

Plan estratégico de marketing para potencializar la biodiversidad del Distrito especial industrial portuario biodiverso eco turístico de Buenaventura Valle del Cauca y su zona de influencia del Sur Occidente Colombiano.

Wendy Janithza Castro Benavidez

Lauren Johanna Gesamá Valencia

Unidad Central Del Valle Del Cauca (UCEVA)

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables (FACAEC)

Comercio Internacional

Tuluá, Valle del Cauca

2021

Contenido

- 1.** Introducción
- 2.** Palabras claves
- 3.** Planteamiento del problema
- 4.** Definición del problema
- 5.** Antecedentes del problema
- 6.** Justificación
- 7.** Objetivos del proyecto
 - 6.1** Objetivo General
 - 6.2** Objetivos Específicos
- 8.** Marco de referencia
 - 7.1** Marco teórico
 - 7.2** Marco conceptual
- 9.** Resumen
- 10.** Metodología
- 11.** Impacto
 - 11.1** Social
 - 11.2** Económico
 - 11.3** Medioambiental
 - 11.4** Turismo, Paz y Convivencia
- 12.** Cronograma
- 13.** Resultados esperados
- 14.** Conclusiones

15. Recomendaciones

16. Bibliografía

1. Introducción

Para el desarrollo de la investigación, el presente proyecto se iniciará con un conocimiento muy general acerca de la Biodiversidad y el turismo en el distrito especial Industrial portuario biodiverso y eco-turístico Buenaventura teniendo en cuenta sus diferentes zonas turísticas y que es un distrito que atrae cada año miles de turistas que disfrutan de los paisajes y practican actividades como el avistamiento de aves, el buceo e incluso la visita a parques naturales y a destinos donde la naturaleza es la protagonista. Esto con el fin de que el proyecto incentive al lector a cuidar principalmente de su medio ambiente para así hacer de lugares como Buenaventura que es tan rico en biodiversidad sea un sitio emblemático y pilar en el turismo en Colombia.

2. Palabras claves

Biodiversidad, bioturismo, desarrollo sostenible, marketing turístico

3. Planteamiento del problema

¿Cómo Elaborar un plan estratégico de marketing que potencialice la biodiversidad del Distrito Especial Industrial Portuario eco turístico de Buenaventura Valle del Cauca y la zona del Sur Occidente del País?

4. Definición del problema

En la identificación del problema encontramos que Colombia es el segundo país con más biodiversidad en el mundo, en la que la región pacífica posee el 73% de Biodiversidad del país, pero esto no se ve reflejado en la afluencia turística de esta zona, puesto que en la investigación encontramos que el distrito posee muchas playas, parques, ríos e infinidad de

lugares que las personas podrían visitar, pero no lo hacen. Debido a que muchos desconocen esta información sobre la biodiversidad de la Región Pacífica y Buenaventura y la diversidad que ofrece para disfrutar de estos, por ejemplo, varios de los motivos de esto son falta de publicidad, falta de información de manera digital, esto también se debe a que muchos de los recursos hacia el turismo y el desarrollo sostenible no son bien destinados para la región.

5. Antecedentes del problema

El complejo portuario industrial de Buenaventura es el puerto más importante del Pacífico y de Colombia debido al volumen de carga que maneja.

Tiene una ubicación estratégicamente privilegiada. Se encuentra en el centro del mundo, equidistante de las principales rutas marítimas que atraviesan el planeta. Además, es uno de los puertos del continente americano más cercano al mercado asiático, aspecto ideal para aprovechar las ventajas de los tratados de libre comercio suscritos recientemente, así como los que se encuentran en proceso de formalización.

Buenaventura es una ciudad demográficamente turística debido a que se encuentra rodeada por bosques, ríos, mar y playas aledañas, lo que la ubican en una gran posición turística en el país, además cuenta con el puerto más importante de Colombia el cual es considerado como uno de los más importantes de sur América.

A pesar de todo lo anteriormente señalado el municipio de Buenaventura carece de un plan estratégico de marketing con el cual se pueda potencializar la biodiversidad del distrito especial industrial portuario eco turístico de buenaventura valle del cauca, de donde se desprenden muchas problemáticas como el caso de poco conocimiento que se tiene en la parte de bio turística,

con lo cual no se ha podido jerarquizar los servicios bio turísticos y sus atractivos, lo que nos ha permitido que el distrito especial industrial portuario biodiverso y eco turístico, sea un destino de Turismo cultural, gastronómico, turismo de descanso, ecoturismo, turismo de manglares, avistamientos de ballenas, de aves, lo que puede convertir a buenaventura en destino para abrir o cerrar negocios comerciales, atraer inversionistas que estén dispuestos a invertir en el mejoramiento del distrito turístico, este territorio vallecaucano se puede convertir en uno de los atractivos turísticos no solo del sur occidente del país si no de Colombia, pues tienen los elementos que se necesita para convertirse en un atractivo turístico de talla internacional o sector de clase mundial, carece de un área administrativa muy regular debido a que la cantidad que se tiene propuesta no es suficiente para todo lo que se quiere hacer en las playas ya que los fondos estipulados son alrededor de \$ 600.000.000 Millones según se estipuló en el POAI 2019(Plan Operativo Anual de Inversiones) (Distrital) con el fin de apoyar las iniciativas comunitarias que permitan que los sectores del turismo potencializar la región, y de fomentar la cultura de nuestras riquezas y biodiversidad, con el propósito de que los nativos y visitantes entiendan la importancia de aprovechar nuestra majestuosa riqueza natural sin deteriorarla,

Primordialmente se necesita de una organización más adecuada por medio del marketing en la cual se amplíe el panorama turístico fuera del país donde se enfatice en mostrar las ventajas comparativas que tiene el distrito frente a otros destinos turísticos del país, la publicidad es cerrada es decir, solo le da a conocer las bondades del sector a los nativos, no se tienen embajadores que exhiban los servicios por todo el territorio nacional y algo muy especial no se puede tener un marketing de calidad si los que prestan los servicios no están informados.

6. Justificación

La presente investigación tiene como fin potencializar el Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y eco turístico de Buenaventura valle del cauca , como atractivo turístico sostenible e impulsar la biodiversidad de este distrito, aprovechando los recursos naturales, como crecimiento turístico, eco turístico, industrial y la gran ventaja portuaria de Colombia preservando el patrimonio cultural en la cual atraiga muchos beneficios de vital importancia para el sector turístico, con esta investigación se pretende analizar el sector y potenciarlo a través de estrategias de marketing que impacten con un atractivo que permita inquietar a los posibles consumidores de este servicio, y de esta forma lograr obtener una posición importante en el mercado turístico nacional.

7. Objetivos

7.1 Objetivo general

Elaborar un plan estratégico de marketing que potencialice la biodiversidad del Distrito Especial Industrial Portuario eco turístico de Buenaventura Valle del Cauca y la zona del sur occidente del país

7.2 Objetivos específicos

- Conocer las políticas públicas de promoción turística con que cuenta el distrito especial Industrial portuario biodiverso y eco-turístico de Buenaventura Valle del Cauca.
- Identificar y categorizar los servicios bio turísticos existentes en el distrito especial Industrial portuario biodiverso y eco-turístico de Buenaventura y su zona de influencia.

