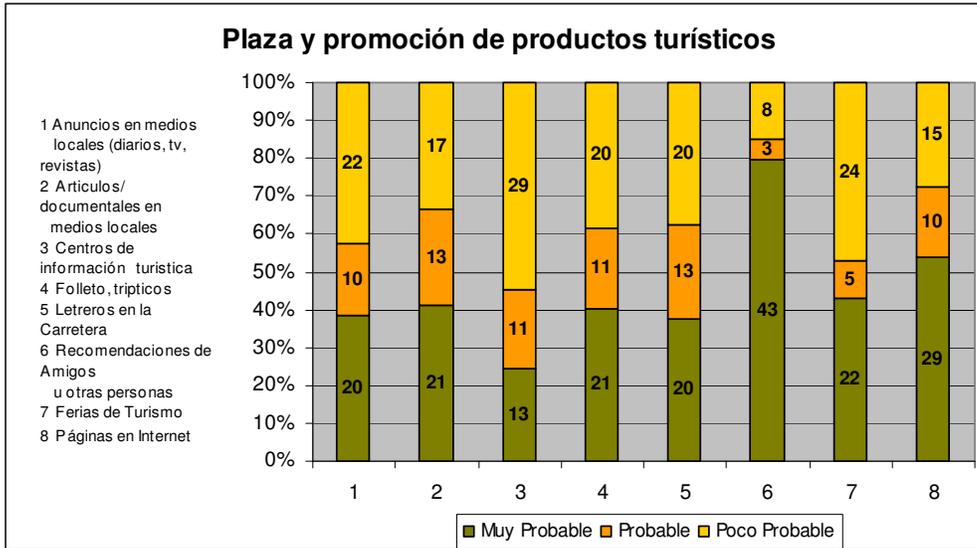
Con el fin de medir la efectividad de las distintas estrategias de mercadeo, se procedió a preguntar a los visitantes que medio de información es el que más influye al momento de tomar una decisión de compra de productos turísticos. Estos últimos entendidos como hoteles, excursiones o paquetes turísticos.

Así, se encontró lo siguiente: del total de respondientes (n=53); el 81.1% (43) opina que compraría un producto turístico por recomendación de amigos o familiares. Se debe mencionar que esta es la categoría más importante para la decisión de compra. Seguido de esta categoría con un 54.7% se encuentra la elección de productos turísticos a través de páginas de Internet, con un 41.5% de probabilidad se encuentra la opción de Ferias de Turismo.

Por otra parte, se pueden observar resultados iguales entre 4 categorías de medios: Con 11 respondientes que las catalogan como medios muy importantes para la decisión de compra, se encuentran las opciones de artículos de prensa o documentales y folletos y/o trípticos y con 20

respondientes para cada opción se encuentran los anuncios en medios locales como diarios y televisión y los letreros en carreteras.

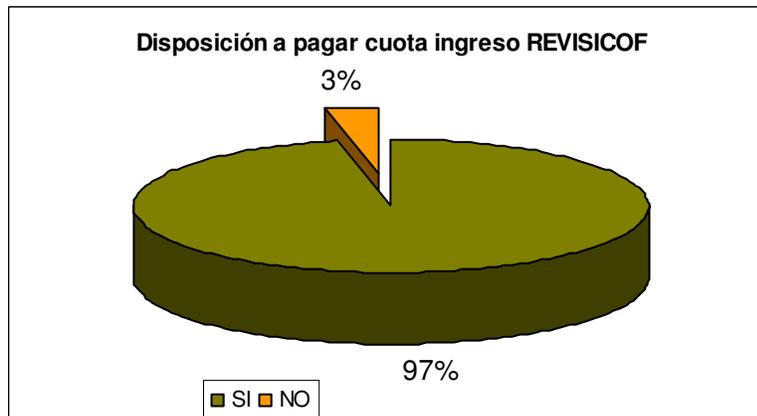
Como se observa los centros de información turística no son medios importantes para la decisión de compra de un producto turístico.



### Disposición al pago

Por otra parte, se realizaron preguntas sobre disposición al pago. Para ello se realizaron dos preguntas básicas: Estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al REVISICOF, el cual solo serviría como cuota de entrada al área, sin que este modifique ningún otro costo?. Se encontró que el 97% de los respondientes (n=58) estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al área aún sin conocer el sitio. Apenas el 3% de los encuestados no estarían de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada. Entre las razones que argumentadas se encuentran:

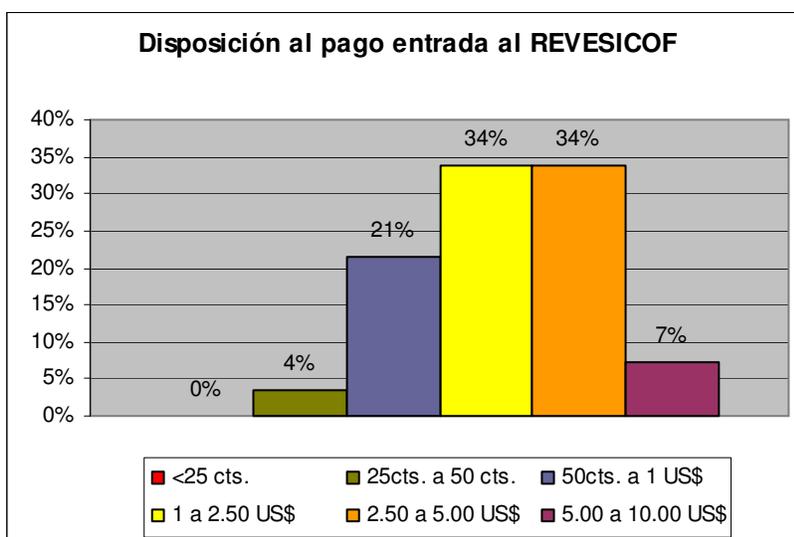
- Es un área nacional y por tanto el cobro de entrada debería restringirse a extranjeros
- No porque el dinero probablemente no se vería reflejado en obras de mejoramiento



Posteriormente, se procedió a preguntar a los respondientes que se encontraban de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada, cuál consideran ellos un valor adecuado como cuota de entrada. Para ello se procedió a ofrecer rangos de cuotas de entrada a los encuestados.

Como se observa en el gráfico existe similitud de porcentajes entre los valores USD 1 – 2.50 y USD 2.5 – 5. La suma de estos porcentajes representa el 68% de la totalidad de respondientes (n=56). El 21% de los encuestados se encuentra dispuesto a pagar una cuota de entrada que oscila entre 5. cts. – USD 1; mientras que el 7% de este mismo grupo tiene una disposición al pago que oscila entre USD 5- 10. Apenas el 4% de los respondientes tiene una disposición al pago entre 25 cts. - 50 cts. Ninguno de los encuestados considera que un valor inferior a los 25 cts. es adecuado como cuota de entrada

Se debe mencionar que gran parte de los potenciales visitantes entrevistados argumentó estar de acuerdo con el establecimiento de una cuota de entrada al área siempre y cuando los fondos recaudados se destinen a la obras de re-inversión en el área tanto administrativas como de infraestructura y servicios.

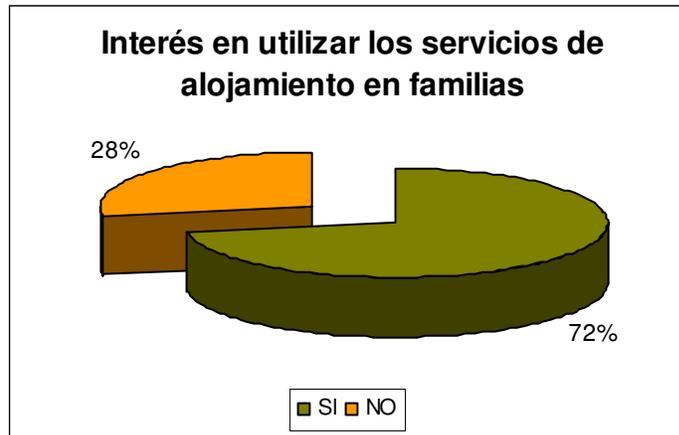


### Alojamiento en familias

Sobre el interés de utilizar servicios de alojamiento en familias se pudo establecer lo siguiente:

Un 72% de los encuestados (n=58) se encuentra interesado en utilizar este servicio mientras que el 28% de encuestados no lo haría. Entre las razones más importantes destacan las siguientes:

- Necesidad de privacidad
- Comodidad y satisfacción de la estadía
- Falta de conocimiento sobre esta modalidad de alojamiento



Finalmente, se procedió a investigar cuáles serían las preferencias de los potenciales interesados en usar alojamiento en familias, sus respuestas se presentan a continuación:

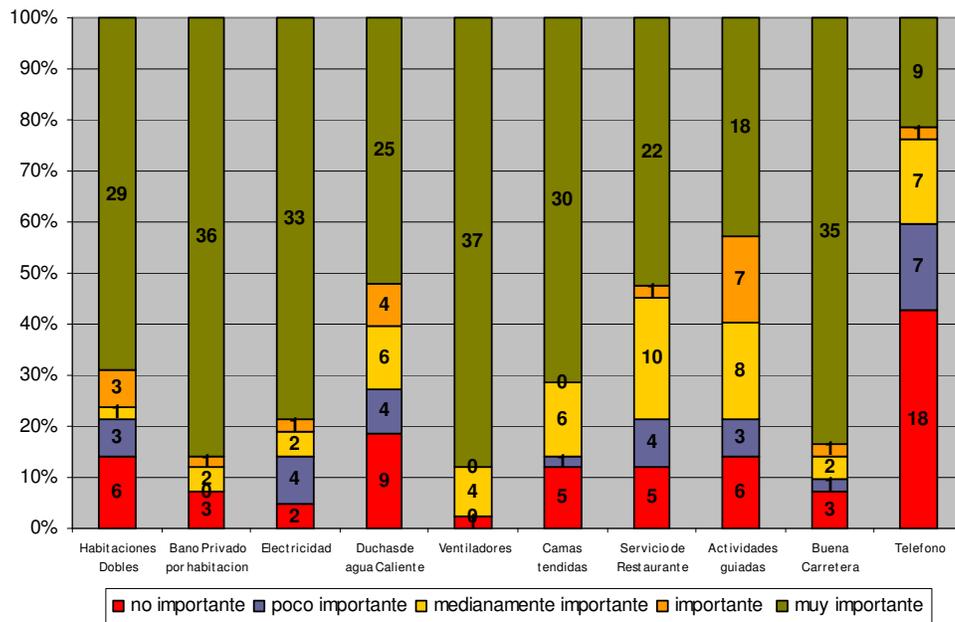
El 85.7% de los respondientes (n=42) considera muy importante el tener acceso a baño privado; por otra parte 37 de los 42 encuestados considera muy importante tener ventiladores en el sitio de alojamiento y 33 respondientes de la misma muestra considera muy importante tener servicio de electricidad. Como se observa estos datos se corresponden y la diferencia entre ambos podrá explicarse por errores en la toma de datos por parte de los encuestadores.

Aproximadamente el 70% de los encuestados considera muy importante tener habitaciones dobles (excepto en alojamiento con familiares) y de no compartirlas con personas ajenas al grupo de viaje. Se observa también un valor considerable para la preferencia por servicio de habitación (camas tendidas).

La importancia en preferencias como duchas con agua caliente, y servicio de restaurante y guianza presentan valores decrecientes pero no menos importantes que los otros. Sin embargo, se observa la presencia de un valor extremo, tan solo el 20.4%, equivalente a 9 respondientes considera al servicio telefónico como un aspecto muy importante dentro de las categorías de preferencia presentadas.

Como se aprecia este segmento de potenciales visitantes presenta preferencias bastante homogéneas en preferencias pro alojamiento, lo cual corrobora las motivaciones y preferencias típicas de turistas nacionales.

### Preferencias al escoger alojamiento en familias



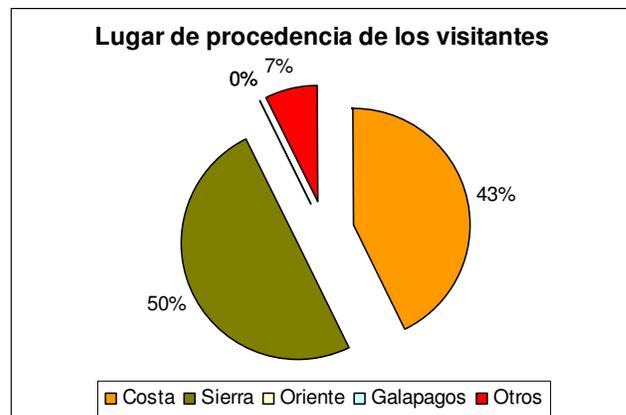
## ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL CANOA

Dentro del marco del Plan de Manejo de la Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF), componente de turismo, se realizaron encuestas de mercado potencial en tres sitios cercanos al área. Los resultados que se presentan a continuación corresponden a cada uno de los sitios muestreados y proporcionan una idea general sobre la demanda potencial al REVISICOF.

### Canoa

El análisis de mercado potencial (n=70) se lo realizó en la Playa de Canoa. Las encuestas fueron dirigidas a las personas que se encontraban en el área de las carpas, y gente que paseaba por la calle principal de Canoa. Las encuestas fueron realizadas durante el feriado de Semana Santa, específicamente el día 06 de Abril de 2007 en horas de la mañana y la tarde.

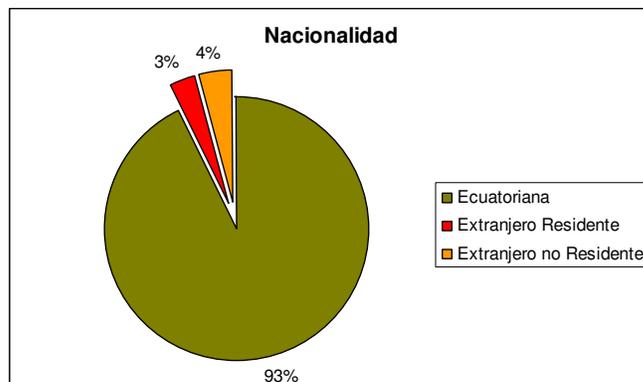
Los respondientes en su mayoría provenían de la Sierra con un porcentaje del 50%, principalmente desde la ciudad de Quito. Por otra parte, un 43% de los respondientes provenían de la Costa, de este porcentaje la mayor parte de ellos tenía como lugar de residencia habitual la ciudad de Guayaquil seguido de Chone y otras ciudades de Manabí. Como se conoce, Canoa es un sitio de vacaciones muy frecuentado por quiteños, guayaquileños y manabitas debido a que se encuentra muy cerca a Bahía y San Vicente lugares que tienen una gran influencia de gente proveniente de Quito, Guayaquil y Manabí.



Se puede inferir que, dependiendo del lugar de origen de los visitantes la estadía promedio varía entre un día, para turistas provenientes de Manabí y de igual manera para personas provenientes de Quito o Guayaquil que están hospedados en Bahía o San Vicente pero que van solo de visita a esta playa. El máximo de días de estadía fue de cuatro para el caso personas alojadas en este sitio y que permanecieron allí todo el feriado.

### Nacionalidad

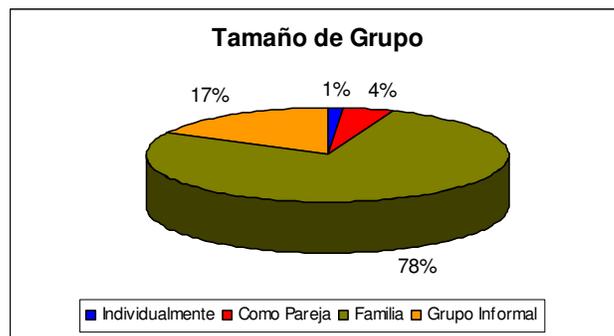
Podemos ver que la nacionalidad ecuatoriana es la predominante en este lugar con 93%. Sin se encontró un porcentaje de 4% correspondiente a extranjeros no residentes. Estos extranjeros provenían de de Bruselas (2) y de Estados Unidos (1). Se encontró un 3% de extranjeros residentes. Estos provenían de de Alemania (1) y Estados Unidos (1).



### Perfil del visitante

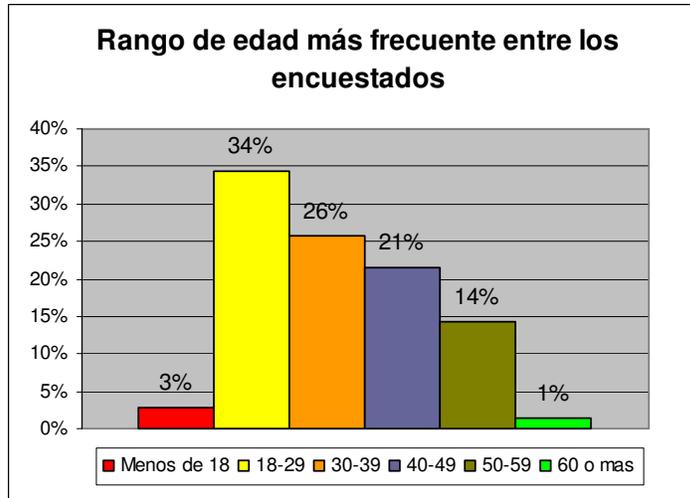
#### Tamaño de Grupo

El 78% de la totalidad de respondientes (n=70) se encontraba viajando en grupo familiar mientras que el 17% lo hacía en grupos informales, generalmente de amigos. Se observa que la tendencia de viajes en pareja es de 4% de la totalidad de encuestados y los viajeros individuales se encuentran restringidos a un 1% del total de encuestados.



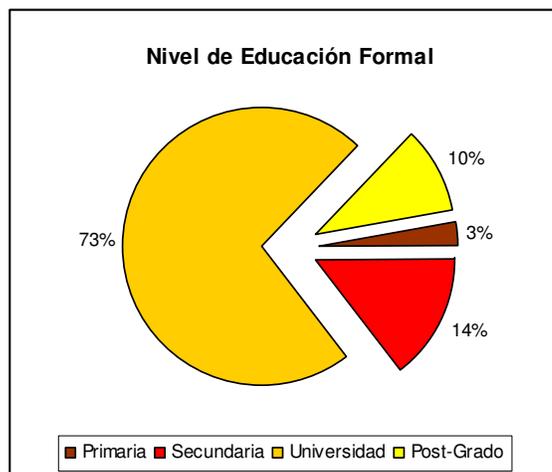
#### Rangos de edades frecuentes

Entre los rangos de edad más frecuentes de los encuestados se encuentran los siguientes: Entre 18-29 con el 34% del total, de 30-39 con el 26% y 40-49 con el 21%. Esto corrobora la tendencia del tamaño de grupo de viaje correspondiéndose con grupos familiares e informales. Con porcentajes de 14% y 1% se encuentran los grupos de viajeros de tercera edad. Se observa un porcentaje de apenas 3% para visitantes de menos de 18 años de edad.



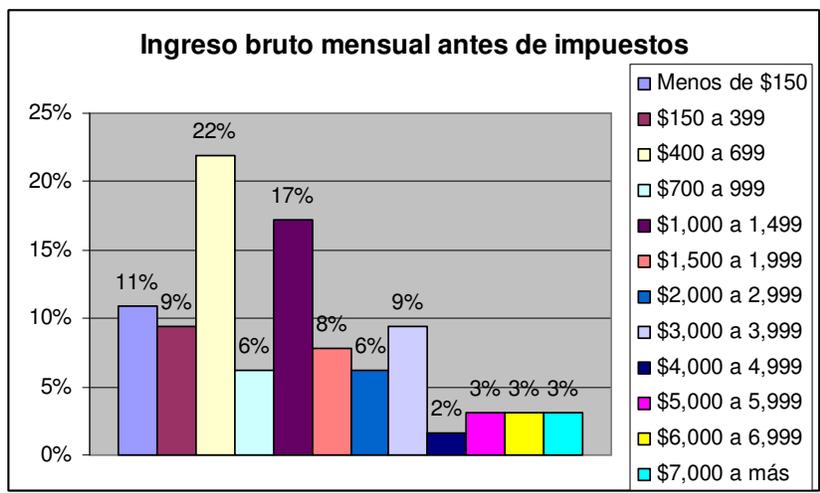
### Educación Formal

Como se observa el 73% de los respondientes tienen un nivel de educación formal de tercer nivel o universitaria; el 14% de la totalidad tiene formación académica secundaria el 10% tiene educación de cuarto nivel y solamente el 3% de la totalidad de encuestados presentó un nivel elemental de educación formal



### Ingreso promedio de los turistas

En lo que respecta al ingreso promedio mensual de los encuestados se puede establecer lo siguiente: De la totalidad de respondientes (n=64) el 22% mantiene ingresos mensuales que oscilan entre USD. 400 – 699; esta categoría de ingresos se encuentra seguida muy de cerca por rangos que oscilan entre USD 1000-1499 (17%) y USD 150 – 399 (11%). Como se observa en el gráfico existe concentración para los rangos iniciales y medios de ingreso observándose asimetría negativa para los valores más altos de ingresos. Los porcentajes de variación entre todas las categorías son relativamente bajos.



**Motivaciones de viaje**

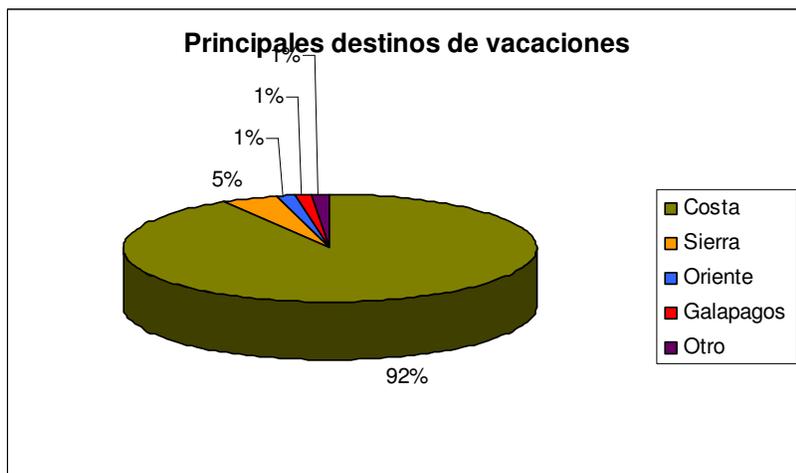
**Principales destinos de vacaciones**

El 92% de respondientes (n=70) afirmó tener como principal destino de vacaciones la región costa del Ecuador. Dentro de este contexto, la mayor parte de viajeros afirmó tener como destinos finales playas, mar y en menor cantidad otros destinos de naturaleza asociados a esta región.

El 5% de encuestados respondió tener como destino de vacaciones la región sierra del Ecuador. Es importante mencionar que este destino se encuentra combinado con destinos de costa ecuatoriana. Así, se infiere que la región sierra del Ecuador constituye un destino secundario entre los visitantes.

Apenas el 1% de respondientes afirmó tener como destino de vacaciones la región amazónica del Ecuador. De igual manera se debe recalcar que este destino de vacaciones se encuentra combinado con otros sitios a nivel nacional.

Finalmente, con porcentajes similares (1%) se encuentran las categorías correspondientes a región insular y otros destinos. Se debe señalar que dentro de la categoría "otros" se incluyen destinos de visita fuera del país.



## Motivaciones de viaje

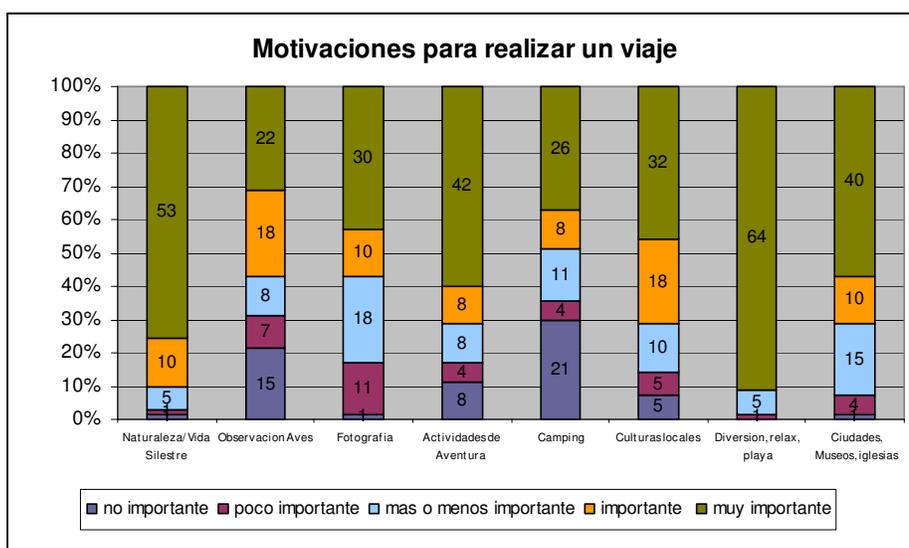
En cuanto a las motivaciones de viaje se puede inferir que existen tres tendencias bastante bien definidas. En primer lugar se encuentra la motivación de viajar por diversión, relajamiento y actividades de sol y playa, así el 91% de los encuestados (n=70) respondió que viaja motivado principalmente para el desarrollo de estas actividades.

En segundo lugar se observa que el estímulo de viajar por tener contacto con la naturaleza y vida silvestre es motivo de mucha importancia entre los encuestados. Así el 76% de los respondientes considera a esta su motivación principal de viaje.

En tercer lugar se observa que la realización de actividades de aventura es una motivación de viaje importante entre los encuestados. Así, el 60% de los respondientes (n=70) viaja motivado por esta categoría.

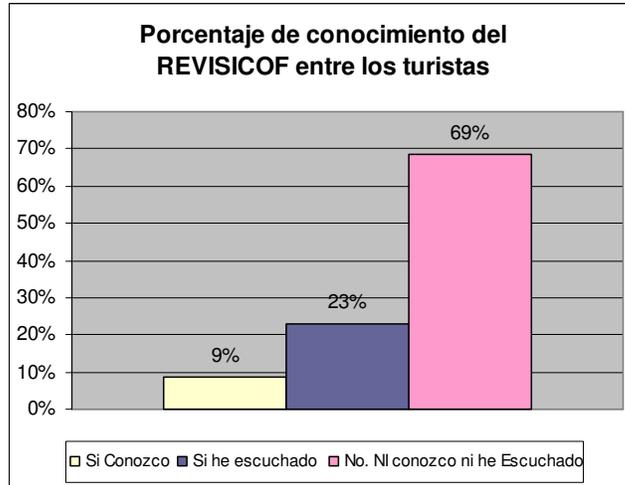
En menor grado aparece como motivación principal de viaje la observación de aves (31%); sin embargo se observa que esta motivación ha sido categorizada como importante o medianamente importante por los encuestados.

Finalmente se observa que las motivaciones de fotografía, el conocer culturas locales así como ciudades, museos e iglesias presentan valores de importancia similares. Esta tendencia se debe a las características generalistas por parte del segmento de visitantes nacionales

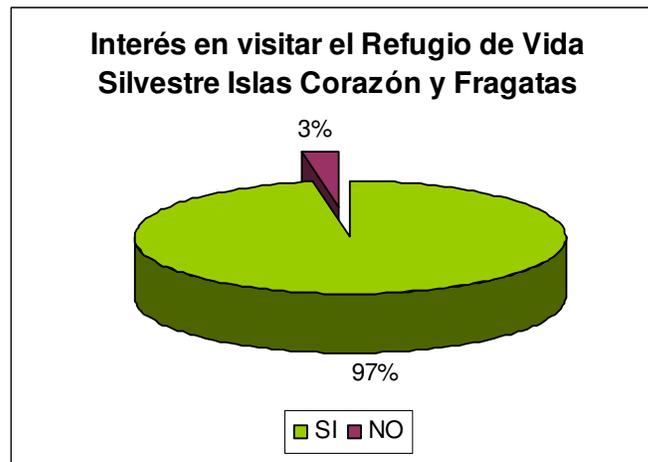


## Nivel de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas

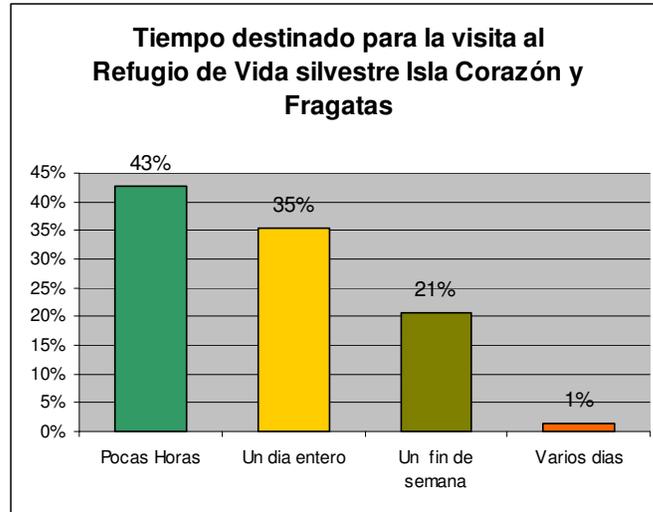
Uno de los objetivos de las encuestas realizadas fue el de establecer niveles de conocimiento del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Islas Fragatas (REVISICOF). Para ello se establecieron tres preguntas básicas: Una orientada a conocer el porcentaje de encuestados que tenía conocimiento sobre el REVISICOF. Así como se observa en el gráfico, de la totalidad de respondientes (n=70) un 69% de ellos no conocía ni había escuchado anteriormente sobre este Refugio; un 23% de encuestados había escuchado anteriormente pero no había visitado el lugar y solamente el 9% de respondientes había efectivamente visitado el Refugio



La segunda pregunta realizada estaba enfocada en conocer el interés de visitar efectivamente el área. Así, se encontró que un 97% de los encuestados (n=70) están dispuestos a visitar el área, aún sin tener un conocimiento previo del sitio. Tan solo el 3% de los encuestados respondieron no estar interesados en visitar el área. Se puede inferir que, argumentar que el área alberga una importante cantidad de especies de aves y que es considerado como uno de los últimos relictos de manglar en las costas de Manabí fue un factor que despertó interés en los potenciales visitantes



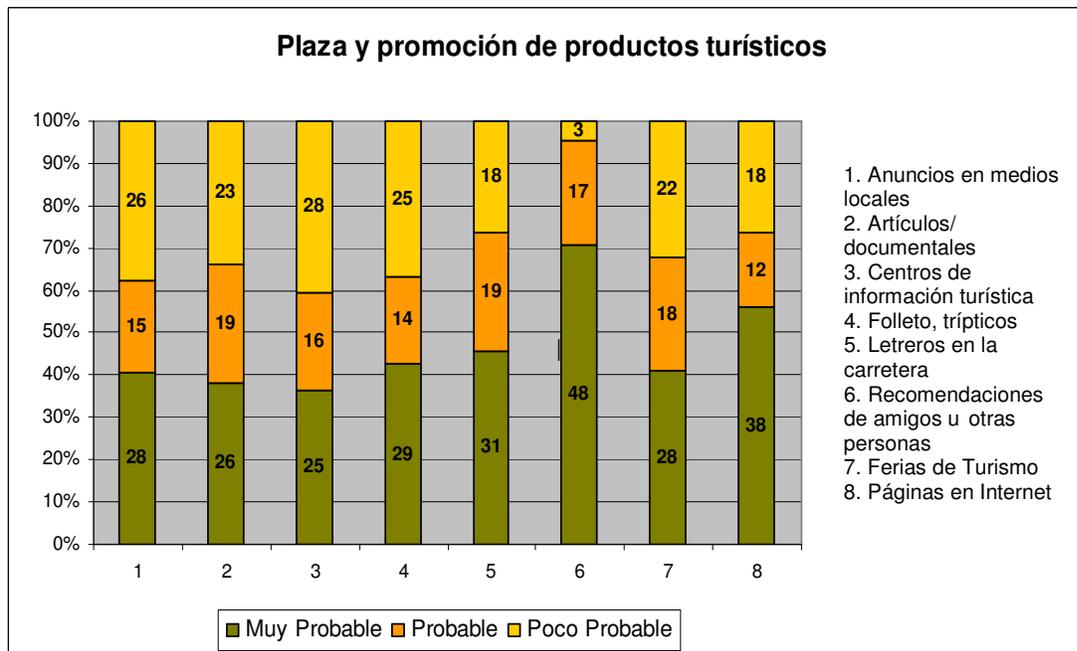
Finalmente se procedió a realizar una pregunta sobre el tiempo estimado de visita al área. Los respondientes estiman que su tiempo de permanencia en el REVISICOF variaría de pocas horas con el 43% a un día completo con el 35%. Por otra parte, el 21% de los encuestados consideró que el tiempo promedio de visita podría ser de un fin de semana completo y solamente el 1% considero visitar el REVISICOF por varios días.