- Elaborar estrategias de marketing que faciliten el posicionamiento del distrito de Buenaventura como destino bio turístico y eco turístico del sur occidente colombiano

8. Marco de referencia

8.1 Marco teórico

Para llevar a cabo este proyecto de investigación, se han utilizado diferentes conceptos y referentes teóricos que nos permiten llevar a cabo la investigación y que son finalmente los que complementan el estudio

Marketing

1. El mercadeo es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes, según **Philip Kotler** (padre del marketing moderno)

2. **Stanton, Etzel y Walker** definen el marketing como:

«El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización».

Es decir, que al aplicar los lineamientos de marketing las empresas consiguen orientar sus estrategias hacia los siguientes aspectos que son claves para alcanzar posicionamiento:

- **Orientación hacia el cliente:** La empresa intenta identificar su mercado meta y ofrecer un producto o servicio a un grupo de personas teniendo en cuenta sus necesidades para satisfacerlas.

- **Orientación hacia las metas:** La empresa debe estar orientada hacia el consumidor solo en el grado en que esto le permita alcanzar sus metas corporativas.

3. En esta investigación también tenemos en cuenta el concepto de marketing de **John A. Howard**, de la Universidad de Columbia, en el que podemos ver el proceso detallado de este, que es el siguiente:

1. Identificar las necesidades del consumidor
2. Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir,
3. Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.
4. Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor
5. Comunicar dicha conceptualización al consumidor"

4. Continuando con la conceptualización de marketing, tenemos la definición de la autora **Marjorie Clayman** que lo define como:

“El Marketing es construir tu marca, convenciendo a la gente de que tu marca (es decir, su producto / servicio / empresa) es la mejor y proteger las relaciones que establezcas con tus clientes”

5. También **McDaniel y Gates** definen el mercadeo como:

Un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos

de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio

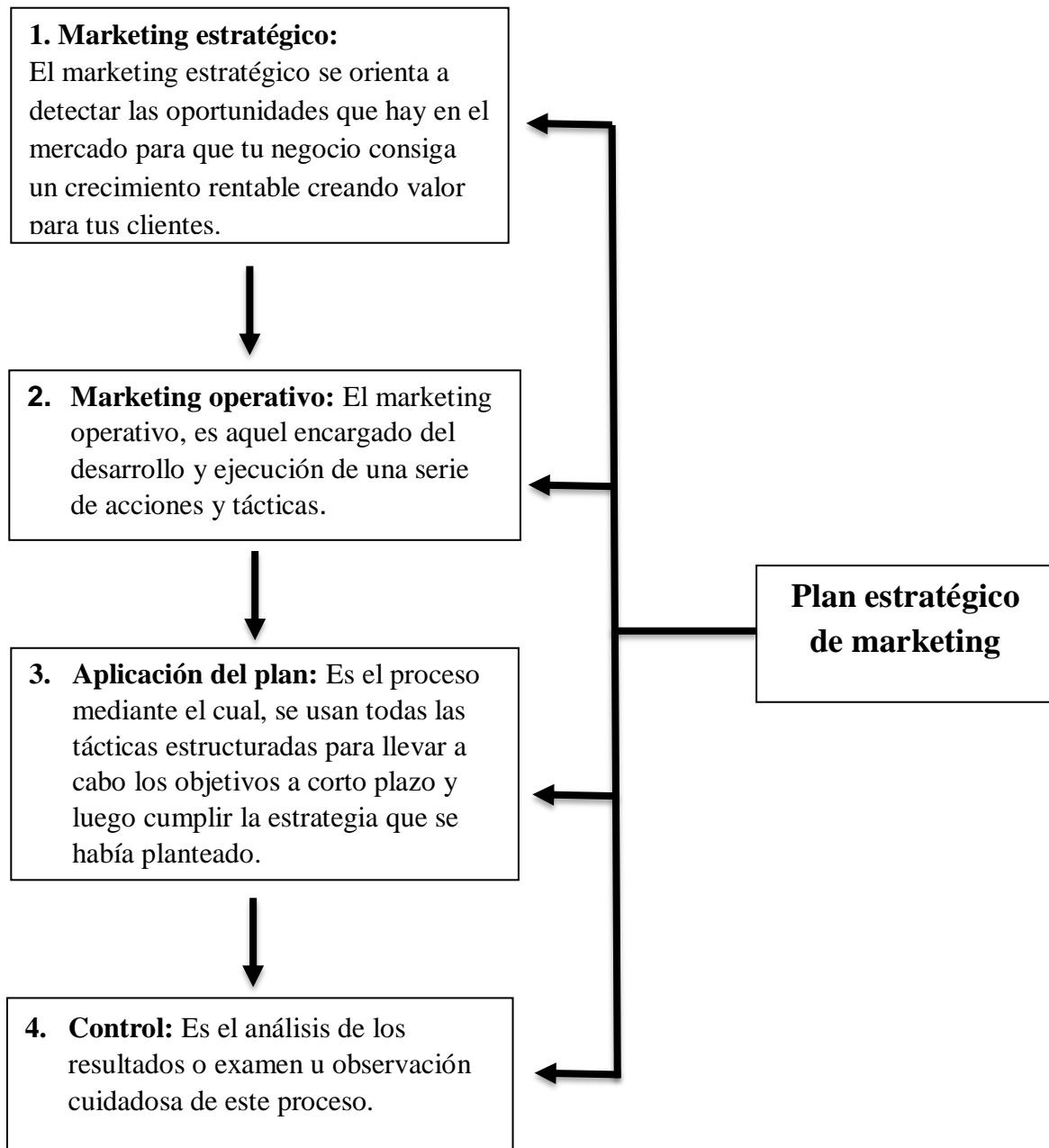
6. La autora, **Julie Barlie**, define el mercadeo como: “La mercadotecnia es tradicionalmente el medio por el cual una organización se comunica, se conecta con y se compromete con su público objetivo para transmitir el valor de marca y en una última instancia, el de vender sus productos y servicios. Sin embargo, desde la aparición de los medios digitales, en particular las redes sociales y las innovaciones tecnológicas, se ha convertido cada vez más sobre la construcción de relaciones más profundas, significativas y duraderas con las personas que quieren comprar tus productos y servicios”

Añadiendo a estos conceptos, concluimos con los tipos de marketing que llevaremos a cabo en este proyecto.

1. **Marketing estratégico:** Es el área del marketing dentro de una empresa, que se ocupa de las decisiones estratégicas de largo plazo de la marca. Generalmente, es una actividad que se refiere a la gerencia de la empresa, que está preocupada con los resultados de marketing para los objetivos del negocio.

2. **Marketing Operativo:** se preocupa con la operación de las estrategias. Es el área que toma las decisiones del mix de marketing y se preocupa con las acciones prácticas de corto plazo para poner la marca o el producto en el mercado

7. Para llevar a cabo nuestro proyecto, hacemos enfoque en un plan de marketing estratégico que según **G. Hebin. Roman** se compone de 4 fases:



Fuente: elaboración propia

8. Marketing mix, planteado por McCarthy en 1960: Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es

totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí.

Producto: Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta

Precio: Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto

Plaza: Las actividades de la compañía que hacen que el producto esté a la disposición de los consumidores meta

Promoción: Actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que los compren

9. Marketing digital: “La interactividad que permiten las tecnologías que de las cuales se pone en práctica el marketing digital que son de bajo costo, permite asegurarse de que se les pide permiso a los clientes a la hora de vender un producto y robar la atención de estos a los vendedores, ya que actualmente se le puede preguntar al consumidor directamente si quiere alguna otra información del producto” (**Godin, 2001. Pag15**)

10. Inbound Marketing: Brian Halligan y Dharmesh Shah, cofundadores de HubSpot, estudiaron a fondo esta problemática y definieron que la mejor Estrategia para lograrlo era el Inbound Marketing. Inbound Marketing es una estrategia que aprovecha toda la tecnología y la enfoca a procesos de negocio; adaptándose al ciclo de compra que ahora realizan los clientes.

11. Marketing de contenido: El marketing de contenidos o Content Marketing es una técnica que consiste en analizar e intentar comprender lo que nuestro público

objetivo quiere o necesita, para luego poder ofrecérselo de una forma relevante y, sobre todo, más atractiva. (**Joe Pulizzi**)

12. Marketing Verde: Autores como **Walker y Hanson (1998)** afirman que las prácticas de marketing verde generalmente están asociadas con una preocupación real con la naturaleza de los insumos, la reducción de residuos y el impacto de estos sobre el medio ambiente y la sociedad en su conjunto, tanto en las condiciones actuales como en las futuras.

13. Marketing turístico: Witt y Mouthino definen el marketing turístico como el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional. Con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos. De este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones

Turismo

Para llevar a cabo esta investigación debemos entender el concepto de turismo, es por esto que presentamos la definición de varios autores alrededor de la historia.

14. El concepto de **Oscar de la Torre Padilla**. En su libro “El turismo Fenómeno Social” (1980) expresa que el turismo es un fenómeno social que consiste en los motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, **Oscar de la Torre Padilla** nos explica que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

15. Krapf Y Hunzinker establecen que:

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa”. Lo cual dicen que es una esencia temporal porque todo visitante siempre va a tener la intención de regresar, por eso la importancia de desplazarse la idea es hacer turismo fuera del lugar de residencia para despojarse de los sitios de trabajos.

16. También, bajo los diferentes conceptos de turismo y sus amplias experiencias en estos temas tenemos a **Hermann Von Schrattenhofen**, que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia permanente y regreso del turista hacía, en y fuera de un determinado, municipio, país o estado. Este autor responde a su propia concepción teórica del turismo.

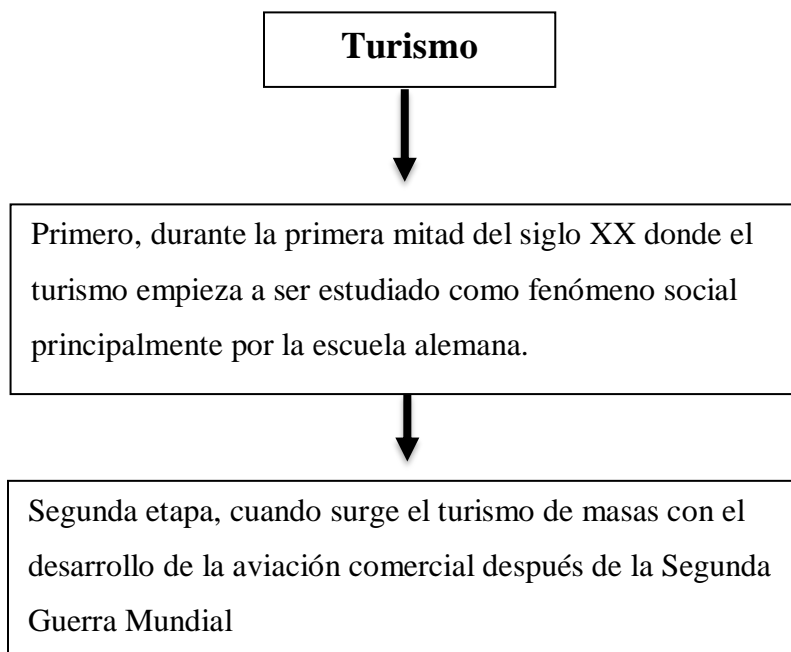
17. Schullern presenta la lectura de los estudios que hoy calificaríamos como de economía aplicada del turismo, comprende todos los procesos, pero se basa especialmente en los económicos que se manifiestan en la afluencia, permanencia y el regreso de los viajeros, todo esto se refleja en beneficio económico que se deja en la región donde se practica esta actividad donde los humanos se ponen en contacto con los recursos naturales o con el mundo exterior

18. Según **Schwink** 1930, dice que el turismo es un Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente, por cualquier motivo relacionado, con el espíritu, su cuerpo o su profesión

19. En el libro “Lehre vom Fremdenverkehr” **Borman, Arthur** (1930) define al turismo un “conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales u otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal”.

20. El turismo es un fenómeno importante para las economías mundiales debido a sus efectos multiplicados por un lado el conjunto de turistas son cada vez más numerosas ya que brinda transporte, espectáculos, guías para entretener a los posibles turistas, todo este concepto es explicado por Luís **Fernández Fuster** que fue un Pensador español y maestro de los primeros estudios realizados en Brasil sobre el turismo.

21. Autores como **Neil Leiper y John Hunt** coinciden en que definir al turismo no es una tarea sencilla, pues el término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años, aquí podemos ver una breve reseña de la evolución de este término:





Y finalmente, el turismo moderno con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo, en la década de los setentas, que influye en la alineación de las políticas turísticas nacionales y el reconocimiento de la importancia de su contribución en la economía.

Fuente: elaboración propia

Para finalizar nuestro marco teórico también es necesario definir el concepto de biodiversidad, para así entender mucho mejor la investigación.

Biodiversidad

22. La biodiversidad o diversidad biológica se refiere a toda la variedad de vida en el planeta. Esta se refiere a la gran gama de animales y plantas, al lugar donde viven y a los ambientes que los rodean en todo el mundo, el concepto fue acuñado en 1985, en el Foro Nacional sobre la Diversidad Biológica de Estados Unidos. **Edward O. Wilson (1929)**, entomólogo de la Universidad de Harvard y prolífico escritor sobre el tema de conservación, quien tituló la publicación de los resultados del foro en 1988 como “Biodiversidad”.

23. Cuando se define la diversidad o biodiversidad como propiedad de distintas entidades cada entidad tiene un gen, célula, individuo o un ecosistema que se manifiesta de varias formas lo cual lleva a una heterogeneidad biológica y hay grandes riesgos de perderla, todo está definido por **Otto Solbrig (1991)**

24. En 1986, **Walter G. Rosen** acuña el término biodiversidad al convocar en Washington el National Forum on BioDiversity. Rosen contrae la expresión inglesa Biological Diversity. Dos años después, Edward O. Wilson edita las actas de la reunión de Washington y las publica todas juntas bajo el título Biodiversit

25. McNeely et al. (1990) Proporcionan una de las definiciones más ampliamente difundidas biodiversidad es un paraguas conceptual que engloba la variedad de la naturaleza, incluyendo el número y frecuencia de ecosistemas, especies y genes”.