### Plaza y promoción

Con el fin de medir la efectividad de las distintas estrategias de mercadeo, se procedió a preguntar a los visitantes que medio de información es el que más influye al momento de tomar una decisión de compra de productos turísticos. Estos últimos entendidos como hoteles, excursiones o paquetes turísticos.

Así, se encontró lo siguiente: del total de respondientes (n=68); el 71% (48) opina que compraría un producto turístico por recomendación de amigos o familiares. Se debe mencionar que esta es la categoría más importante para la decisión de compra. Seguido de páginas en Internet con 56%. Se pueden observar resultados parecidos entre las opciones de anuncios en medios locales, ferias de turismo y folletos, trípticos con 28, 28 y 29 respondientes respectivamente. De igual manera se observan resultados similares entre las categorías de artículos/ documentales y centros de Información turística, con 26 y 25 respondientes. Y finalmente letreros en la carretera que vendría a ser un medio importante con 45% (31).



## Disposición al pago

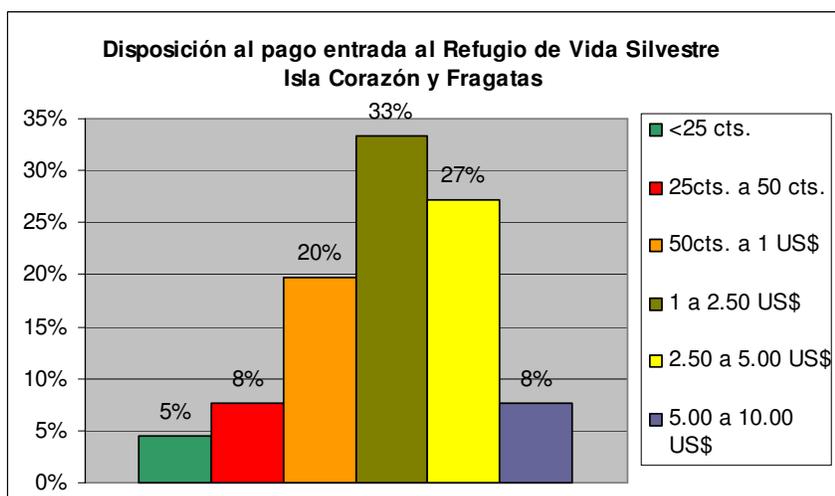
Por otra parte, se investigó sobre disposición al pago. Para ello se realizaron dos preguntas básicas: ¿Estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al REVISICOF, el cual solo serviría como cuota de entrada al área, y no modificaría ningún otro costo?. Con esto, se encontró que el 94% de los respondientes (n=70) estaría dispuesto a que se establezca un precio por la entrada al área aún sin conocer el sitio. Apenas el 6% de los encuestados no estarían de acuerdo a que se establezca un precio por la entrada. Entre las razones argumentadas se encuentran:

- El sitio se encuentra dentro de Ecuador, por ende es de todos y tiene que ser gratis



Posteriormente, se procedió a preguntar a los respondientes que se encontraban de acuerdo en que se establezca un precio por la entrada, cuál consideran ellos un valor adecuado como cuota de entrada. Para ello se procedió a ofrecer rangos de cuotas de entrada a los encuestados.

Como se observa en el gráfico el 33% de los respondientes (n=66) considera un valor adecuado el rango entre USD 1 a 2.50; el 27% de ellos considera una cuota de entrada adecuada al rango que oscila entre 2.50 cts. a 5.00 USD. El 20% de los encuestados considera que el rango de valores adecuado es de 50 cts. a 1.00 USD. En los rangos de 25cts. a .50 cts. y 5.00 USD a 10.00 mantienen porcentajes iguales equivalentes a el 8% del total de respondientes. Finalmente se observa que solo el 5% de encuestados considera a la categoría de 25 cts. como valor de entrada adecuado.

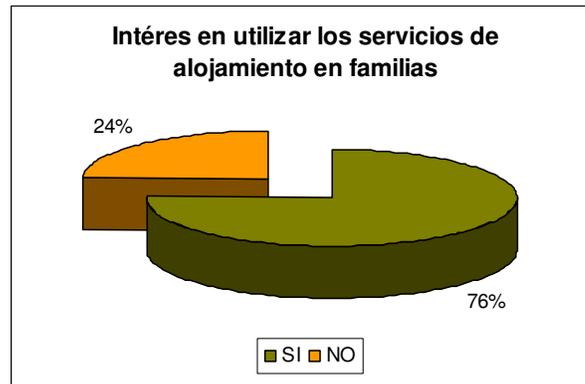


## Alojamiento en familias

Sobre el interés de utilizar servicios de alojamiento en familias se pudo establecer lo siguiente:

Un 76% de los encuestados (n=70) se encuentra interesado en utilizar este servicio mientras que el 24% de ellos no lo haría. Entre las razones más importantes destacan las siguientes:

- Necesidad de privacidad
- Temas relativos a la seguridad
- Comodidad y satisfacción de la estadía
- Falta de conocimiento sobre esta modalidad de alojamiento

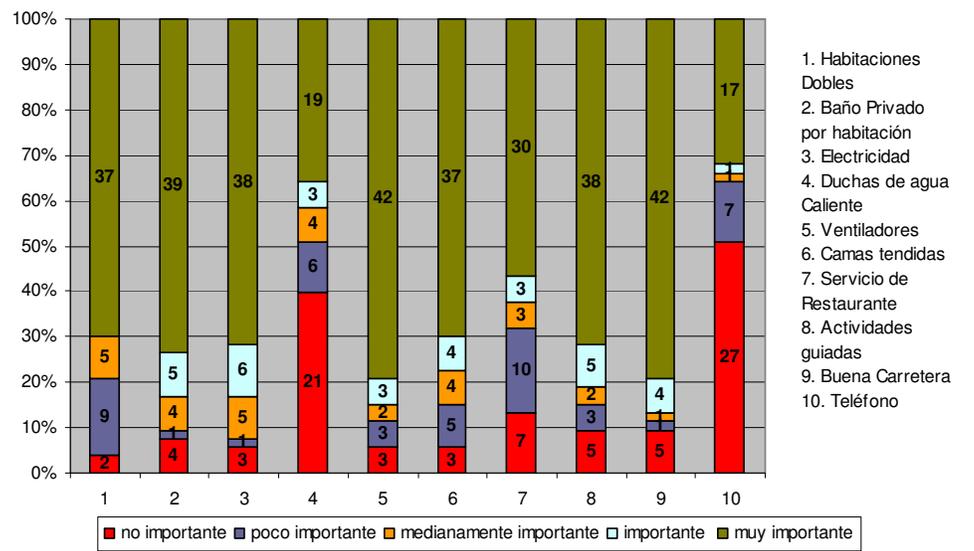


Finalmente, se procedió a investigar cuáles serían las preferencias de los potenciales interesados en usar alojamiento en familias, sus respuestas se presentan a continuación:

El 79% de los respondientes (n=53) considera muy importante el tener acceso a ventiladores y buena carretera. El 74% considera muy importante el tener baño privado. Por otra parte el 72% de los encuestados considera muy importante tener servicio de electricidad y servicios guiados. Este valor se encuentra seguido muy de cerca con la importancia de tener habitaciones dobles y de no compartirlas con personas ajenas al grupo de viaje, así como servicio de habitación (camas tendidas) equivalente a 70%.

Tan solo se observan valores similares para las preferencias de duchas de agua caliente y teléfono con 36% y 32% en escala de muy importante. Y finalmente las preferencias de servicio de restaurante con 57% en escala de muy importante.

### Preferencias al escojer alojamiento en familias



# **PROPUESTA DE REGLAMENTO INTERNO PARA EL COMITÉ DE TURISMO COMUNITARIO DEL REVISICOF**

## **CAPITULO I. DE LA SEDE Y NATURALEZA DEL COMITE**

Art.1.- El comité de turismo comunitario del REVISICOF.....estará ubicado en la parroquia ....., cantón ..... De la provincia de .....

Art.2.- El Comité de turismo comunitario del REVISICOF, estará integrado por ... representantes de los grupos organizados de la parroquia de .....del cantón .....de la provincia de .....

## **CAPITULO II. DE LOS OBJETIVOS**

Art. 3.- Los objetivos del comité son:

a. Mejorar la calidad de vida de los miembros de las comunidades mediante el manejo y aprovechamiento adecuado de los recursos naturales y culturales de la zona, estimulando el desarrollo económico, social y organizacional mediante la actividad turística.

b. Promover en la comunidad la conciencia y la necesidad de su integración al proceso de desarrollo turístico comunitario, a través de su participación organizada en la planificación ejecución y administración de los servicios turísticos.

c. Fortalecer los conocimientos, habilidades y capacidades mediante la capacitación de sus miembros en áreas afines a la actividad turística

d. Implementar y desarrollar actividades productivas que generen ingresos económicos y contribuyan al manejo sustentable de los recursos naturales y culturales

e. Incluir a proyectos productivos de la comunidad en la operación turística.

f. Motivar e impulsar la participación del trabajo voluntario de personas nacionales o extranjeras que tengan criterios afines a los objetivos del comité.

g. Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con organizaciones nacionales e internacionales.

i. Promover la oferta de servicios turísticos de calidad, para satisfacer las necesidades del cliente mediante una atención personalizada.

## **CAPITULO III: DE LOS BENEFICIOS Y BENEFICIARIOS**

Art. 4.- Se entienden como beneficios a todos los excedentes económicos que se producen por prestación de servicios turísticos.

Art 5.- Se formará un fondo común el cual se estructurará por el aporte de los miembros del comité de turismo comunitario, este aporte será de ..% de las ganancias de la oferta de productos turísticos que de cada grupo organizado. El fondo común se distribuirá de la siguiente forma.

Xx % para mejorar la infraestructura, mantenimiento y adquisición de equipos, capacitación, actualización y demás actividades exclusivas de la operación turística.

Xx % para la comunidad

Art.6.- Se establece un reconocimiento anual al o a los miembros, por “ Contribución a la conservación y uso sustentable de los recursos naturales y culturales del sector”, consistente en una

bonificación económica. Para el efecto se destinará el ..% del total de los beneficios que corresponden al Comité de turismo.

#### **CAPITULO IV. DE LA PARTICIPACION DE LOS MIEMBROS:**

Art. 7.- Todos los representantes del comité deberán presentar por escrito su participación, la misma que será certificada por los directivos centrales de la comunidad o miembros del grupo al cual representen. Esta certificación deberá ser actualizada en el transcurso del mes de enero de cada año.

Art. 8.- Los representantes de los grupos organizados de la comunidad están obligados a asistir puntualmente a las reuniones ordinarias y extraordinarias a las que sean convocados por las instancias de dirección. Dos retrasos consecutivos a estas reuniones, por un tiempo superior a 15 minutos serán sancionados de manera equivalente a una inasistencia.

Art. 9.- Los representantes de los grupos organizados de la comunidad están obligados a asistir puntualmente a las reuniones ordinarias y extraordinarias a las que sean convocados por las instancias de dirección. En el caso de inasistencia del titular el miembro .....

Art.10.- Los representantes de los grupos organizados de la comunidad no podrán asistir bajo los efectos del alcohol o drogas a las reuniones ordinarias y extraordinarias a las que sean convocados por las instancias de dirección. En estos casos serán impedidos de participar en la reunión y serán sancionados con .....

Art.11.- El Comité de turismo comunitario del REVISICOF, tiene la responsabilidad de coordinar con la asamblea de la comunidad las actividades administrativas e informar sobre la marcha de la misma, con la finalidad de hacer evaluaciones de las actividades

#### **CAPITULO V. DE LAS ACTIVIDADES**

Art. 12.- Las actividades que cumplen los miembros del comité son:

- a. Mingas: Reuniones de los miembros para realizar trabajos de beneficio para el grupo.
- b. Capacitación (aula / campo): Actividades mediante las cuales los miembros, todos o parte del mismo, conocen y se entrenan en diferentes campos del Turismo Sostenible.
- c. Trabajo/ servicio: Actividades que se realizan en forma de prestación de servicios.
- d. Reuniones: Actividades que los miembros realizan con el fin de planificar y evaluar las demás actividades del grupo.

Art.13.- Los horarios para la realización de las actividades antes descritas serán determinados a conveniencia de la mayoría de los miembros del Comité.

Art 14.- La participación de los miembros, en las actividades anotadas tienen el carácter de obligatorio para las actividades como son: Mingas, trabajos y capacitación, Los representantes de los grupos de la comunidad que conforman el comité pueden delegar a sus representantes según su conveniencia a excepción de las reuniones, a las cuales debe asistir en forma obligatoria el representante acreditado.

#### **CAPITULO VI DE LAS SANCIONES**

Además del incumplimiento de las actividades previstas, serán causales de sanción las siguientes.

Las sanciones a ser aplicadas en cualquiera de los casos son las siguientes:

- a. Amonestación verbal y pública
- b. Amonestación por escrito
- c. Suspensión de la participación del miembro por 90 días
- d. Multas
- e. Expulsión definitiva del miembro.

El presente reglamento deberá ser revisado, reformado o actualizado cada dos años si fuere necesario.

## **Procedimientos**

Recordemos esta premisa: los comunitarios tenemos el poder para decidir en esta situación, y no me refiero a la dirigencia nacional de la FEPTCE o de sus organizaciones filiales, sino de la propia comunidad en donde se asienta la organización o la persona jurídica que solicitará el Registro de Turismo. ¿Cómo es esto? Sencillo: el turismo comunitario tiene como principio fundamental el hecho de que la comunidad se encuentra involucrada en la actividad turística; por tanto, debemos justificar con documentos esta situación.

Los siguientes son los pasos o el procedimiento a seguir para estos trámites.

### **Primer paso o procedimiento:**

#### **Recopilación de los documentos de la organización**

Los documentos que justifican la legalidad de la Comunidad u organización comunitaria, y los que vamos a necesitar para todos los trámites, son:

1. Acuerdo o resolución expedida por la autoridad pública, que aprobó el estatuto; es decir, la personalidad jurídica. (La organización no debe ser una entidad sin fines de lucro, y tampoco debe amparar su legalidad en el Código Civil, según la prohibición general del Art. 7, de la Ley de Turismo).
2. Nombramiento del representante legal, registrado ante la autoridad pública, y vigente a la fecha de presentación de los documentos.
3. Copias de la cédula y del certificado electoral del representante legal.
4. Acta de la asamblea general de la organización en la que resuelven:
  - a) Autorizar a su representante legal la tramitación de los documentos para legalizar la actividad turística que realiza.
  - b) De creer conveniente, la organización podrá delegar expresamente a otra persona (no su representante legal), para que realice estos trámites; y,
  - c) Nombres y apellidos completos, número de la cédula de ciudadanía, y firma o huella digital, de la mayoría de los miembros de la organización.

#### **(VER: Modelo 01: Acta de Asamblea General de una organización jurídica).**

5. Si la organización no tiene como afiliadas a la mayoría o a todas las familias de una comunidad, debemos obtener un AVAL de ella, con los siguientes datos:
  - a) Autorización de la comunidad, para que la organización (o quienes prestan los servicios), se dediquen al turismo EN NOMBRE DE LA COMUNIDAD.
  - b) Nombres y apellidos completos, número de la cédula de ciudadanía, y firma o huella digital, de la mayoría de los miembros de la comunidad.

#### **(VER: Modelo 02: Autorización de la Comunidad).**

6. Documentos que justifiquen que los compañeros y compañeras de la comunidad u organización comunitaria, que ejercen las actividades turísticas, están capacitados y/o tienen títulos o certificados de formación turística (valen todos documentos o certificados suscritos por profesionales, o por instituciones públicas o privadas especializadas que les hayan expedido a los miembros de la comunidad).

## **Segundo paso o procedimiento:**

### **Carta aval de la FEPTCE**

Con los documentos anteriores, nos dirigiremos a cualquiera de las oficinas de la FEPTCE, ya sea en sus organizaciones provinciales o regionales filiales, para tramitar la Carta Aval que señala el requisito d) del Instructivo del CODENPE. Aquí, nos darán los siguientes formularios para rellenar:

1. Solicitud al Presidente de la organización filial de la FEPTCE. (**VER: Modelo 03: Solicitud al organismo filial de la FEPTCE**)
2. Encuesta Comunitaria (**VER: Modelo 04: Encuesta para la Determinación de la Propiedad y Gestión Turística Comunitaria**).

La FEPTCE, ya sea provincial, regional o nacional, entregará un AVAL o INFORME ESCRITO a la organización solicitante, el que se adjunta a la carpeta de documentos que hemos señalado al inicio.