26. Los diferentes niveles de la biodiversidad son retomados por **May (1995)** quien los identifica desde la diversidad genética con poblaciones locales de especies o entre poblaciones geográficamente distintas de las mismas especies, hasta todas unidas en comunidades o ecosistemas

27. Margalef (1997) Define pedagógicamente la biodiversidad como el diccionario de la vida la biblioteca genética formada por el conjunto de los genomas de los organismos existentes

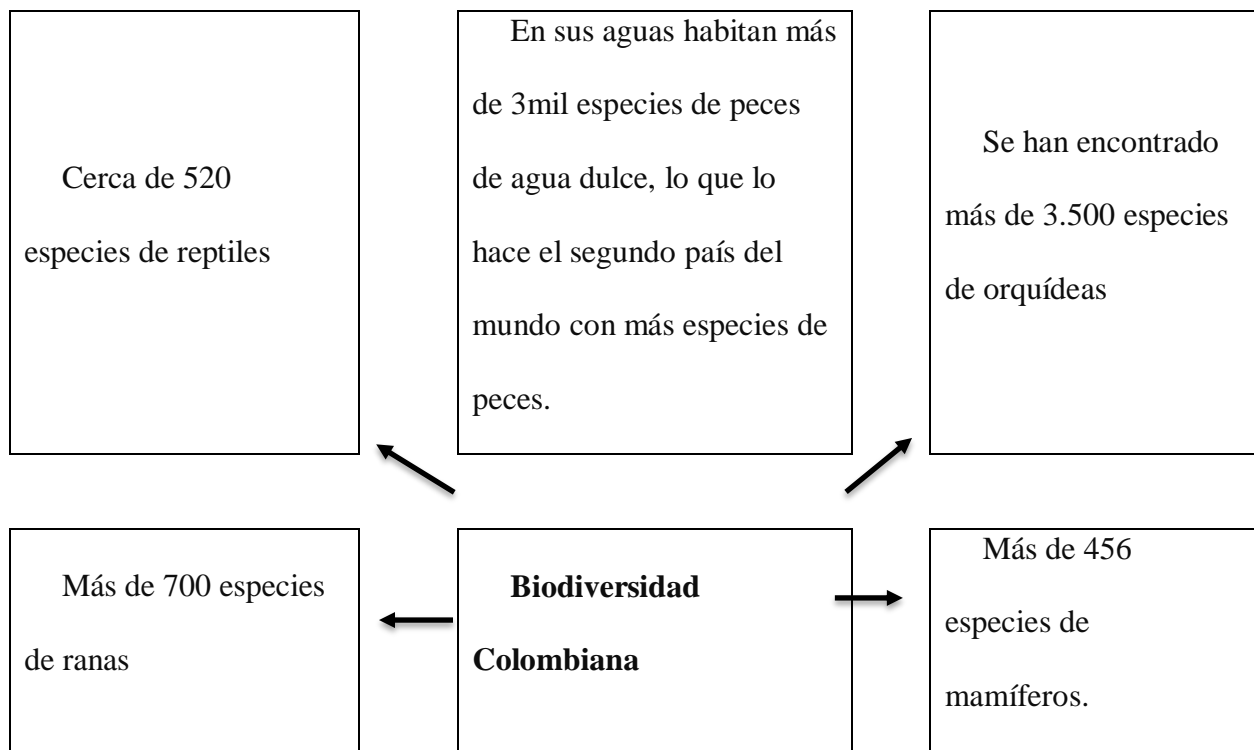
28. Tal como lo expresan **Alba y Reyes (1998)** a estos beneficios, se asocian valores religiosos, culturales, éticos y estéticos, porque proporciona las condiciones y procesos naturales de los ecosistemas, es decir, servicios ambientales, por medio de los cuales el ser humano obtiene variados beneficios (degradación de desechos orgánicos, formación de suelo y control de la erosión, fijación del nitrógeno, incremento de recursos alimenticios de cosechas y su producción, control biológico de plagas, polinización de plantas, regulación del clima, Loa et al., 1998).

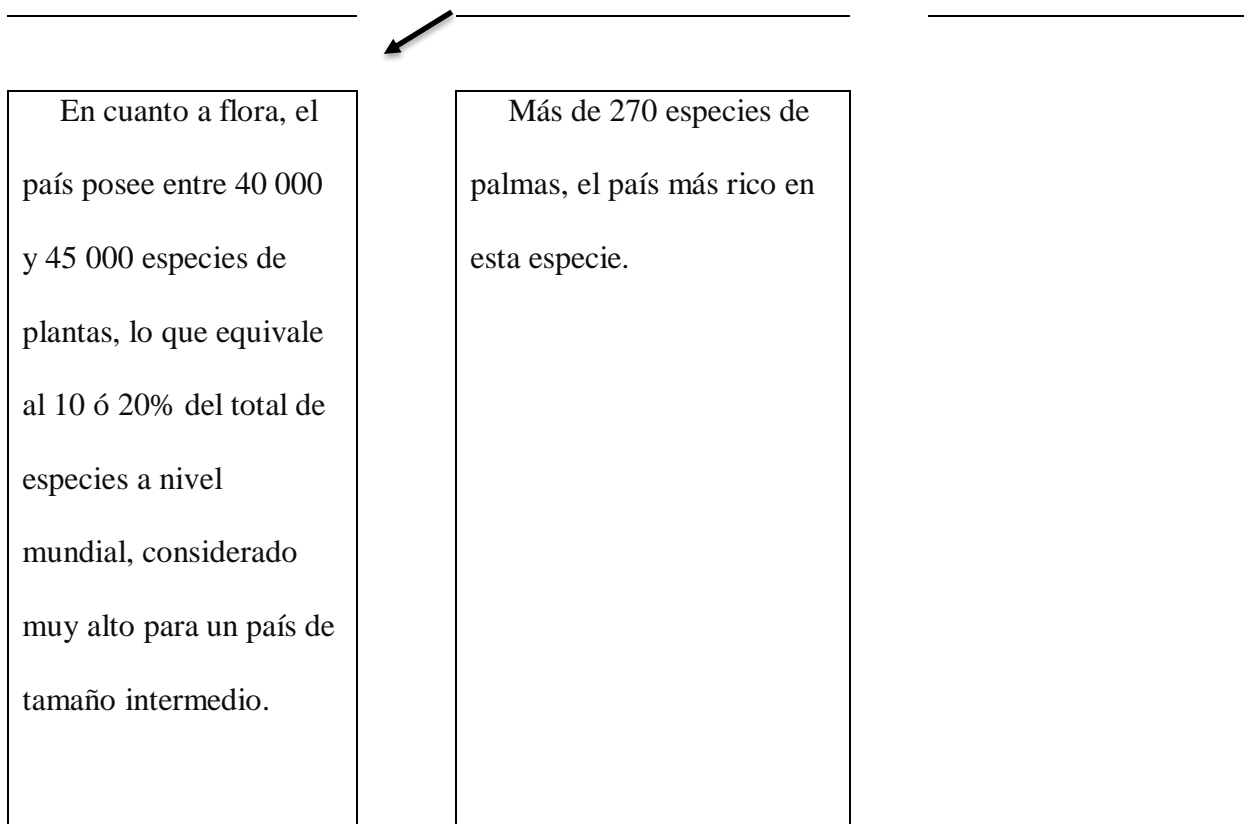
29. **Jeffries (1997) y Solís et al. (1998)** destacan el aspecto evolutivo del concepto: la biodiversidad resulta de procesos y patrones ecológicos y evolutivos irrepetibles y la propia evolución humana debe verse como un proceso vinculado al origen y mantenimiento de la diversidad biológica

30. Luego de leer y analizar estas definiciones podemos hacer una relación con la biodiversidad en Colombia y para esto es pertinente citar al autor, **Russell Mittermeier en 1997**.

- **Biodiversidad Colombiana**

En la investigación que se lleva a cabo sobre la biodiversidad de Colombia el señor **Russel Mittermeier en 1997**, estableció que Colombia es uno de los países mega diversos en biodiversidad, ocupando el tercer lugar en especies vivas y segundo lugar en especies de aves.





Fuente: elaboración propia

7.2 Marco conceptual

Para esta investigación, se piensa investigar y relacionar palabras claves respecto al turismo en general y todas aquellas variables involucradas como el marketing, el desarrollo sostenible y la biodiversidad

Iniciamos con una breve conceptualización de estos

Biodiversidad: La biodiversidad o diversidad biológica es la variedad de formas de vida en el planeta, incluyendo los ecosistemas terrestres, marinos y los complejos ecológicos de los que forman parte, más allá de la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y los ecosistemas. (Convenio sobre la diversidad biológica)

Bioturismo: Es la manera de realizar un turismo sostenible, ya que todos los agentes involucrados como empresas de turismo, agencias, empresas hoteleras y claro, los turistas realizan esto con medidas que cuiden el medio ambiente y preserven la biodiversidad existente

Desarrollo sostenible: El desarrollo sostenible es la capacidad de una sociedad para cubrir las necesidades básicas de las personas sin perjudicar el ecosistema ni ocasionar daños en el medio ambiente. De este modo, su principal objetivo es perpetuar al ser humano como especie, satisfaciendo sus necesidades presentes y futuras, mediante el uso responsable de los recursos naturales.

Para alcanzar el denominado desarrollo sostenible se tienen que cumplir una serie de requisitos que permitan alcanzar un estado de equilibrio entre economía, sociedad y medio ambiente:

- Economía: viable y equitativa.
- Sociedad: equitativa y vivible.
- Medio ambiente: vivible y viable

Marketing turístico: El marketing turístico es el especializado en las áreas y empresas especializadas en el negocio de turismo. Desde playas a centros comerciales, este se encarga de volver atractivos y turísticos varios sitios diseñados en esa índole

9. Resumen

La biodiversidad hace referencia a la gran variedad de seres vivos que existen en el mundo, es la mayor riqueza de nuestro planeta en la cual se han vivido diferentes procesos catastróficos a lo largo de nuestras vidas. El hombre por sus actividades de sobreexplotación

de los recursos naturales, está causando una extinción de especies más grande del mundo y poniendo en riesgo su propia supervivencia por no conservar y hacer uso sostenible de la biodiversidad como parte fundamental de la naturaleza la cual tiene como importancia ya que es la que conserva parte fundamental de los seres vivos donde contribuyen su supervivencia en el medio donde viven. Los impactos ambientales que se han venido intensificando a lo largo de los años es la destrucción de espacios naturales, animales y vegetales, residuos no degradables, sobre utilización de los recursos naturales no renovables todos estos recursos están poniendo en riesgo a la salud del planeta, lo que deberíamos hacer es tener un control más adecuado de los recursos naturales ya que es la mayor fuente de nuestras vidas la cual nos da todo para sobrevivir.

Colombia es el segundo país del mundo con más biodiversidad, actualmente tiene reportadas 1.889 especies de aves, 4.000 de orquídeas, 2.000 en peces marinos, 3.000 de mariposas y 1.239 de macro hongos, entre otros. Estas cifras revelan solo una parte de la innumerable riqueza y variedad natural que rodea nuestro país y representa el reto de continuar la búsqueda de nuevas especies que incrementen el inventario de nuestra biodiversidad. De acuerdo al balance del MinCIT, el país también avanzó en el mejoramiento de la oferta de productos turísticos de alto valor como el de naturaleza (ecoturismo, aviturismo), deportes y aventura, turismo de negocios, turismo cultural, turismo de cruceros, turismo gastronómico y turismo de salud.

El estudio hizo una evaluación de más de 200 países y los catalogó según a su biodiversidad. Esos países son, en orden de importancia, Brasil, Colombia, Indonesia, China, México, Sudáfrica, Venezuela, Ecuador, Perú, Estados Unidos, Papúa Nueva Guinea, India,

Australia, Malasia, Madagascar, la República Democrática del Congo y Filipinas. (El Tiempo)

La biodiversidad colombiana atrae cada año miles de turistas que disfrutan de los paisajes y practican actividades como el avistamiento de aves, el buceo e incluso la visita a parques naturales y a destinos donde la naturaleza es la protagonista. Colombia tiene en la costa pacífica una de las regiones más húmedas del planeta y ofrece selvas vírgenes, paradisíacas playas y exóticas islas, ideales para la práctica del ecoturismo.

Por lo tanto se busca desarrollar un proyecto que destaque la biodiversidad de Colombia específicamente en el distrito de Buenaventura, que por su ubicación se caracteriza por tener gran variedad de riqueza ecológica, hidrográfica, minera y forestal, la intención de este proyecto es realizar un estudio que permita destacar la biodiversidad de Buenaventura, resaltando la importancia de este patrimonio natural y cultural, fomentando de esta manera el turismo sostenible y alternativo, y finalmente contribuyendo con la calidad de vida de la comunidad que conserva estas zonas turísticas, ofreciendo sus servicios a todas las personas que deseen conocer estos sitios turísticos en la cual se busca atraer a más personas que estén interesadas en conocer los diferentes lugares que ofrece Buenaventura para el turismo y así lograr incrementar la economía de la región dando lugar a la concientización de tener un espacio con los cuidados ecológicos suficientes, protegiendo la biodiversidad en beneficio de la comunidad

10. Metodología

El estudio se hará desde una metodología exploratoria – descriptiva en especial con un método inductivo que permita a través de la observación directa y documental determinar un

diagnóstico de la actual situación de los diferentes componentes que participan en el actual turismo de Buenaventura.

Análisis sintético: El presente trabajo presenta, a partir de las directrices de la Organización Mundial del Turismo, un sistema de indicadores para la evaluación de la sostenibilidad de los destinos turísticos en el distrito de Buenaventura. Para facilitar la utilización de la información de contenidos por los diferentes agentes implicado en el sector.

11. Impacto

11.1 Social: Se espera mejorar el desarrollo del ambiente económico a partir de creación de empresas formales que prestan el servicio de hospedaje y turismo sostenible, generando una cohesión social más responsable, con respecto al medio laboral se espera tener una remuneración de acuerdo a la ley nacional de empleabilidad trabajo decente.

11.2 Económico: Se espera tener una mayor rentabilidad basado en ventas de turismo sostenible, que busque hoteles tranquilos en espacios naturales ricos en biodiversidad, el bilingüismo será una de las actividades de aprendizaje que más se desarrolle en el Distrito Especial Industrial Portuario Biodiverso Eco turístico a raíz de la afluencia de visitantes extranjeros, capacitación por parte de los empresarios a su personal por medio de entidades reconocidas.