Los formatos de estos documentos se podrán obtener en la siguiente dirección del Internet:

[www.turismocomunitario.ec](http://www.turismocomunitario.ec)

## **Tercer paso o procedimiento:**

### **Informe del CODENPE sobre la calidad de organización “comunitaria”.**

Con los documentos que entrega la FEPTCE, en donde se indica que se trata de una comunidad u organización comunitaria de carácter turística y que merece (o no) llamarse CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO, habremos de reorganizar la carpeta con los siguientes documentos:

1. Solicitud al CODENPE (**VER: Modelo 05: Solicitud al CODENPE**).
2. Copia certificada del Acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica de la organización.
3. Acta de asamblea general (**VER: Modelo 01: Acta de Asamblea General de una organización jurídica**).
4. Carta Aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE (el que señalamos en el Segundo Procedimiento).

De su parte el CODENPE emite un Informe aprobando la documentación presentada, si el reporte de la FEPTCE es favorable al peticionario. Aunque la FEPTCE no aprobase la petición, el CODENPE tiene la legítima potestad para inspeccionar a la comunidad y verificar los datos señalados y emitir su propia conclusión. En todos los casos, lo que se requiere es que el CODENPE emita un INFORME FAVORABLE.

Este nuevo documento adjuntaremos a la carpeta que estamos llenando para llevarlo al Ministerio de Turismo.

De su parte, las organizaciones que no son indígenas, montubias y negras o afroecuatorianas, presentarán su carpeta ante la autoridad pública que les otorgó la personalidad jurídica; sin embargo, antes que esa autoridad les dé la categoría de COMUNITARIAS, deberán contar con el informe previo del CODENPE.

**Recordemos:** Siempre el CODENPE debe emitir un informe previo sobre la calidad “comunitaria” de las personas jurídicas que hacen turismo comunitario.

## **Cuarto paso o procedimiento:**

### **Tramitación del registro de turismo.**

Nuestra Carpeta, para presentarla ante el Ministerio de Turismo, debe contener, entonces, los siguientes documentos:

1. Copia certificada de la personalidad jurídica.
2. Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del representante legal.
3. Copias de los documentos de identidad del representante legal.
4. Copia certificada o Acta de asamblea general que autoriza a su representante legal el Registro de la comunidad ante el Ministerio de Turismo (**VER: Modelo 01**).
5. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo.
6. Informe expedido por el CODENPE, para organizaciones que pertenecen a comunidades indígenas, campesinas, montubias o negras/afroecuatorianas. De no ser éste el caso, Informe por la autoridad pública que otorgó la personalidad jurídica a la organización solicitante.
7. Solicitud de Registro, en el formato expedido por el Ministerio de Turismo; y,
8. Pago del valor de Ochenta dólares de Estados Unidos de América (Certificado de depósito en la Cuenta del Ministerio de Turismo).

**Recordemos:** No se exigen más requisitos que los señalados arriba, porque así se expresa en el Acuerdo Ministerial N° 20060044, ya citado.

El Ministerio, de su parte, luego del análisis de la carpeta presentada, expedirá el Registro de Turismo a favor de la organización solicitante, y la comunidad adquiere o se califica como CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO, y es un documento ÚNICO y valido por todo el tiempo.

**MODELO 01:** Acta de aprobación de la organización que ejerce el turismo para realizar los trámites ante el Ministerio de Turismo y el CODENPE.

**ACTA DE ASAMBLEA GENERAL N° -----**  
**ORGANIZACIÓN \_\_\_\_\_**

El día de hoy, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 200\_\_, a las \_\_h\_\_, instalados en la Casa Comunal de \_\_\_\_\_, ubicada en la comunidad (sector, caserío, anejo, barrio, partido, etc.) \_\_\_\_\_, parroquia \_\_\_\_\_, cantón \_\_\_\_\_, provincia \_\_\_\_\_, nos instalamos en asamblea general extraordinaria de socios y socias de esta organización, para tratar el siguiente Orden del Día:

- 1.- Constatación de quórum.
- 2.- Apertura de la sesión por el Presidente.
- 3.- Lectura y aprobación del acta pendiente.
- 4.- Informe de \_\_\_\_\_
- 5.- Análisis sobre el turismo comunitario de nuestra comunidad.
- 6.- Acuerdos y Resoluciones.
- 7.- Clausura de la sesión.-

Como primer punto el Secretario procede a la constatación del quórum, observando que se encuentran presentes 19 socios/as de los 21 calificados, siendo por tanto válida esta asamblea; contamos también con la participación de los señores \_\_\_\_\_ (por ejemplo, con el Presidente de la FEPTCE, o con El Teniente Político de la parroquia). Como segundo punto el Presidente saluda a los asistentes y agradece por la presencia, solicitando que esta sesión, por ser

importante, se desarrolle en un ambiente de total democracia y amplia participación, declarando entonces abierta la sesión. Como tercer punto, el Secretario da lectura de las actas de las sesiones de \_\_\_\_\_, y se aprueban las mismas con las modificaciones que esta asamblea ha señalado y que se ha tomado nota en las mismas actas. Como cuarto punto del orden del día los compañeros de la Comisión de \_\_\_\_\_ informan que \_\_\_\_\_, y señalan que se han hecho las gestiones ante las autoridades y que no todo ha salido bien porque \_\_\_\_\_ (etc.). La asamblea señala que debemos reclamar de las autoridades que \_\_\_\_\_, etc. Luego tratamos el quinto punto del orden del día, y los compañeros que hacen turismo señalan que requieren de la autorización escrita de la asamblea general para enviar el Ministerio del Turismo y al CODENPE para tramitar la legalización de su actividad, y para SER CALIFICADOS como CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO, pidiendo que esta asamblea les de su apoyo. Algunos compañeros manifiestan que \_\_\_\_\_. Luego de las deliberaciones, y tomando el voto a los asistentes, se resuelve AUTORIZAR Y APOYAR a los compañeros y compañeras que se dedican al turismo, para que realicen todas los trámites que sean necesarios ante las autoridades competentes, ya que esta organización y toda la comunidad se beneficiará de esa actividad. Los compañeros manifiestan que necesitan contar con esta autorización en forma escrita, razón por la cual la asamblea decide redactar este mismo momento el acta, y enviar la lista de todas las personas aquí presentes con sus firmas de respaldo. Como sexto punto, el Presidente manifiesta su agradecimiento sincero a los participantes porque los temas aquí expuestos permitieron no solo contar con resoluciones precisas, sino porque ello significa un avance en nuestra capacidad de organización y trabajo asociativo. De esta manera da por concluida la presente asamblea. La Secretaría elabora el resumen de esta sesión, y procedemos a dar lectura para aprobarla en todas sus partes, sin modificación alguna. Firmamos los/as presentes:

NOMBRES Y APELLIDOS:	CÉDULA:	FIRMA:
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Etc., etc.

Certifico:

La presente acta fue firmada en unidad de acto, el mismo día de su celebración, y las firmas y rúbricas corresponde a sus titulares.

f) \_\_\_\_\_  
El Secretario

**MODELO 02:** Aprobación de la Comunidad para que la organización que hace turismo realice los trámites ante el Ministerio de Turismo y el CODENPE.

**COMUNIDAD (O COMUNA) “ \_\_\_\_\_ ”**

**Ubicación:**

**Caserío:** \_\_\_\_\_

**Parroquia:** \_\_\_\_\_

**Cantón:** \_\_\_\_\_

**Provincia:** \_\_\_\_\_

**Nº de familias residentes:** \_\_\_\_\_

QUIENES SUSCRIBIMOS, MORADORES DE LA COMUNIDAD (O COMUNA) “ \_\_\_\_\_ ”, AUTORIZAMOS Y APOYAMOS A LA ORGANIZACIÓN “ \_\_\_\_\_ ” (o LAS FAMILIAS QUE HACEN TURISMO), PARA QUE EN NOMBRE DE NUESTRA COMUNIDAD, REGISTREN SUS ACTIVIDADES ANTE LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES Y NOS OTORGUEN LA CATEGORÍA DE **CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO**.

\_\_\_\_\_, a \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, de 200\_.

NOMBRES Y APELLIDOS:      CÉDULA:      FIRMA:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(Debe estar firmada por la mayoría de las familias residentes en la comunidad).

**MODELO 03:** Formato de Solicitud a la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE

**SOLICITUD PARA LA DETERMINACIÓN DE LA CATEGORÍA TURÍSTICA COMUNITARIA**

\_\_\_\_\_, a \_\_ de \_\_\_\_\_ de 200\_.

Señor:

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE DE \_\_\_\_\_ (organización provincial, regional o nacional, filial de la FEPTCE).  
Su Despacho.

Estimado compañero Presidente:

A nombre de \_\_\_\_\_ a Usted respetuosamente comparezco y solicito que, previo el trámite del caso, se CERTIFIQUE la calidad comunitaria y turística de mi comunidad (u organización comunitaria), para lo cual adjunto la documentación correspondiente.

Con esta ocasión reciba mis sentimientos de consideración y estima.

Fraternalmente:

NOMBRES Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
CARGO/REPRESENTACIÓN: \_\_\_\_\_  
Nº DE CÉDULA: \_\_\_\_\_

**MODELO 04:** Encuesta para la determinación de la Propiedad y Gestión Turística Comunitaria.

(Documento a aprobar por la Asamblea Nacional de la FEPTCE, de 28 y 29 de julio de 2006).

**MODELO 05:** Solicitud al CODENPE

\_\_\_\_\_, a \_\_ de \_\_\_\_\_ de 200\_.

Señor/a:

SECRETARIO/A EJECUTIVO/A NACIONAL DEL CODENPE  
Quito.

Distinguido/a Secretario/a Nacional:

A nombre de \_\_\_\_\_, presentamos ante Usted la documentación de esta entidad para que, previo el trámite del caso, nos CERTIFIQUE sobre la calidad de Comunitaria de la misma, según las disposiciones del Acuerdo N° 199-CODENPE, de 28 de junio de 2006.

Esperando contar con su aceptación, le reiteramos nuestros sentimientos de consideración y respeto.

Muy atentamente:

NOMBRES Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
CARGO/REPRESENTACIÓN: \_\_\_\_\_  
N° DE CÉDULA: \_\_\_\_\_

**SOLICITUD DE REGISTRO PARA EL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO**

....., a ..... de ..... de 200\_

Yo, ....., en calidad de representante legal de la entidad ....., solicito a su Autoridad se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Registrar a la organización precitada, cuyas características son:

Razón Social: .....

Nombre del emprendimiento comunitario: .....

Ubicación:

Provincia: \_\_\_\_\_ Cantón: \_\_\_\_\_ Parroquia: \_\_\_\_\_

.....

Comunidad (lugar exacto).

.....

Datos de la personalidad jurídica:

Acuerdo/Resolución N°:Fecha: \_\_\_\_\_ Expedido por: \_\_\_\_\_

.....

N° R.U.C.:

MONTO APROX. DE LA INVERSIÓN:

.....

Actividades turísticas que realiza:

.....  
.....

Observaciones:

.....  
.....

Atentamente:

.....  
REPRESENTANTE LEGAL

**DOCUMENTOS A ADJUNTAR:**

1. Copia certificada de la Resolución/Acuerdo de la personalidad jurídica de la comunidad solicitante.
2. Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del Representante legal.
3. Copia de la cédula de ciudadanía y del certificado electoral del representante legal
4. Copia certificada o Acta original, de la asamblea general de la organización, en la que autorizan a su representante legal el Registro de la comunidad en el Ministerio de Turismo.
5. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad, han recibido capacitación o formación profesional en turismo, como carnés, certificados, diplomas, entre otros, legalmente expedidos por instituciones públicas o privadas.
6. Informe expedido por el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CODENPE, de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas.  
Certificado emitido por la autoridad pública que otorgó la personalidad jurídica a la organización solicitante, para lo cual se deberá contar con un Informe previo del CODENPE sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas, montubias o afroecuatorianas.
7. Comprobante de Depósito de Ochenta dólares de los Estados Unidos de América, en una de las siguientes cuentas del Ministerio de Turismo:  
Cuenta Corriente N° 7731672, Banco del Pichincha C.A.  
Cuenta Corriente N° 5750415, Banco del Pacífico S.A.

## 5. Licencia Anual Única de Funcionamiento

La licencia anual de funcionamiento está en el orden tributario, recursos con los cuales se pretende reinvertir en la misma actividad, desde la perspectiva estatal. Corresponde al *Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, conceder la Licencia Única Anual de Funcionamiento*<sup>11</sup>. Se recalca que es *Única* porque no tendrá que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas<sup>12</sup>. Tampoco se requerirá, en el caso de haber operado la transferencia de competencias, que el establecimiento turístico obtenga la licencia única anual de funcionamiento del Ministerio de Turismo y además de la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad<sup>13</sup>.

Para el inicio y/o ejercicio de las actividades turísticas se requiere esta autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios, sin la cual no podrán operar, y tiene vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente<sup>14</sup>. Pero recordemos: la actividad turística comunitaria no es un establecimiento o conjunto de establecimientos dedicados al turismo asentados en un mismo territorio comunitario; es la operación de toda la comunidad que comercializa globalmente sus productos y completa la cadena de valor operativa por sí misma<sup>15</sup>. Por tanto, no se requieren licencias por cada servicio que ofrezca, sino una como comunidad u organización comunitaria prestataria de servicios.

Con la Licencia Única Anual de Funcionamiento, se determina algunos derechos:<sup>16</sup>

- a. *Acceder a beneficios tributarios;*
- b. *Dar publicidad a su categoría;*
- c. *Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;*
- d. *Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,*
- e. *No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales.*

Para obtener esta Licencia, se prescribe:

**Art. 3.-.../...** Los requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento son:

- a) *Memoria descriptiva (formato Ministerio de Turismo) de sus características, capacidad de plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios, régimen de funcionamiento y lista de precios.*
- b) *Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo*<sup>17</sup> (Acuerdo 20030075, op.citp.)
- c) **Art. 148.-** *De conformidad con los artículos 48 y 60 del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, se establece como valor de recaudación por registro y licencia única anual de funcionamiento los siguientes*<sup>18</sup>:

1.2

ALOJAMIENTO EXTRAHOTELEROS

En US \$

<sup>11</sup> Art. 10, Ley de Turismo.

<sup>12</sup> Ídem.

<sup>13</sup> Art. 59, Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

<sup>14</sup> Art. 55, Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

<sup>15</sup> Art. 166, Reglamento General de Actividades Turísticas.

<sup>16</sup> Art. 10, Ley de Turismo.

<sup>17</sup> Acuerdo 20030075, op.citp.

<sup>18</sup> Reforma al Reglamento General de Operaciones del Fondo Mixto de Promoción Turística: RO 98: 07-09-2005.

Es decir, cumpliremos estos requisitos:

1. Memoria descriptiva sobre la actividad turística de la comunidad solicitante, en un formato proveído por el Ministerio de Turismo.
2. Certificado del Registro de Turismo.
3. Pago de Ochenta dólares de los Estados Unidos de América.

Con respecto al pago tributario por este documento, señala el Art. 60 del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo que es *igual al valor que se paga por registro*, esto es, ochenta dólares de los Estados Unidos de América. *En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.*

¿Pueden las Municipalidades que han asumido competencias del MITUR, por la desconcentración de funciones, imponer precios superiores o exigir el cumplimiento de nuevos requisitos?

El mismo Reglamento nos explica que, de *haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.* Con respecto a los requisitos, se dice que *no establecerán requisitos adicionales para tal efecto, ya que Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias*<sup>19</sup>.

## 6. Licencia Ambiental

Traemos muy a propósito en esta parte, la exigencia que se plantean tanto la legislación turística, como la legislación ambiental ecuatorianas, respecto del permiso que se debe conseguir del Ministerio del Ambiente para operar en las zonas o áreas declaradas como protegidas.

En general, las actividades permitidas en el sistema de áreas naturales del Estado, son la preservación, protección, investigación, recuperación y restauración, educación y cultura, recreación y turismo controlado, pesca y caza deportiva controlada, aprovechamiento racional de la fauna y flora silvestres<sup>20</sup>. Nuestro TULAS prescribe que estas actividades son autorizadas por el Ministerio del Ambiente, en base al Plan de Manejo aprobado para el efecto.

En igual sentido vemos en el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas<sup>21</sup>, cuando se expresa que *Las actividades turísticas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, en cada una de sus fases deberán desarrollarse sobre la base de los principios ambientales establecidos en los planes de manejo de cada área protegida, para obtener la correspondiente autorización administrativa del Ministerio del Ambiente.*

Como es común en el régimen ambiental, un Plan de manejo es el documento técnico que contiene la información básica y el inventario del área; la delimitación y comprobación de sus límites; los objetivos y zonificación del área; y, los programas de protección y manejo de recursos, de interpretación y educación ambiental, de investigación, de monitoreo y cooperación científica y de administración y mantenimiento, instrumento bajo el cual se ejecutan las actividades dentro de la zona. Es este estudio el que las comunidades u organizaciones comunitarias debemos elaborar o

<sup>19</sup> Art. 58, Índem.

<sup>20</sup> Art. 170, Libro III, del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente, TULAS: Edición Especial N° 02: RO: 31-03-2003

<sup>21</sup> Arts. 4 y 11, Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas: RO 656: 05-09-2003.

contar, y además hacerla aprobar por el Ministerio del Ambiente, para obtener la autorización y operar turísticamente en las áreas naturales protegidas.

El Ministerio del Ambiente pone las condiciones para la operación turística, en base de los criterios del Plan de Manejo de cada Área Natural, en los siguientes términos:

- a) El número de visitantes por año a los sitios de visita;
- b) El número y la capacidad de los vehículos, embarcaciones o naves que ingresen a las Áreas Naturales;
- c) El número máximo de personas que conforman los grupos de visitas; y,
- d) El número máximo de personas por guía.

Para obtener esta licencia, o *patente de operación turística*<sup>22</sup>, nos señala el Art. 181 del TULAS, las personas naturales y jurídicas interesadas en realizar actividades turísticas dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, deberán obtener la respectiva calificación de acuerdo a la Ley Especial de Desarrollo Turístico<sup>23</sup> previo a la inscripción en el Registro Forestal a cargo de la Ministerio del Ambiente o la dependencia correspondiente de éste.

Con estos antecedentes, los requisitos a cumplir son:

1. Solicitud del peticionario.
2. Acuerdo Ministerial de la personalidad jurídica de la comunidad u organización comunitaria.
3. Registro de la Directiva. De intervenir un mandatario, habrá que adjuntar un Poder notarial válido.
4. Especificaciones y certificado de matrícula del vehículo o nave que será destinado al servicio turístico y recreacional, si lo hubiere.
5. Referencias bancarias actualizadas que demuestren solvencia económica.
6. Antecedentes que garanticen su responsabilidad (Referencias institucionales).
7. Registro de Turismo.
8. Licencia anual de funcionamiento<sup>24</sup>
9. Pago por concepto de la Licencia<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> Art. 28, Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas.

<sup>23</sup> La Ley Especial de Desarrollo Turístico fue derogada por la Ley de Turismo actualmente vigente.

<sup>24</sup> Arts. 182 y 183, TULAS.

<sup>25</sup> El valor del pago por la Licencia, varía de acuerdo al Área protegida, según el Libro IX, TULAS.

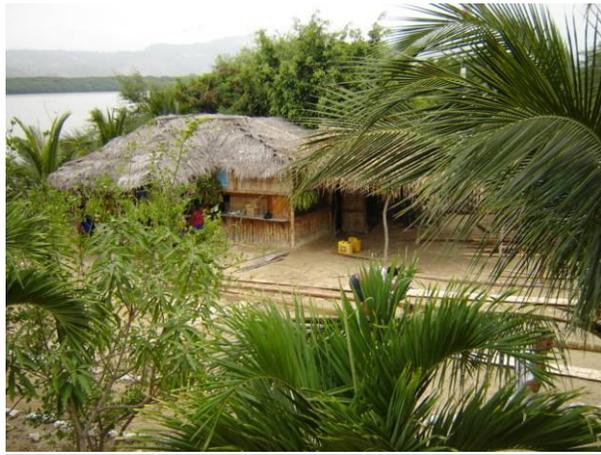
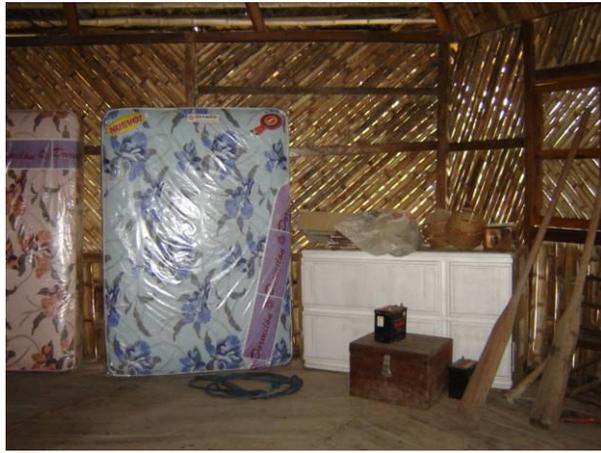
**FOTOGRAFÍAS INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN LA ISLA CORAZÓN**





**FOTOGRAFÍAS INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO PUERTO PORTOVELO**







**FOTOGRAFÍAS TALLERES**





## LISTA DE INSTITUCIONES CONSIDERADOS MERCADO POTENCIAL AL REVISICOF

A continuación se presenta una lista de contactos de instituciones educativas con carreras afines a turismo, ya que Estas instituciones se constituyen el un mercado potencial, ya que dentro de sus contenidos académicos se tratan temas como turismo, ecología, ecosistemas, cultura etc.

Carrera	Instituto	Ciudad	Nivel	Dirección	Teléfono	E-mail o Pag. Web
TURISMO	ATI IIPILLAHUASO	Guayaquil	Nivel Técnico Superior	JOSÉ DE ANTEPARA 1400 Y CLEMENTE BALLÉN	2360244 - 2450593	ati2p@gye.satnet.net
TURISMO	ATI IIPILLAHUASO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	JOSÉ DE ANTEPARA 1400 Y CLEMENTE BALLÉN	2360244 - 2450593	ati2p@gye.satnet.net
TURISMO	ESPIRITU SANTO	Guayaquil	Nivel Técnico Superior	AV. JUAN TANCA MARENGO Km. 2.5	886354, 887200, 883816	www.tes.edu.ec
TURISMO	ESPIRITU SANTO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	AV. JUAN TANCA MARENGO a.m. 2.5	886354, 887200, 883816	www.tes.edu.ec
TURISMO	FRANKLIN VERDUGA LOOR	Guayaquil	Nivel Técnico Superior	TNTE. HUGO ORTIZ MZ. 5 S9 Y 10	286271, 397703, 397732, 831842	
TURISMO Y HOTELERIA	FRANKLIN VERDUGA LOOR	Guayaquil	Nivel Tecnológico	TNTE. HUGO ORTIZ MZ. 5 S9 Y 10	286271, 397703, 397732, 831842	
TURISMO: ALIMENTOS Y BEBIDAS	ECOMUNDO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	Av Juan Tanca Marengo Km. 2 entre La Llave y Automotores y Anexos	593 -04 - 2681740	www.ecotec.edu.ec
TURISMO: GUÍA TURÍSTICO	ECOMUNDO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 entre La Llave y Automotores y Anexos	593 -04 - 2681740	www.ecotec.edu.ec
TURISMO: HOTELERIA	ECOMUNDO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 entre La Llave y Automotores y Anexos	593 -04 - 2681740	www.ecotec.edu.ec
TURISMO: PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	ECO MUNDO	Guayaquil	Nivel Tecnológico	Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 entre La Llave y Automotores y Anexos	593 -04 - 2681740	www.ecotec.edu.ec
ECOTURISMO	VICTORIA VÁSCONEZ CUVI	Latacunga	Nivel Tecnológico	FÉLIX VALENCIA Y QUITO(ESQUINA)	2813372 Telefax: 2813372	INSTSVVC@ECNETEC.EC
ECOTURISMO	VICTORIA VÁSCONEZ CUVI	Latacunga	Nivel Técnico Superior	FÉLIX VALENCIA Y QUITO(ESQUINA)	2813372 Telefax: 2813372	INSTSVVC@ECNETEC.EC

Carrera	Instituto	Ciudad	Nivel	Dirección	Teléfono	E-mail o Pag. Web
TURISMO Y HOTELERIA	JUAN MONTALVO - LOJA	Loja	Nivel Tecnológico	AV. EMILIANO ORTEGA Y LOURDES	2574519, 2574067	WWW.JUANMONTALVO.ED U.EC INFO@JUANMONTALVOLOJ A.EDU.EC
TURISMO Y HOTELERIA	JUAN MONTALVO - LOJA	Loja	Nivel Técnico Superior	AV. EMILIANO ORTEGA Y LOURDES	2574519, 2574067	WWW.JUANMONTALVO.ED U.EC INFO@JUANMONTALVOLOJ A.EDU.EC
GUÍA DE TURISMO NACIONAL (HASTA 2003)	GSSOT	Mejía	Nivel Técnico Superior	AV. ABDON CALDERON S/N Y QUIMBALEMBO	2332140, 2330755	TECNOLOGICOGSSOT@HOTMAIL.COM
TURISMO, MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	REPUBLICA DEL ECUADOR - IMBABURA	Otavalo	Nivel Tecnológico	SUCRE S/N Y NEPTALI ORDOÑEZ	2920495, 2921553, 2925144	ITSREPUBLICA@YAHOO.COM
TURISMO, MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	REPUBLICA DEL ECUADOR - IMBABURA	Otavalo	Nivel Técnico Superior	SUCRE S/N Y NEPTALI ORDOÑEZ	2920495, 2921553, 2925144	ITSREPUBLICA@YAHOO.COM
HOTELERIA Y TURISMO	PORTOVIEJO	Portoviejo	Nivel Tecnológico	GARCÍA MORENO Y AMÉRICA	2636814 Telefax: 2636814	RZAMBRANOSANTOS@YAHOO.ES,ITSUP@INTERACTIVE.NET.EC
HOTELERIA Y TURISMO	PORTOVIEJO	Portoviejo	Nivel Técnico Superior	GARCÍA MORENO Y AMÉRICA	2636814 Telefax: 2636814	RZAMBRANOSANTOS@YAHOO.ES,ITSUP@INTERACTIVE.NET.EC
TURISMO	DE PROFESIONES MEDIAS - PORTOVIEJO	Portoviejo	Nivel Técnico Superior	GARCÍA MORENO Y AMÉRICA	2636814 Telefax: 2636814	RZAMBRANOSANTOS@YAHOO.ES,ITSUP@INTERACTIVE.NET.EC
ECOTURISMO	BENVENUTO CELLINI	Quito	Nivel Tecnológico	JULIO CASTRO 568 Y AV. COLOMBIA	230377, 543142, 507274	IBEROAMERICANA@ANDINANET.NET
ECOTURISMO	BENVENUTO CELLINI	Quito	Nivel Técnico Superior	JULIO CASTRO 568 Y AV. COLOMBIA	230377, 543142, 507274	IBEROAMERICANA@ANDINANET.NET

ECOTURISMO	POLICÍA NACIONAL - SUR	Quito	Nivel Tecnológico	CDLA. BARRIO NUEVO, PÍO DURE Y ROSA YEIRA.	2668384, 2668385	ITSPN_EDUC@ANDINANET.NET
ESTUDIOS AMBIENTALES Y TURISMO DE NATURALEZA (ECOTURISMO)	DE TURISMO Y HOTELERIA (ITHI)	Quito	Nivel Técnico Superior	ERNESTO NOBOA CAAMAÑO 523 Y 6 DE DICIEMBRE	238988, 543714, 522811 TeleFax: 527992	ITHI @ UIO. TELCONET.NED
ESTUDIOS AMBIENTALES Y TURISMO DE NATURALEZA (ECOTURISMO)	DE TURISMO Y HOTELERIA (ITHI)	Quito	Nivel Tecnológico	ERNESTO NOBOA CAAMAÑO 523 Y 6 DE DICIEMBRE	238988, 543714, 522811 Telefax: 527992	ITHI @ UIO. TELCONET.NED
GUÍA DE TURISMO NACIONAL	DE HOTELERIA Y TURISMO - INSTUR	Quito	Nivel Técnico Superior	ERNESTO NOBOA CAAMAÑO 523 Y 6 DE DICIEMBRE	238988, 543714, 522811 TeleFax: 527992	ITHI @ UIO. TELCONET.NED
GUIA NACIONAL DE TURISMO	CENESTUR	Quito	Nivel Técnico Superior	AVD. 6 DE DICIEMBRE N34-125 E IRLANDA(JUNTO AL COLEGIO BENALCAZAR)	2243327, 2436169 Telefax: 2436169	CENESTUR@HOTMAIL.COM
GUÍA NACIONAL DE TURISMO	DE TURISMO Y HOTELERIA (ITHI)	Quito	Nivel Técnico Superior	ERNESTO NOBOA CAAMAÑO 523 Y 6 DE DICIEMBRE	238988, 543714, 522811 TeleFax: 527992	ITHI @ UIO. TELCONET.NED
TURISMO	CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA	Quito	Nivel Tecnológico	MANUEL LARREA Y ANTE	542895 TeleFax: 542895	
TURISMO	ISMAC	Quito	Nivel Tecnológico	PASAJE JAMIL Y GASPAR DE CARVAJAL, CASA N° 3 - TUMBACO	2371063 TeleFax: 372631	
TURISMO	RAÚL PREBISCH	Quito	Nivel Técnico Superior	QUINTA EL EDÉN; Av. ILALO Y PUENTE NEGRO. EL TINGO	2863155	ITPREBISCH@HOTMAIL.COM
TURISMO MENCIÓN EN HOTELERIA, TURISMO Y ECOTURISMO, Y GASTRONOMÍA	RAÚL PREBISCH	Quito	Nivel Tecnológico	QUINTA EL EDÉN; AV. ILALO Y PUENTE NEGRO. EL TINGO	2863155	ITPREBISCH@HOTMAIL.COM

TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO	REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA	Riobamba	Nivel Tecnológico	VELOZ 2524 Y ESPAÑA	961478, 948742 Telefax: 961478	
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, MENCIÓN PROMOTOR DE ECOTURISMO	ALEJANDRO HUMBOLDT	San Cristóbal	Nivel Tecnológico	PUERTO BAQUERIZO MORENO		910228
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, MENCIÓN PROMOTOR DE ECOTURISMO	ALEJANDRO HUMBOLDT	San Cristóbal	Nivel Técnico Superior	PUERTO BAQUERIZO MORENO		910228

### CARRERAS PRESENCIALES

Carrera	Lugar	Universidad	Dirección	Teléfono	E-mail o Pag.web
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN EDUCACIÓN AMBIENTAL Y ECOTURISMO	Ambato	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO	Av. Colombia 02-111 y Chile (ciudadela Ingahurco)	(03) 242-0461, 284-9454, 282-2960, 284-9553	www.uta.edu.ec
EMPRESAS DE TURISMO Y HOTELERIA	Ambato	UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES	Campus Universitario, Km. 5. 1/2 vía a Baños Edificio central: Mariano Egúez y Cevallos	(03) 274-8098, 274-8182, 274-8099, 274-8347	universidad@uniandesonline.edu.ec www.uniandes.edu.ec
EMPRESAS DE TURISMO Y HOTELERIA	Ambato	UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES	Campus Universitario, Km. 5. 1/2 vía a Baños Edificio central: Mariano Egúez y Cevallos	(03) 274-8098, 274-8182, 274-8099, 274-8347	universidad@uniandesonline.edu.ec www.uniandes.edu.ec
TURISMO	Atacames	UNIVERSIDAD TÉCNICA LUÍS VARGAS TORRES DE ESMERALDAS	Av. Kennedy y Calle H (Las Palmas, Administración Central)	(06) 272-3702 – 272-3701 – 272-3700 – 272-0517	utelvt@andinanet.net www.utelvt.edu.ec