11.3 Medioambiental: El aspecto antropogénico toma mayor relevancia ya que este es el encargado de contribuir a mantener en equilibrio el ecosistema, transferir el legado cultural y ancestral del patrimonio biodiverso y eco turístico del Distrito Industrial Portuario Biodiverso de Buenaventura a los visitantes nacionales e internacionales

Actividad 1.1 Recolección de información de políticas públicas nacionales, departamentales y distritales

En el desarrollo de esta actividad, se investigó de manera general las políticas públicas que se han aplicado de manera nacional, departamental y distrital para darle competitividad al turismo y así enfocarse en la concurrencia turística de Buenaventura, primero fue pertinente conocer el Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 por el Ex presidente Juan Manuel Santos, para así tener conocimiento de metas, programas y estrategias que se tuvieron en cuenta para darle competitividad al sector turístico del país y hacer una breve comparación con el PND 2018 - 2022 por el actual presidente Iván Duque Márquez, en segundo lugar, investigar las políticas públicas y turísticas del Valle del Cauca y para finalizar con esta segmentación se realiza una búsqueda que nos permitió encontrar los programas y proyectos que tiene la secretaría de turismo de Buenaventura en el Plan de Desarrollo Distrital 2020 - 2023 Buenaventura Digna, a continuación el desarrollo de esta investigación para ejecutar esta actividad.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2014 – 2018

“Todos por un nuevo país”

Presidente 2014 - 2018 Juan Manuel Santos Calderón

Unidos por la paz

Turismo, paz y convivencia.

Objetivo

Desarrollar territorios para el turismo, suscitando la construcción del tejido social y una cultura alrededor del turismo y la paz, que permita generar cadenas de valor y mejorar la calidad de vida de las comunidades anfitrionas a través de prácticas responsables y sostenibles, teniendo como fundamento la sostenibilidad

Alcance

En 132 municipios priorizados en 3 categorías: I. Destinos Piloto (42 municipios), II. Destinos Emergentes (34 municipios) y III. Destinos Postconflicto – Post acuerdo (56 municipios).

En la competitividad empresarial

La concentración de exportaciones podría también mitigarse con mayores dinamismos en sectores en servicios, como es el caso del turismo y la industria de viajes. Entre el 2010 y el 2013, en promedio, el país ha sido destino receptor de más de 3 millones de viajeros extranjeros por año y ha recibido por este concepto, USD 12.877 millones en divisas en el mismo período.

En cuarto lugar, en el sector de turismo, aún se tienen limitantes al desarrollo competitivo del sector. En el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo de 2013 realizado por el Foro Económico Mundial (FEM), Colombia se ubica en la posición **84** entre 140 países. En Suramérica, entre diez países Colombia ocupó el séptimo puesto, superado por países como Brasil (51), Chile (56), Uruguay (59), Argentina (61), Perú (73) y Ecuador (81), de acuerdo con su posición general en el ranking. Por subíndices,

Colombia perdió 11 puestos en los aspectos relacionados con el ambiente de negocios y la infraestructura al pasar del puesto 92 en 2011 al 103 en 2013.

Problemas relacionados con el desarrollo del turismo y su materialización en las regiones

En la experiencia adquirida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la ejecución de la política de turismo se identificaron los siguientes:

- Baja calidad de los servicios turísticos que impide cumplir con estándares internacionales
- Deficiencias de la planta turística, así como de la infraestructura que limitan el desarrollo de destinos turísticos
- Bajos niveles de conectividad aérea, marítima, fluvial y digital entre las regiones
- Limitada aplicación de políticas nacionales en las regiones e inaplicabilidad de planes de desarrollo turístico a nivel local
- Ausencia de coordinación entre las entidades del orden nacional en torno a las políticas del sector
- Pérdida de articulación y manejo de los recursos públicos por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Principios estratégicos

1. Construcción de tejido social

Entendida como la generación de confianza entre las comunidades y la política pública del Estado que conlleva a considerar la generación de encadenamientos turísticos productivos como

ejes fundamentales para el desarrollo de los territorios. Como parte de este eje se consideran las siguientes acciones:

- Restablecimiento de los derechos
- Procesos de atención, reparación y reintegración
- Reconocimiento, apropiación y valoración del territorio
- Dignificación de las comunidades
- Desarrollo ordenado de los territorios

2. Transformación y desarrollo de entornos de paz

Busca el empoderamiento de las comunidades y el arraigo al territorio a través de oportunidades de negocios en el sector turístico. En este eje se debe avanzar en acciones orientadas a:

- Cambio de paradigmas
- Transición de estilos de vida hacia una convivencia pacífica
- Generación de asociaciones productivas
- Pedagogía en turismo como una nueva fuente de ingresos

3. Desarrollo sostenible

Se fundamenta en el desarrollo social, cultural, ambiental y económico de los destinos de Turismo y Paz, tomando como base los objetivos establecidos por la Organización de las Naciones Unidas - OMT.

Enfocar el desarrollo turístico de sus regiones en el marco del desarrollo sostenible mediante las siguientes acciones:

- Aprovechamiento y uso adecuado de recursos naturales
- Respeto y conservación de prácticas culturales
- Desarrollos comunitarios y proyectos productivos que garanticen actividades económicas viables
- Mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades
- Prácticas turísticas incluyentes y equitativas

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2018 – 2022

“Pacto por Colombia, pacto por la equidad”

Presidente 2018 - 2022 Iván Duque Márquez

El futuro es de todos

Turismo: el propósito que nos une

Desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de calidad

OBJETIVOS

- Generar las condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
- Realizar una gestión integral de los destinos y fortalecer la oferta mediante el desarrollo del arcoíris turístico.
- Generar más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.

- Aumentar la innovación y el desarrollo empresarial en el sector turismo.
- Fortalecer el capital humano para la competitividad del turismo.
- Promover un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Metas

- Aumentar en un 19% el producto interno bruto en alojamiento y servicios de comida de 32,9 a 39,2 billones de pesos (DANE Y MINCIT)
- Aumentar los visitantes no residentes que pernoctan de 3,9 millones a 5,1 millones (MIGRACIÓN COLOMBIA MINCIT)
- Incrementar las exportaciones de servicios en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros de la balanza de pagos de USD 6.630 millones a USD 8.213 millones (BANCO DE LA REPÚBLICA MINCIT)

Estrategias

- Modernizar el marco regulatorio para que el turismo se adapte a los nuevos contextos y realidades del sector y las regiones.
- Incentivar los proyectos turísticos especiales de gran escala, en sitios de alta importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico del país.
- Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto gasto, como el turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar.
- Atraer inversión para infraestructura turística sostenible de talla mundial.
- Simplificar los trámites para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo (RNT).

- Fortalecer las cualificaciones a nivel educativo, formativo y las competencias laborales relacionadas con las actividades u oficios del turismo.
- Actualizar la regulación para el ejercicio de los guías turísticos.

PLAN DE DESARROLLO DEL VALLE DEL CAUCA

El departamento de Cauca posee un gran patrimonio arqueológico, heredado de los pueblos prehispánicos, que constituyen uno de los lugares más importantes del país reflejado en el testimonio cultural del parque arqueológico de Tierra dentro.

En el 2019 la Asamblea Departamental del Valle aprobó la política pública que garantiza mejoras en el sector turismo de la región, Fortalecer el servicio, mejorar el bilingüismo, la competitividad y la infraestructura turística, son algunos beneficios con los que debe contar el departamento.

En la asamblea buscan que por medio de las políticas públicas fortalecer el turismo de la región, generar empleo y con este desarrollo lograr posicionar al Valle del Cauca a nivel nacional e internacional.

El Municipio de Santiago de Cali tendrá política pública de turismo. Esta se encuentra en la fase de construcción, armonización y coordinación, entre la Fundación Universidad del Valle y los diferentes equipos de las áreas de la Secretaría de Turismo, tales como Planificación e Innovación, Desarrollo de Producto y Promoción y Monitoreo.