TURISMO Y HOTELERIA	Azogues	UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE CIENCIAS AMBIENTALES JOSÉ PERALTA	Azuay y Ayacucho. Cañar: Pichincha y 5 de junio	(02) 224-4661- (07) 223-5283	
GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	Babahoyo	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO	Ciudadela Universitaria, vía Flores	(05) 273-5264 – 273-0649	
HOTELERIA Y TURISMO	Babahoyo	UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO	Ciudadela Universitaria, vía Flores	(05) 273-5264 – 273-0649	
TURISMO ECOLÓGICO	Chone	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
HOTELERIA Y TURISMO	Cuenca	UNIVERSIDAD DEL AZUAY	Av. 24 de Mayo N° 7-77 y Hernán Malo	(07) 288-1333, 288-1332	www.uazuay.edu.ec
TECNOLOGÍA EN HOTELERA Y TURISMO	Cuenca	UNIVERSIDAD DEL AZUAY	Av. 24 de Mayo N° 7-77 y Hernán Malo	(07) 288-1333, 288-1332	www.uazuay.edu.ec
HOTELERIA Y TURISMO	Esmeraldas	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
TURISMO	Esmeraldas	UNIVERSIDAD TECNICA LUIS VARGAS TORRES DE ESMERALDAS	Av. Kennedy y Calle H (Las Palmas, Administración Central)	(06) 272-3702 – 272-3701 – 272-3700 – 272-0517	utelvt@andinanet.net www.utelvt.edu.ec
TURISMO Y HOTELERIA	Guaranda	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	Ciudadela La Libertad	03) 298-9463, 298-9812, 298-9813	
TURISMO Y HOTELERIA	Guaranda	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	Ciudadela La Libertad	03) 298-9463, 298-9812, 298-9813	
TURISMO	Guayaquil	ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL	Campus Las Peñas (Oficina de Admisiones), Malecón 100 y Loja (Barrio Las Peñas)	(04) 253-0476, 253-0484	www.espol.edu.ec www.admision.espol.edu.ec
TURISMO	Guayaquil	UNIVERSIDAD JEFFERSON	Guayaquil, km 6, vía a la Costa	(04) 287-3787, 287-0359, 287-0576	www.jefferson.edu.ec

TURISMO Y HOTELERIA	Guayaquil	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	Ciudadela Universitaria Salvador Allende, Malecón del Salado entre Av. Fortunato Safadi (Av. Delta) y Av. Kennedy.	(04) 228-7072, 228-7258, 222-8695, 228-4505	ugrector@ug.edu.ec www.ug.edu.ec
TURISMO Y HOTELERIA	Guayaquil	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	Ciudadela Universitaria Salvador Allende, Malecón del Salado entre Av. Fortunato Safadi (Av. Delta) y Av. Kennedy.	(04) 228-7072, 228-7258, 222-8695, 228-4505	ugrector@ug.edu.ec www.ug.edu.ec
TURISMO	Ibarra	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
ECOTURISMO	Jipijapa	UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI	Jipijapa, Edificio Principal, Calle Santistevan entre Alejo Lascano y Mejía.	(05) 260-0229	rectorunesum@aiaisat.net dir_gen_acad_unesum@yahoo.com
HOTELERIA Y TURISMO	La Libertad	UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA	Carretera La Libertad, Santa Elena	(04) 278-0018, 278-0019, 278-3786, 278-4504	unipen@interactive.net.ec
HOTELERIA Y TURISMO	La Libertad	UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA	Carretera La Libertad, Santa Elena	(04) 278-0018, 278-0019, 278-3786, 278-4504	unipen@interactive.net.ec
INGENIERIA EN ECOTURISMO	Latacunga	UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI	Campus Universitario, Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, San Felipe	(03) 281-0296 – 281-3156-7	www.utc.edu.ec
HOTELERIA Y TURISMO	Machala	UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA	Av. Panamericana Km. 5 1/2 vía a Pasaje	(07) 293-4633, 293-1452	utm@utmachala.edu.ec www.utmachala.edu.ec
TURISMO	Milagro	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO	ciudadela universitaria, km	(04) 297-0881-(04) 251-0243	info@unemi.edu.ec www.unemi.edu.ec

			11/2 vía a km 26		
TURISMO	Milagro	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO	ciudadela universitaria, km 11/2 vía a km 26	(04) 297-0881-(04) 251-0243	info@unemi.edu.ec www.unemi.edu.ec
TURISMO ECOLOGICO	Portoviejo	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
ECOTURISMO	Puyo	UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZONICA			
TURISMO ECOLOGICO	Quevedo	UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO	Vía a Santo Domingo, km 1, Quevedo	(05) 275-0320, 275-1430, 276-0425, 275-3300	www.uteq.edu.ec
ADMINISTRACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	Av. Patria E3-67 y Nueve de Octubre, Edificio UCT	(02) 254-4100 – 254-4104	www.uct.edu.ec info@uct.edu.ec
ADMINISTRACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	Av. Patria E3-67 y Nueve de Octubre, Edificio UCT	(02) 254-4100 – 254-4104	www.uct.edu.ec info@uct.edu.ec
ADMINISTRACION EN HOTELERIA Y TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	Francisco Pizarro 256 y Orellana	(02) 255-5741, 250-0534, 252-2926, 255-9164	www.uteci.edu.ec
ADMINISTRACION EN HOTELERIA Y TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	Francisco Pizarro 256 y Orellana	(02) 255-5741, 250-0534, 252-2926, 255-9164	www.uteci.edu.ec
CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION ECOTURISMO	Quito	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	Av. América s/n y ciudadela Universitaria	Rectorado: (02) 222-6080, 225-2190, 250-5860, Bienestar Estudiantil: (02) 254-2160	www.uce.edu.ec
CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION TURISMO ECOLOGICO	Quito	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	Av. América s/n y ciudadela Universitaria	Rectorado: (02) 222-6080, 225-2190, 250-5860, Bienestar Estudiantil: (02) 254-2160	www.uce.edu.ec
CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION TURISMO HISTORICO CULTURAL	Quito	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	Av. América s/n y ciudadela Universitaria	Rectorado: (02) 222-6080, 225-2190, 250-5860, Bienestar Estudiantil: (02) 254-2160	www.uce.edu.ec

CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN TURISMO HISTÓRICO CULTURAL	Quito	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	Av. América s/n y ciudadela Universitaria	Rectorado: (02) 222-6080, 225-2190, 250-5860, Bienestar Estudiantil: (02) 254-2160	www.uce.edu.ec
ECOTURISMO	Quito	ESCUELA POLITÉCNICA JAVERIANA DEL ECUADOR	Darquea 1553 y Diez de Agosto	(02) 254-3288, 254-3121, 223-6875, 256-1783	
ECOTURISMO	Quito	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
ECOTURISMO	Quito	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
GUÍA DE TURISMO NACIONAL	Quito	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS	Av. Patria E3-67 y Nueve de Octubre, Edificio UCT	(02) 254-4100 – 254-4104	www.uct.edu.ec info@uct.edu.ec
HOTELERIA Y TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS	Av. Colón 338 y 6 de Diciembre	(02) 255-5734, 255-5735	www.uamericas.edu.ec
INGENIERÍA EN TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUITO	calle Mercadillo Nº. 129 entre Páez y 10 de Agosto	(02) 222-1457 Fax: (02) 222-1458	info@unaq.net www.unaq.net
INGENIERÍA EN TURISMO Y MEDIO AMBIENTE	Quito	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	Nueva Vía Oriental (sector Collacoto)	(02) 226-6236 al 9. (07) 257-3798.	uideloja@loja.telconet.net www.internacional.edu.ec
RELACIONES PUBLICAS PARA EL TURISMO	Quito	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS	Av. Patria E3-67 y Nueve de Octubre, Edificio UCT	(02) 254-4100 – 254-4104	www.uct.edu.ec info@uct.edu.ec
TECNOLOGÍA EN ECOTURISMO	Quito	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUITO	calle Mercadillo Nº. 129 entre Páez y 10 de Agosto	(02) 222-1457 Fax: (02) 222-1458	info@unaq.net www.unaq.net
TECNOLOGÍA EN TURISMO Y MEDIO AMBIENTE	Quito	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	Nueva Vía Oriental (sector Collacoto)	(02) 226-6236 al 9. (07) 257-3798.	uideloja@loja.telconet.net www.internacional.edu.ec

INGENIERÍA EN ECOTURISMO	Riobamba	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	Panamericana Sur, Km 1 1/2	(03) 296-8910, 296-8911, 296-8912	info@espoch.edu.ec www.espoch.edu.ec
TURISMO Y HOTELERIA HOTELERIA Y TURISMO	San Miguel	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR	Ciudadela La Libertad	03) 298-9463, 298-9812, 298-9813	
	Esmeraldas	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Av. Doce de Octubre 1076 y Roca	(02) 299-1700. Fax: 299-1656	webmaster@puce.edu.ec www.puce.edu.ec
INGENIERÍA EN ECOTURISMO	Riobamba	UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO	Eloy Alfaro s/n y 10 de Agosto	(03) 294-1999, 294-2395, 294-6772	www.unach.edu.ec
TURISMO Y HOTELERIA	Quito	UNIVERSIDAD DEL AZUAY	Av. 24 de Mayo N° 7-77 y Hernán Malo	(07) 288-1333, 288-1332	www.uazuay.edu.ec

Programa	Lugar	Universidad	Dirección	Teléfono	E-mail o Pag.web
DIPLOMADO SUPERIOR EN GERENCIA DE MARKETING Y TURISMO	GUAYAQUIL	UNIVERSIDAD PARTICULAR DE ESPECIALIDAD ES ESPÍRITU SANTO	vía La Puntilla - Samborondón, km 2 1/2, Ciudadela Tornero III.	(04) 283-5630	www.uees.edu.ec
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO DEL TURISMO CON MENCIONES EN : ECOTURISMO DE LOCALIDADES Y TURISMO COMUNITARIO Y MERCADEO DE TURISMOS ALTERNATIVOS	QUITO	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDAD ES TURÍSTICAS	Av. Patria E3-67 y Nueve de Octubre, Edificio UCT	(02) 254-4100 – 254-4104	www.uct.edu.ec info@uct.edu.ec
MAESTRA EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS NATURALES	QUITO	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL	Bourgeois N34-102 y Rumipamba	(02) 299-0800	www.ute.edu.ec info@ute.edu.ec

MAESTRÍA EN ECOTURISMO Y DESARROLLO COMUNITARIO	RIOBAMBA	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	Panamericana Sur, Km 1 1/2	(03) 296-8910, 296-8911, 296- 8912	info@epoch.edu.ec www.epoch.edu.ec
--	----------	--	-------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

## **LISTA DE TOUR OPERADORES POTENCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL REVISICOF**

A continuación se presenta una lista de tour operadores, en consideración a los segmentos de mercado receptivo identificados en el análisis de la demanda.

### **TOUR OPERADORES EN EL EXTERIOR**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>DIRECCION Y TELEFONO</b>	<b>PERSONA DE CONTACTO</b>	<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>
CONSEILSEN VOYAGES SCOLAIRES	18 Rue Claude Bloch 14050 Caenedex 4 Francia	LAURE LEBRETON	Consejos en viajes escolares Proyecto de turismo solidario
UNIVERSIDAD DE PITZER	<a href="mailto:clp@uio.satnet.net">clp@uio.satnet.net</a>	chris lubensky	UNIVERSIDAD Orientación para familias y estudiantes

### **TOUR OPERADORES EN EL ECUADOR**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>DIRECCION Y TELEFONO</b>	<b>PERSONA DE CONTACTO</b>	<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>
PAMIR TRAVEL	Juan Leon Mera 721 y Veintimilla telf.2220592 Quito	Tania Albuja	Agencia de viajes
GOLONDRINAS	Juan Leon Mera 2237 Y Carrion Telf. Quito	Monica Montenegro	Agencia de Viajes
ATC ANDEAN TRAVEL COMPANY	Amazonas24-03 y Wilson Telf.2228385 Quito	Cristina Venalcazar, Carolina Aguirre, Sofia Leon	Agencia de viajes
INKA HOLIDAYS	<a href="mailto:info@incaholidays.com">info@incaholidays.com</a> telf. 2415818	Sofia Tapia	Agencia de viajes
UCT	telf. 22505300	Veronica Granda	
CESI	telf 22529940	Julio Chicaiza	
CASA MOLINO CIA.LTDA	telf. 6918013	Lupe Chicaiza	
MILTUR	telf. 022504872	Dayanara Rosero	Agencia de viajes

**LISTA DE EMPRESAS INTERNACIONALES DE TURISMO QUE OPERAN EN EL ECUADOR,  
POTENCIALES CLIENTES PARA TURISMO COMUNITARIO**

<b>COMPAÑÍA / ORGANIZACION</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>ESPECIALIDAD</b>
American Museum of Natural History	Central Park West and 79th street, New York NY. 10024-5192 Tel: (800)462-8687 USA	Galápagos Aventuras familiares en la sierra ecuatoriana
Cheesman's Ecology Safaris	20800 Kittredge Rd., Saratoga, CA. 95070 Tel: (800) 527 – 5330 <a href="http://www.cheesemans.com">www.cheesemans.com</a> USA	Organiza excursiones con grupos pequeños hacia el Ecuador, con especialidad de observación de aves en los Andes y la Amazonía
Earthquest	Flagstaff AZ. 86002 PO. Box 1614 Tel:(800)542-711 USA	Especialistas en viajes de aventura, centrados en Galápagos y en el Ecuador.
Forum Travel International	91 Gregory Lane No. 21, Pleasant Hill, CA. 94523. T. (510) 671 2900 <a href="mailto:forum@ix.net-com.com">forum@ix.net-com.com</a> USA	Compañía grande que ofrece tours a Galápagos con extensiones en Sierra y Amazonía.
Galápagos Network	7200 corporate center Dr., Ste. 309, Miami FL. 33126 T. (305) 592 2294 <a href="http://mia.lac.net">http://mia.lac.net</a> USA	Galápagos con extensiones de trekking y pesca en el Ecuador.
G.A.P. Adventures Himalayan Travelers, Inc.	112 Prospect St. Stamford CT. 06 901. T. (203) 359 3711 <a href="http://www.gorp.com/himtravel.html">www.gorp.com/himtravel.html</a> USA	Gran variedad de excursiones que incluyen Galápagos, Sierra y Amazonía, y tours de hasta 80 días por toda Latino América.
High road adventures	1091 industrial Rd. Ste. 160, San Carlos, CA 94070 T. (415) 592 2444. USA	Variedad de aventuras en el Ecuador, desde tracking, bicicletas y andinismo, hasta safaris fotográficos y observación de aves.
Holbrok travel, Inc.	3540 N.W. 13 th street, Gainesville, FL 32609 T. (800) 858 0999 <a href="http://www.gorp.com/holbrook.html">www.gorp.com/holbrook.html</a>  USA	Tours en la sierra, observación de aves y visita a las Galápagos.
Journey Latin America	14-16 Devonshire Road Chiswick, London W42HD Tel: 44-181-747-8315 Fax: 44-181-742-1312 E-mail: <a href="mailto:leila@journeylatinamerica.co.uk">leila@journeylatinamerica.co.uk</a> UK.	Viajes a toda Latinoamérica, incluido viajes económicos, hacia Ecuador y Colombia por tres semanas.
Mountain Travel-Sobek	6420 Fairmount Ave. El Cerrito, CA 94530 Tel: (800)227-2384, (800)282-8747	Kayaks en Galápagos, Rafting en los ríos Amazónicos y trekkings en el Parque Cotopaxi-

	<p>Fax: 510-525-7710  E-mail: <a href="mailto:info@mt-sobek.com">info@mt-sobek.com</a>  <a href="http://www.mtsobek.com">www.mtsobek.com</a>  USA</p>	<p>a menudo dentro del mismo tour.  Dificultad moderada.</p>
Myths and Mountains	<p>976 Tee Ct.  Incline Village, NV  Tel: (800) 670-6984  Fax: (702)832-4454  e-mail: <a href="mailto:edutrav@sierra.net">edutrav@sierra.net</a>  <a href="http://www.mythsandmountains.com">www.mythsandmountains.com</a>  USA</p>	<p>Turismo educativo, combinando clases de religión, medicina natural, artes e historia natural con trabajo de campo en comunidades indígenas de la Sierra y el Oriente.  Tours de 9 a 30 días por US\$1475- 2495pp.</p>
Nature Expeditions International	<p>6400 E. El Dorado Cir., Ste 210  Tuscon, AZ 85715  Tel: (800) 836-0639 o (520) 721-6712  Fax: (520) 721-6719  e-mail: <a href="mailto:NaturExp@aol.com">NaturExp@aol.com</a>  <a href="http://www.bena.com/nepaltrek/nei/nei.html">www.bena.com/nepaltrek/nei/nei.html</a>  USA</p>	<p>Viajes amazónicos desde Brasil hacia Ecuador con posibles combinaciones hacia los Andes, Galápagos, Machu Picchu.</p>
Overseas Adventure Travel	<p>625 Mount Auburn St.  Cambridge, MA 02138  Tel: (800) 221-0814  (617) 876- 0533  USA</p>	<p>Tour hacia la Amazonía, tour a Galápagos, total 18 días por US\$ 3990pp incluido Cotopaxi, Saquisilí y Machu Picchu.</p>
Voyagers International	<p>P.O. Box 915  Ithaca, NY 14851  Tel: (607) 257-3091  Fax: (607) 257-3699  e-mail: <a href="mailto:voyint@aol.com">voyint@aol.com</a>  <a href="http://www.voyagers.com/voyagers.html">www.voyagers.com/voyagers.html</a>  USA</p>	<p>Itinerarios a Galápagos a bordo de M/Y Eric y Flamingo. Puede ser extendido hacia los Andes, Oriente o Perú.</p>
Wilderness Travel	<p>801 Allston Way  Berkeley CA 94710-9984  Tel: (800) 247-6700  (415) 548-0420  e-mail: <a href="mailto:info@wildernesstravel.com">info@wildernesstravel.com</a>  <a href="http://www.wildernesstravel.com/">www.wildernesstravel.com/</a>  USA</p>	<p>Diez días de tour por los principales ríos de Amazonía (US\$ 1995- 2995 pp). Visita a la villa Cofán de Randy Borman. Talleres fotográficos con fotógrafos profesionales en los Andes puede ser combinado con cuatro diferentes cruceros en Galápagos de 8-12 días.</p>
Wildland Adventures	<p>3516 N.E. 155th St. Seattle, WA 98155  Tel: (800) 345-4453 (206) 365-0686  Fax: (206) 363-6615 e-mail: <a href="mailto:info@wildland.com">info@wildland.com</a>  <a href="http://www.wildland.com">www.wildland.com</a></p>	<p>Honrada en 1994 por Condé Nast como una de las 18 grandes empresas de viajes de ecoturismo, y benefactora en contribuir a la Fundación de Preservación de la Tierra. Programas de buceo y vida silvestre en Galápagos (US\$1774pp o más), visitas a haciendas coloniales(US\$ 1063pp) trekkings alrededor del Cotopaxi y Cayambe (US\$ 1255 pp) y Kapawi Ecolodge (US\$ 560 pp y más)</p>

**Fuente:** Ecuador Hand Book, Smith, J. (1.998)

#### **Empresas de Canadá con operación en Ecuador**

<b>NOMBRE</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>E-MAIL</b>
Équitour	Francine Roy	<a href="mailto:f_roy@videotron.ca">f_roy@videotron.ca</a>
SOTDER	Norman Hall	<a href="mailto:normandhall@hotmail.com">normandhall@hotmail.com</a>
CanadianTours		<a href="mailto:jaime@CanadianTours.com">jaime@CanadianTours.com</a>
Formula Tours		<a href="mailto:royb@formulatours.com">royb@formulatours.com</a>
Incentours Rost		<a href="mailto:rost@incentours.com">rost@incentours.com</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### **Empresas de Estados Unidos con operación en Ecuador**

<b>NOMBRE</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>E-MAIL</b>
Amadeo Travel Solutions	Simone Ruginente	<a href="mailto:fit@amadeotravel.com">fit@amadeotravel.com</a>
Alliedtours		<a href="mailto:ivan@alliedtours.com">ivan@alliedtours.com</a>
American receptive tours		<a href="mailto:stejada@americanreceptive.com">stejada@americanreceptive.com</a>
Atlas		<a href="mailto:usaatlas@aol.com">usaatlas@aol.com</a>
Comercio Electrónico	Marcus Endicott	<a href="mailto:mendicott@igc.org">mendicott@igc.org</a>
Lomantours		<a href="mailto:monicad@lomantours.com">monicad@lomantours.com</a>
Magic Stars Vacations		<a href="mailto:patrick@magicstars.com">patrick@magicstars.com</a>
Magic Tours		<a href="mailto:admin@magictours.us">admin@magictours.us</a>
NYC Amadeo Travel		<a href="mailto:info@amadeotravel.com">info@amadeotravel.com</a>
Villas TVH		<a href="mailto:market@vacations-usatours.com">market@vacations-usatours.com</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### **Empresas de Chile con operación en Ecuador**

<b>NOMBRE</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>E-MAIL</b>
ADS Mundo	Rudi Roth G.	<a href="mailto:rroth@adsmundo.cl">rroth@adsmundo.cl</a>
AIG Assist	Ulisses Soares	<a href="mailto:ulisses.soares@aig.com">ulisses.soares@aig.com</a>
Andes Reps	Rafael Carrara	<a href="mailto:andesrep@ctcreuna.cl">andesrep@ctcreuna.cl</a>
AQUA MOTION Tour		<a href="mailto:info@acuamotion.cl">info@acuamotion.cl</a>
Arca Touring	Vicente Gonella	<a href="mailto:arcavigo@netexplora.com">arcavigo@netexplora.com</a>
ATN		<a href="mailto:spino@atnchile.com">spino@atnchile.com</a>
Catamaranes del Sur		<a href="mailto:mpf@catamaranesdelsur.cl">mpf@catamaranesdelsur.cl</a>
Chirak Tour Operador		<a href="mailto:jmjimenez@entelchile.net">jmjimenez@entelchile.net</a>
Cosmo Service	Trinidad Orrego	<a href="mailto:cosmoscl@entelchile.net">cosmoscl@entelchile.net</a>
CTS Turismo		<a href="mailto:carolinamaldonado@ctsturismo.cl">carolinamaldonado@ctsturismo.cl</a>
DL Representac.	Dennis Lustig	<a href="mailto:dlustig@dlrepresentaciones.cl">dlustig@dlrepresentaciones.cl</a>

Euro Vip's	Rafael Martínez	<a href="mailto:rmartinez@eurovips.cl">rmartinez@eurovips.cl</a>
Euroandino	Calen Navarrete	<a href="mailto:cnavarrete@euroandino.cl">cnavarrete@euroandino.cl</a>
Excell	Victor Baudrand V.	<a href="mailto:excell@entelchile.net">excell@entelchile.net</a>
Ferri Tour	Luis Fernández	<a href="mailto:luis@ferritour.cl">luis@ferritour.cl</a>
Green Land Tours	Osama Badr Eid	<a href="mailto:gltour@entelchile.net">gltour@entelchile.net</a>
GSA Market Line	Gustavo Yacobucci C.	<a href="mailto:marketline@entelchile.net">marketline@entelchile.net</a>
Havanatur	Rolando Gutiérrez S.	<a href="mailto:gerencia@havanatur.cl">gerencia@havanatur.cl</a>
Iberojet	Francisco Martínez S.	<a href="mailto:fcomartinez@terra.cl">fcomartinez@terra.cl</a>
Intertravel	Maria Teresa Rojas V.	<a href="mailto:mtrojas@intertravel.cl">mtrojas@intertravel.cl</a>
Koala	Carmen Oddó S.	<a href="mailto:gerenciagr@koala.cl">gerenciagr@koala.cl</a>
Kuality Reps	Carlos Ducci V.	<a href="mailto:cducci@kuality.com">cducci@kuality.com</a>
L.Labbe Ltda.	Liliana Labbé Z.	<a href="mailto:labberep@ctcinternet.cl">labberep@ctcinternet.cl</a>
Lead Travel	Jorge Maino P.	<a href="mailto:leadger@leadtravel.ia.cl">leadger@leadtravel.ia.cl</a>
Masterhouse	Jorge Pinochet	<a href="mailto:jpinochet@lanchile.cl">jpinochet@lanchile.cl</a>
Network	José Luis Hoyl R.	<a href="mailto:jhoyl@netrep.cl">jhoyl@netrep.cl</a>
Nexo Viajes	Magdalena Cuevas M.	<a href="mailto:nexo@entelchile.net">nexo@entelchile.net</a>
O.T.S.I.	Arturo Pérez M.	<a href="mailto:otsi@entelchile.nte">otsi@entelchile.nte</a>
Panamericana Turismo	Paola Góngora T.	<a href="mailto:panamericana@panamericana.turismo.cl">panamericana@panamericana.turismo.cl</a>
Piamonte Chile	Mariori Danus L.	<a href="mailto:gtecomercial@piamontechile.cl">gtecomercial@piamontechile.cl</a>
Plantour	Alfredo de la Barra T.	<a href="mailto:plantour.ltdao1@chilnet.cl">plantour.ltdao1@chilnet.cl</a>
Tahiti Nui	Malcolm Watkinson V.	<a href="mailto:pacrep@netup.cl">pacrep@netup.cl</a>
Turisclub	René Jablonka	<a href="mailto:director@turisclub.cl">director@turisclub.cl</a>
Turismo Sepean	Gabriel Modarelli C.	<a href="mailto:sepeansc@ctcinternet.cl">sepeansc@ctcinternet.cl</a>
Unimundo	Rafael Joga C.	<a href="mailto:unimundo@ctc-mundo.net">unimundo@ctc-mundo.net</a>
Vía Club	Freddy Gepp B.	<a href="mailto:fgepp@viaclub.cl">fgepp@viaclub.cl</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

### Empresas de Alemania con operación en Ecuador

NOMBRE	E-MAIL
Carpe Diem Sprachreisen GMBH	<a href="mailto:carpe.diem@carpe.de">carpe.diem@carpe.de</a>
Colibri UmweltReisen	<a href="mailto:picaflora@aol.com">picaflora@aol.com</a>
Dialog Sprachkurse GMBH	<a href="mailto:info@dialog.de">info@dialog.de</a>
Ikarus Tours GMBH	<a href="mailto:schlegel@ikarus.com">schlegel@ikarus.com</a>
Karawane Studienreisen Ruth Albrecht GmbH & Co	<a href="mailto:karawane@compuserve.com">karawane@compuserve.com</a>
Marco Polo Reisen GMBH	<a href="mailto:contact@marco-polo-reisen.com">contact@marco-polo-reisen.com</a>
Miller-Reisen	<a href="mailto:miller-reisen@t-online.de">miller-reisen@t-online.de</a>
Orca Tauchreisen GMBH	<a href="mailto:info@orca.de">info@orca.de</a>
Rotel Tours, Das Rollende Hotel	<a href="mailto:mail@rotel.de">mail@rotel.de</a>
Take Off Reisen & Tours	<a href="mailto:takeoffreisen@t-online.de">takeoffreisen@t-online.de</a>

Tourismus Schiegg	<a href="mailto:schiegg@t-online.de">schiegg@t-online.de</a>
Trails Natur- und Erlebnisreisen GMBH	<a href="mailto:trails-reisen@t-online.de">trails-reisen@t-online.de</a>
Windrose Fernreisen Touristik GMBH	<a href="mailto:info@windrose.de">info@windrose.de</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### Empresas de España con operación en Ecuador

NOMBRE	E-MAIL
Inmaculada García	<a href="mailto:inmaculada.garcia.v@juntadeandalucia.es">inmaculada.garcia.v@juntadeandalucia.es</a>
Avasa Viajes, S.L.	<a href="mailto:avasa@avasa.com">avasa@avasa.com</a>
Caribe International Tours	<a href="mailto:caribe@caribe.crossinf.com">caribe@caribe.crossinf.com</a>
Dimensiones	<a href="mailto:dimensiones@intelred.es">dimensiones@intelred.es</a>
Ibis Travel	<a href="mailto:ibis@link.net">ibis@link.net</a>
MSN Ortoinsa	<a href="mailto:ingcfjara@hotmail.com">ingcfjara@hotmail.com</a>
Palatinotours	<a href="mailto:jlcorral@palatinotours.com">jlcorral@palatinotours.com</a>
Panavision	<a href="mailto:jizaguirre@panavision.es">jizaguirre@panavision.es</a>
Solafrica Caribe	<a href="mailto:booking@solafrica.com">booking@solafrica.com</a>
Taranna	<a href="mailto:taranna@taranna.com">taranna@taranna.com</a>
Transmutas	<a href="mailto:aguell@transrutas.com">aguell@transrutas.com</a>
Turvisa	<a href="mailto:turvisa@turvisa.com">turvisa@turvisa.com</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### Empresas de Francia con operación en Ecuador

NOMBRE	REPRESENTANTE	E-MAIL
Mayorista	Clarisse Krassa	<a href="mailto:clackrasa@yahoo.fr">clackrasa@yahoo.fr</a>
Aviatur	Paulina Blanc / Xavier Ray	<a href="mailto:aviatur@aviatur.fr">aviatur@aviatur.fr</a>
Penelope Kellie Worldwide Y.C & Tours	Justine Bottomley	<a href="mailto:info@pkworldwide.com">info@pkworldwide.com</a>
Tawa Europe Sarl	Pierre Vernay	<a href="mailto:info@tawa.fr">info@tawa.fr</a>
The Service Paris		<a href="mailto:theserviceparis@compuserve.com">theserviceparis@compuserve.com</a>
Underseas Scuba Center, Inc.	Bruce Hootman	

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### Empresas de Holanda con operación en Ecuador

NOMBRE	REPRESENTANTE	E-MAIL
ATP / ODYSSEUS	Mrs. Anemyeke Bary	<a href="mailto:anemyeke@odysseus.nl">anemyeke@odysseus.nl</a>
Baobab Reizen	Mrs. Carmencita Manurung	<a href="mailto:info@baobab.nl">info@baobab.nl</a>
Bex Reizen	Mr. Berry Ter Horst	<a href="mailto:b.horst@bex.nl">b.horst@bex.nl</a>
Cruise Travel Nederland	Mr. Norbert van der Glas	<a href="mailto:norbert@cruisetravel.nl">norbert@cruisetravel.nl</a>
Djoser B.V.	Mrs. Myra van Derspek	<a href="mailto:informatie@djoser.nl">informatie@djoser.nl</a>

FOX Vakanties	Mrs. Von Mell	<a href="mailto:info@fox.nl">info@fox.nl</a>
Indigo Tours	Mr. Will Toneman	<a href="mailto:indigo.maduro@nl">indigo.maduro@nl</a>
Maduro Travel (NV Maduro Int)	Mr. Toneman	<a href="mailto:info@maduro.nl">info@maduro.nl</a>
Thika Travel	Mrs. E. Wagenvoort	<a href="mailto:thika@knoware.nl">thika@knoware.nl</a>
Vamonos Travel v.o.f	No person in charge	<a href="mailto:vamonos.wxs@nl">vamonos.wxs@nl</a>
Wereldcontact Reizen	Mrs. Astrid Vredenbiegt	<a href="mailto:astrid.pm@werco.nl">astrid.pm@werco.nl</a>
Witte Reizen Centrale B.V.	Mr. T. Brienesse	<a href="mailto:wrcinfo@wrc.nl">wrcinfo@wrc.nl</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

#### Otros contactos de operadores de Holanda

ORGANIZACIONES DE HOLANDA	DIRECCION	ACTIVIDAD
TE GAST IN	Postbus 1504, 6501 BM Nijmegen. Holanda Tel: 024-355 25 34 fax: 024-355 24 73. Email: <a href="mailto:info@tegastin.nl">info@tegastin.nl</a> Web: <a href="http://www.tegastin.nl">www.tegastin.nl</a>	Editor de una revista de viajes a Ecuador.
BAOBAB REIZEN	Valkenburgstraat 124 1011 NA Amsterdam. Tel: 31-20-6275129 Email: <a href="mailto:info@baobab.nl">info@baobab.nl</a> Web: <a href="http://www.baobad.nl">www.baobad.nl</a>	Viajes de Aventura, Cultura, actualmente organizan viajes a Ecuador.
ANGELI TRAVEL	Tel: 31-35 531 7499 Email: <a href="mailto:info@angelitravel.nl">info@angelitravel.nl</a> Web: <a href="http://www.angelitravel.nl">www.angelitravel.nl</a> Contacto : Mrs. A. van de Kerkhof	Especializado en venta directa, tours organizados y safaris.
ABC TRAVEL	Tel: 31 541 533 177 Email: <a href="mailto:antillen@abctravel.nl">antillen@abctravel.nl</a> Web: <a href="http://www.abctravel.nl">www.abctravel.nl</a> Contacto : Mr. Bouwman	Viajes de estudio y diversión para viajeros individuales.
KONING AAP/AVONTUUR.NU	Tel: 31 20 788 7700 Email: <a href="mailto:info@koningaap.nl">info@koningaap.nl</a> Web: <a href="http://www.koningaap.nl">www.koningaap.nl</a> Contacto : Mr. Rob de Laet.	Viajes organizados con grupos e individuales
AGRO REIZEN	Tel: 31 26 351 2087 Email: <a href="mailto:info@agroreizen.nl">info@agroreizen.nl</a> Web: <a href="http://www.agroreizen.nl">www.agroreizen.nl</a> Contacto : Mr. Ton Ter Horst	Vendedores directos especializados en agroturismo y turismo comunitario.
PAGONA TRAVEL.COM	Tel: 3 73 548 2244 Web: <a href="http://www.pagonatravel.nl">www.pagonatravel.nl</a>	Especializado en Sudamérica.
PASSAT VERRE REIZEN	Tel :31 23 557 9047 Email: <a href="mailto:info@passaat.nl">info@passaat.nl</a> Web: <a href="http://www.passaat.nl">www.passaat.nl</a> Contacto : Mr. Eric Verheyen	Especializados en Sudamérica y varias posibilidades.
SAWADEE REIZEN	Tel: 31 20 420 2220 Email: <a href="mailto:info@sawadee.nl">info@sawadee.nl</a> Web: <a href="http://www.sawadee.nl">www.sawadee.nl</a> Contacto: Mr. Ton Bosman.	Vendedores directos de trekking y intereses culturales para pequeños grupos conducidos.
SNOW LEOPARD ADVENTURES	Tel: 31703882867	Venta directa

	Email: <a href="mailto:info@snowleopard.nl">info@snowleopard.nl</a> Web: <a href="http://www.snowleopard.nl">www.snowleopard.nl</a>	especializado en Andinismo, treeking, caminatas, etc.
SUMMUM REIZEN	Tel: 3120 421 5555 Email: <a href="mailto:info@summum.nl">info@summum.nl</a> Web: <a href="http://www.summum.nl">www.summum.nl</a>	Operador para grupos grandes, y turistas de clase alta. Para turistas activos y de aventura
TERRAMUNDO	Tel: 3120 420 1122 Email: <a href="mailto:terramundo@euronet.nl">terramundo@euronet.nl</a> <a href="http://www.terramundo.nl">www.terramundo.nl</a> Contacto : Mrs. Inge Burchgraaf.	Grandes y Medianos grupos, especializados en Cultura, aventura y intereses especiales.
TRAVEL MARKETING COMPANY	Tel: 020 67 05211 Email: <a href="mailto:info@travelmc.com">info@travelmc.com</a>	Oficina de información turística para el Ecuador, en Holanda.