Se tiene previsto realizar un proceso participativo más abierto, focalizado en los prestadores de servicios, entre ellos el sector hotelero, gastronómico y agencias de viaje. El objetivo es tener

un diagnóstico más amplio para identificar a los actores clave en el fortalecimiento de la futura política pública de la ciudad en materia turística.

Es importante destacar que cuando una política pública se establece en el Concejo Municipal mediante Proyecto de Acuerdo, ésta toma más fuerza y relevancia en la agenda local y nacional del gobierno, entendiendo que el tema de turismo es muy importante para la ciudad; además debe estar incluida en la planificación municipal del siguiente periodo de gobierno y se le asignaron recursos para su adecuada implementación y sostenibilidad.

REGIÓN PACÍFICO

Diversidad para la equidad, la convivencia y el desarrollo sostenible

Objetivo:

Aprovechar la diversidad ambiental y cultural del Pacífico para construir un camino hacia el desarrollo productivo, social y sostenible de la región

Estrategias

- Mejorar la conectividad vial y fluvial entre los departamentos de la región y con otras regiones (Como la conectividad Buenaventura-Orinoquía).
- Generar una estrategia para posicionar el Chocó Biogeográfico.
- Mejorar la oferta de servicios logísticos para el desarrollo de cadenas productivas agroindustriales y turísticas.
- Fomentar programas de desarrollo rural que promuevan la prevención y sustitución actividades ilícitas que afectan el ambiente y la calidad de vida de la población del Pacífico.

- Promover la Marca Pacífico, de acuerdo con las apuestas de la Región Administrativa y de Planificación del Pacífico.
- Aumentar la cobertura, así como la calidad de los servicios de acueducto, alcantarillado y saneamiento, energía eléctrica y gas, con alternativas que mejoren la atención de servicios públicos en zonas rurales.
- Consolidar el ordenamiento territorial con énfasis en aspectos ambientales, de gestión del riesgo y de recuperación de las cuencas hidrográficas, buscando prevenir el deterioro de otras cuencas de la región como el Cauca, Baudó, San Juan, entre otros.
- Cumplir con los compromisos adquiridos con la sociedad civil como los de: Buenaventura, Chocó, el Cauca y Tumaco. También se continuará con el fondo Todos somos Paz-Cífico.

PLAN DE DESARROLLO DISTRITAL 2020 - 2023

Buenaventura Digna

Nixon Arboleda Montaña - secretario de turismo

BUENAVENTURA

División Político Administrativa

Mediante la Ley 1617 del 2013 se eleva la condición de municipio para Buenaventura a la de Distrito industrial, portuario, biodiverso y ecoturístico. Posteriormente con el Acuerdo 07 del 2014, se crean las Localidades 1, Cascajal (comunas 1 a 5) y Localidad 2, Continente (comunas 6 a 12 y zona de expansión urbana). Estas localidades cuentan con 2 alcaldes menores y 26 ediles para las 12 Juntas Administradoras Locales JAL.

La división Político Administrativa contempla: a) a nivel urbano, 12 Comunas y 157 Barrios o sectores; y b) a nivel rural, se presentan las categorías de: Corregimientos (19), Veredas (215). Existe en el sector de Bahía Málaga una base naval de la Armada Nacional, la cual alberga un asentamiento residencial.

A nivel administrativo se cuenta con 185 Juntas de acción comunal, 46 consejos comunitarios: 8 de cuencas y 36 veredales (de los cuales 39 presentan títulos colectivos reconocidos ante el gobierno Nacional). Y 25 asentamientos indígenas perteneciente a los pueblos Eperara Siapidara, Embera Chami, Nonam, Nasa e Inga; representados en cabildos, comunidades y resguardos, agrupadas en dos organizaciones: Asociación de Cabildos indígenas del Valle - ACIVA y la Organización Regional Indígena del Valle del Cauca - ORIVAC.

Característica de la población:

La población del Distrito de Buenaventura es pluriétnica y multicultural, donde se refleja la realidad de la composición étnica de la población colombiana producto de un mestizaje resultado de la historia. En Colombia se dio la mezcla de tres culturas tras la Conquista: indígenas americanos, europeos —españoles, en su gran mayoría— y africanos. Como resultado, surgieron los mestizos (descendientes de amerindios y blancos), mulatos (descendientes de negros y blancos) y zambos (descendientes de amerindios y negros). Al país también arribaron árabes, judíos y gitanos en menor proporción.

De acuerdo con las proyecciones del censo de población del DANE, El Distrito Especial Industrial Portuario Ecoturístico y Biodiverso de Buenaventura, sigue siendo la tercera ciudad en número de habitantes respecto al Departamento del Valle del Cauca. Con 311.827 (16%) habitantes al 2020 antecedido por Palmira, con 354.285 (16%)

habitantes y Cali en primer lugar como capital del departamento con 2.252.616 (50%) personas.

Sectores del desarrollo económico en Buenaventura:

- Sector agroforestal y pecuario
- **Sector turismo:** En el Distrito la actividad turística es antigua, desempeñada principalmente por actores locales y las comunidades afrocolombianas asentadas en los sitios con atractivos naturales, siendo considerada como de carácter ancestral por la población afro nativa. La mayor presencia de turistas se produce por temporadas, y principalmente en temporada de avistamiento de ballenas (julio a octubre), en la época de semana santa, y época de vacaciones de mitad de año y a comienzos de año. Dispone de muy ricos y abundantes atractivos naturales en materia de playas naturales, fauna marina, ríos, bosques húmedos y paisajes selváticos aptos para el denominado “turismo de naturaleza”. También cuenta con ricas manifestaciones culturales y gastronómicas apropiadas para el turismo cultural y gastronómico.
- Sector pesquero
- Sector minero
- Sector industrial
- Sector portuario y logístico

Objetivo:

Mejorar los indicadores socio económicos, la promoción y defensa de los derechos humanos, la efectividad en la gestión pública, la relación con el entorno natural, el relacionamiento con los

distintos niveles de gobierno, la cooperación internacional, los pueblos étnicos, los sectores sociales y sector privado en el distrito de Buenaventura.

Lineamiento turístico:

Desarrollar un turismo sostenible y competitivo a través de las rutas turísticas del valle del cauca

Estrategias:

- Fortalecer las iniciativas de emprendimiento de turismo comunitarios del distrito de Buenaventura
- Promover la planificación y ordenamiento territorial para el desarrollo del turismo sostenible de Buenaventura
- Promover un turismo responsable y seguro en el distrito de Buenaventura
- Promover el desarrollo e innovación de productos turísticos de naturaleza y cultura
- Mejorar la conectividad de las vías y los medios de transporte para que tengan cobertura, seguridad y frecuencia, que garantice el acceso y la integración de las diferentes áreas de interés turístico de Buenaventura y al distrito en general.
- Promover la digitalización de la oferta de los prestadores de servicios turísticos del distrito de Buenaventura
- Mejorar la infraestructura (construcción de muelles/embarcaderos turísticos, senderos turísticos adecuado, atractivos turísticos, ampliar malecón de Buenaventura)
- Promover la formalización y mejoramiento de la calidad de los prestadores de servicios turísticos

- Promocionar el turismo de Buenaventura

Actividad 1.2 Diagnóstico turístico de la situación actual en Buenaventura

Análisis de la situación turística

El Distrito de Buenaventura se ha logrado consolidar en la actualidad como un destino turístico a nivel regional, con una oferta de productos turísticos enfocada en el turismo de naturaleza, en la que se destacan el disfrute en las fuentes hídricas; el avistamiento de ballenas, aves y fauna silvestre; y el disfrute en el mar y las playas; y en el ámbito cultural sobresalen el Festival Folclórico del Pacífico y el Reinado Señorita Litoral, aunque le falta lograr mayor reconocimiento nacional e internacional. Para fortalecer estos y otros potenciales turísticos, es necesario realizar las estrategias y acciones que conduzcan a gestionar de forma sustentable el turismo en el Distrito de Buenaventura. En suma, el análisis de la situación turística presenta un inventario de atractivos turísticos, de la oferta turística y de su demanda.