**Fuente:** Long Hall Tourism Market season Holanda 2005. Centre for the Promotion of imports from developing countries. CBI.

### Empresas de Inglaterra con operación en Ecuador

NOMBRE	REPRESENTANTE	E-MAIL
Bales Tours Worldwide	Mr. Roy Davis (planning director)	<a href="mailto:enquiries@balesworldwide.com">enquiries@balesworldwide.com</a>
Exodus Expeditions	Mr. Rob Dickson (Area Manager)	<a href="mailto:sales@exodustravels.co.uk">sales@exodustravels.co.uk</a>
Explore Worldwide	Mr. Travis Cox	<a href="mailto:info@explore.co.uk">info@explore.co.uk</a>
Guerba Expeditions	Mr. James Westwood	<a href="mailto:james@guerba.demon.co.uk">james@guerba.demon.co.uk</a>
High Places Unlimited	Mr. Robert Dancer	<a href="mailto:highpl@globalnet.co.uk">highpl@globalnet.co.uk</a>
Journey Latin America	Mrs. Diana Henderson	<a href="mailto:diana@journeylatinamerica.co.uk">diana@journeylatinamerica.co.uk</a>
KE Adventure	Mr. Tim Greening	<a href="mailto:keadventure@enterprise.net">keadventure@enterprise.net</a>
Latin America Travel	Mr. Patrick Raikes	<a href="mailto:lat.london@btinternet.com">lat.london@btinternet.com</a>
Naturetrek	Mr. Andy Tuckea	<a href="mailto:info@naturetrek.co.uk">info@naturetrek.co.uk</a>
Trips Worldwide	Mrs. Bridget Fletcher	<a href="mailto:bridget@tripsworldwide.co.uk">bridget@tripsworldwide.co.uk</a>
Wildlife Worldwide	Mrs. Jo Rohdes	<a href="mailto:sales@wildlife-ww.co.uk">sales@wildlife-ww.co.uk</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

### Empresas de Italia con operación en Ecuador

NOMBRE	E-MAIL
Bengo di viaggi	<a href="mailto:olivier@bengodiviaggi.fastwebnet.it">olivier@bengodiviaggi.fastwebnet.it</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH 2004.

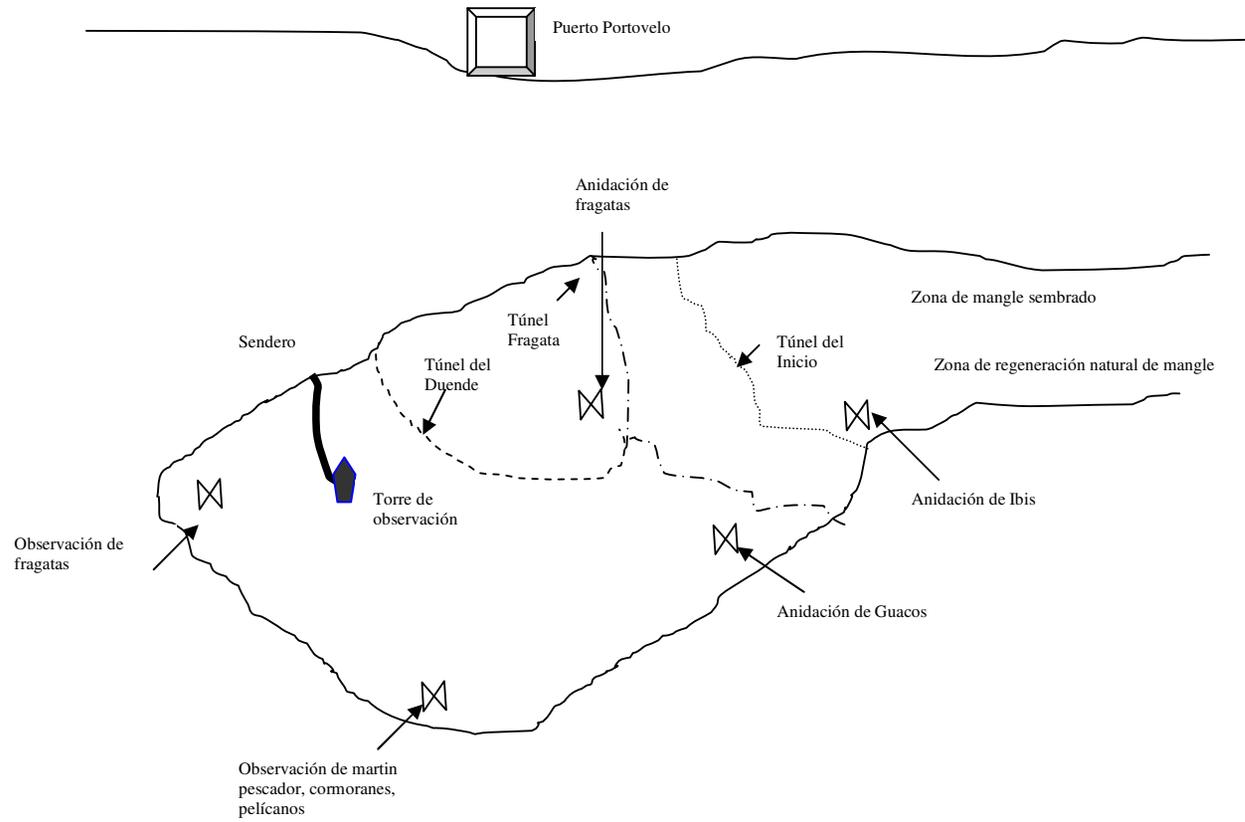
### Empresas de Suiza con operación en Ecuador

NOMBRE	E-MAIL
Salina Tours	<a href="mailto:salina@rbm.CH">salina@rbm.CH</a>
ITV Imholz	<a href="mailto:bettina.jenny@itv-travel.ch">bettina.jenny@itv-travel.ch</a>
J. Baumeler AG	<a href="mailto:baumeler@swissonline.ch">baumeler@swissonline.ch</a>
RDR Travel	<a href="mailto:rdr-travel@active.ch">rdr-travel@active.ch</a>

**Fuente:** CD. Empresas Comercializadoras de Turismo Feria Internacional de Turismo de Chimborazo FITCH

2004.

**GRAFICO REALIZADO CON LOS MIEMBROS DE ASO MANGLAR SOBRE ZONIFICACION TURISTICA DEL REVISICOF**



## PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE FEPTCE

### 1). Plan operativo

OBJETIVO	RESULTADO	ACTIVIDADES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION
1. Ejecución de un programa de capacitación en gestión administrativa y operativa del turismo comunitario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Miembros de las comunidades del área de influencia del REVISICOF participan del programa de capacitación turística en base a los criterios del manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selección de participantes</li> <li>Preparación de materiales y logística para el desarrollo del programa de capacitación</li> <li>Ejecución de 7 cursos de capacitación</li> <li>Seguimiento y control del programa de capacitación</li> <li>Entrega de certificados a los participantes</li> <li>Evaluación de resultados del programa de capacitación</li> <li>Elaboración de informe del desarrollo del programa de capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 programa de capacitación de 280 horas académicas desarrollado en base del manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador.</li> <li>7 cursos de 40 horas académicas, desarrollados</li> <li>80 personas participan de los 7 cursos de capacitación turística.</li> <li>Un programa de capacitación constituido por los siguientes cursos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Primer curso: Desarrollo y turismo comunitario / 40 horas</li> <li>Segundo curso: Diseño de productos turísticos comunitarios / 40 horas</li> <li>Tercer curso: Guianza / 40 horas.</li> <li>Cuarto curso: Alimentos y bebidas / 40 horas.</li> <li>Quinto curso: Hospedaje / 40 horas</li> <li>Sexto curso: Administración turística / 40 horas</li> <li>Séptimo curso: Contabilidad / 40 horas</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratos</li> <li>Listas de participantes</li> <li>Certificados</li> </ul>

## 2. Estrategias para la ejecución del programa de capacitación

- Se utilizará como texto básico para la capacitación el manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador, el cual cuenta con el aval del Ministerio de Turismo del Ecuador. A continuación se resume el contenido del manual.

1. CALIDAD DEL BIEN VIVIR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización y desarrollo comunitario</li> <li>- Gestión Ambiental y Territorial</li> <li>- Revitalización Cultural y relaciones interculturales</li> <li>- Mejoramiento de las condiciones productivas y económicas</li> <li>- Mejoramiento de las condiciones individuales de los comuneros</li> <li>- Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria</li> </ul>
2. CALIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estándares de calidad para la planta turística.</li> <li>- Estándares de calidad para la prestación de servicios turísticos.</li> <li>- Estándares de calidad en las relaciones humanas del personal con el cliente.</li> <li>- Áreas de gestión</li> <li>- Manual de funciones de las áreas de gestión de cada CTC.</li> </ul>
3. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DE LOS CTC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo de ficha de registro de visitantes en los CTC.</li> <li>- Modelo de ficha para evaluar la satisfacción de los visitantes.</li> <li>- Modelo de ficha de cargo de responsabilidad.</li> <li>- Modelo de encuesta para definir el perfil del turista que visita el CTC.</li> <li>- Normas de conducta en los centros de turismo comunitario CTC.</li> </ul>

- Los temas a tratar serán en base de información de los siguientes documentos de la FEPTCE:
  - Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario en el Ecuador
  - Manual legal para el proceso de registro de los centros de turismo comunitario del Ecuador.
  - Plan de marketing de la FEPTCE
  - Medios audiovisuales de la FEPTCE.
- La FEPTCE, entregará al final del curso certificados con el aval institucional.

## 8. CONTENIDOS DE LOS CURSOS

<b>CURSO 01: DESARROLLO Y TURISMO COMUNITARIO COMUNITARIO</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De donde venimos hacia donde vamos</li> <li>• Familia comunidad y entorno</li> <li>• Reciprocidad, asociatividad y cooperación</li> <li>• Desarrollo, territorios y soberanía</li> <li>• Principios del turismo comunitario</li> <li>• Análisis de las experiencias de turismo comunitario de la sierra, Amazonía y costa del Ecuador.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avances del turismo comunitario en el Ecuador.</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Talleres, trabajos grupales y plenaria, dinámicas, presentación y análisis de videos
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 02: DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elementos del sistema turístico</li> <li>Evaluación del potencial turístico</li> <li>Análisis de la demanda para el turismo comunitario</li> <li>Criterios de calidad para la estructuración de productos turísticos</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Talleres, trabajos grupales y plenaria, dinámicas, presentación y análisis de videos
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 03: GUIANZA</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de guiar</li> <li>Atención a grupos</li> <li>Rutas turísticas</li> <li>Preparación de tours</li> <li>Técnicas de animación</li> <li>Relaciones públicas</li> <li>Técnicas de comunicación y expresión</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 04: ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estilos de servicio</li> <li>Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas</li> <li>Montaje de mesas para desayuno, menú y carta</li> <li>Recepción y toma de comandas a clientes</li> </ul> <p><b>Salubridad de la comida</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enfermedades Alimenticias.</li> <li>Tipos de Contaminación.</li> <li>Contaminación de los Alimentos.</li> </ul> <p><b>Higiene del Manipulador</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Normas de aseo personal del manipulador.</li> <li>Como lavarse las manos.</li> <li>Uso de guantes desechables.</li> </ul> <p><b>Limpiar y desinfectar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diferencia.</li> <li>Tipos de desinfección.</li> <li>Desinfección con cloro.</li> <li>Desinfección de utensillos y espacio físico.</li> <li>Desinfección de alimentos.</li> </ul> <p>Almacenamiento de productos de limpieza.</p>
<b>METODOLOGÍA</b>	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 05: HOSPEDAJE</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<p><b>Contenido 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Recepción</li> <li>• Reservaciones</li> <li>• Cuidado de equipos</li> <li>• Planteamiento de problemas</li> </ul> <p><b>Contenido 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas del área de hospedaje</li> <li>• Importancia de las relaciones con otras áreas de servicio</li> <li>• Sistemas de comunicación</li> <li>• Importancia de la higiene personal</li> </ul> <p><b>Contenido 3 :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de materiales y equipos</li> <li>• Herramientas de limpieza e insumos</li> <li>• Uso de productos</li> <li>• Procedimiento para la limpieza y arreglo de habitaciones</li> <li>• Procedimiento para la limpieza de baños</li> </ul> <p><b>Contenido 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención de huéspedes</li> <li>• Cobertura y procedimientos</li> <li>• Inventarios</li> <li>• Calidad de servicio</li> <li>• Lavado, planchado y cuidado de blancos, lencería y ropa de visitantes</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 06: ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos básicos</li> <li>• Manejo de herramientas de gestión administrativa</li> <li>• Análisis de costos de productos turísticos</li> <li>• Estrategias para la publicidad de imagen y de venta</li> <li>• Estrategias para relaciones públicas</li> <li>• Estrategias para las promociones</li> <li>• Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria.
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

<b>CURSO 07: CONTABILIDAD BÁSICA APLICADA AL TURISMO</b>	
<b>TEMAS A TRATAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos Básicos</li> <li>• Elaboración de inventarios</li> <li>• Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta.</li> <li>• Elaboración de proceso contable</li> <li>• Elaboración de estados financieros</li> <li>• Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos</li> <li>• Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales,

	práctica.
<b>NUMERO DE HORAS</b>	Total: 40

### Plan Operativo para la capacitación en conectividad

OBJETIVO	RESULTADO	ACTIVIDADES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
1. Ejecución de un programa de capacitación en conectividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Miembros de las comunidades del área de influencia del REVISICOF participan del programa de capacitación en conectividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selección de participantes</li> <li>Preparación de materiales y logística para el desarrollo del programa de capacitación</li> <li>Ejecución de 4 cursos de capacitación</li> <li>Seguimiento y control del programa de capacitación</li> <li>Entrega de certificados a los participantes</li> <li>Evaluación de resultados del programa de capacitación</li> <li>Elaboración de informe del desarrollo del programa de capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 programa de capacitación de 160 horas académicas desarrollado en temas relacionados a conectividad</li> <li>4 cursos de 40 horas académicas, desarrollados</li> <li>10 personas participan de los 4 cursos de capacitación turística.</li> <li>Un programa de capacitación constituido por los siguientes cursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Primer curso: Manejo Intermedio de Word, excel, power point. / 40 horas</li> <li>Segundo curso: Manejo de Internet / 40 horas</li> <li>Tercer curso: Elaboración, administración y manejo de boletines electrónicos / 40 horas.</li> <li>Cuarto curso: Gestión de encuentros virtuales / 40 horas.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratos</li> <li>Listas de participantes</li> <li>Certificados</li> </ul>

**Duración del programa:** 4 meses

**Costo estimado:** 5000 USD

**Participantes:** 10 personas

**Criterios de selección de los participantes:**

- 50% hombres y 50% mujeres.
- Deben tener conocimientos básicos de computación.
- Deben tener el aval de subcomité de turismo del REVISICOF y su área de influencia.