Análisis de la oferta turística Respecto a la oferta turística del Distrito de Buenaventura, en lo referente al alojamiento para la zona urbana se tienen más de 50 hoteles, los cuales suman más de 3.000 camas. La mayoría de estos hoteles están ubicados en el centro de la ciudad, que es un punto estratégico para cualquier persona que visita el Distrito, bien sea para desplazarse a la zona marítima, hacer negocios u otras actividades. Se destaca que en los últimos años se han construido hoteles modernos, como Cosmos Pacífico, Balcones de la Bahía, Torre mar, Yubarta, Capilla del Sol, Cordillera del Puerto, Estación Estelar (patrimonio de la ciudad), entre otros. El alojamiento en la zona rural marítima está representado por más de 150 hoteles y/o cabañas, con más de 4.500 camas en conjunto. En cuanto al alojamiento en la zona rural de río, hay más de 60 hoteles y cabañas, que suman más de 1.300 camas.

Situación financiera de Buenaventura

**La siguiente información es proporcionada por la Alcaldía Distrital de Buenaventura
Plan de Desarrollo Distrital 2020-2023**

Una vez analizado el comportamiento de los ingresos y los gastos del Distrito Especial de Buenaventura del cuatrienio en estudio, se puede evidenciar que la entidad territorial no asumió compromisos por la totalidad de sus ingresos, lo que generó al cierre de cada vigencia un superávit fiscal, que fue mucho más notorio en las vigencias 2016 y 2017. Lo anterior, no resulta ser eficiente por las grandes necesidades básicas insatisfechas que se presentan al interior de la comunidad.

Tabla Comparativos ingresos y gastos del Distrito de Buenaventura, vigencia fiscal 2016 al 2019.

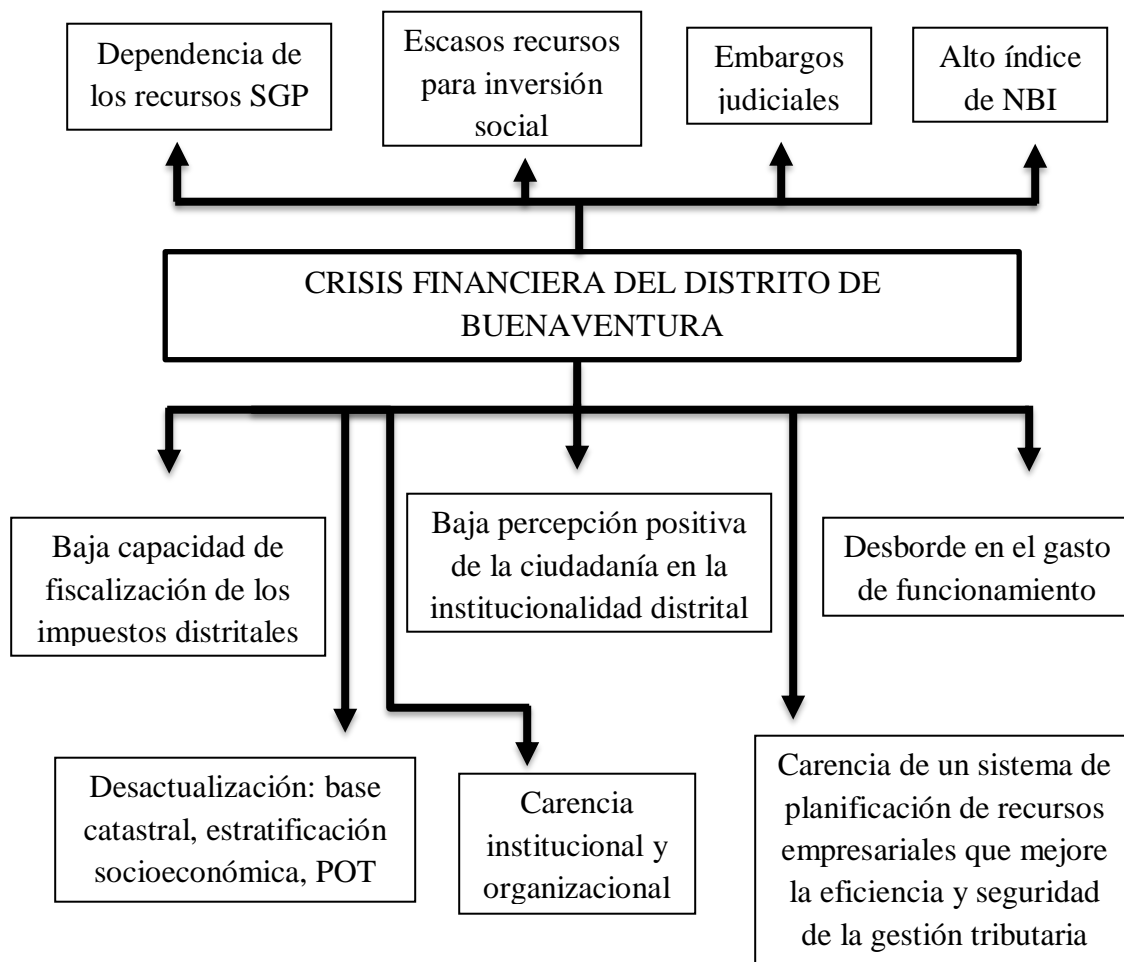
CONCEPTO	INGRESOS (Recaudo)	GASTOS (Compromisos)	RESULTADO
Vigencia 2016	477.295.356.480	443.417.914.952	33.877.441.528
Vigencia 2017	561.236.979.862	525.136.321.798	36.100.658.064
Vigencia 2018	569.460.747.990	556.312.597.547	13.148.150.443
Vigencia 2019	615.408.720.228	607.744.517.550	7.664.202.678

FUENTE: Dirección Financiera Distrito de Buenaventura

Pese a los saldos presupuestales arrojados en las últimas cuatro vigencias, la situación financiera de la Alcaldía Distrital de Buenaventura es crítica, toda vez que, sus Ingresos Corrientes de Libre Destinación no han sido suficientes para el pago del déficit fiscal de

vigencias anteriores, por lo que en múltiples ocasiones sus cuentas bancarias han sido embargadas. La situación financiera del Distrito Especial de Buenaventura no es la mejor, puesto que en la actualidad carece de capacidad económica para cancelar la totalidad de sus acreencias, las cuales año tras año se han venido incrementando, toda vez que, los recursos propios generados no han sido suficientes para apalancar los compromisos asumidos.

SISTEMA FINANCIERO ALCALDÍA DISTRITAL DE BUENAVENTURA



SIGLAS: El Sistema General de Participaciones (**SGP**)

Necesidades Básicas Insatisfechas (**NBI**)

Fuente: Plan de Desarrollo Distrital 2020-2023 “Buenaventura Digna”

Como analizamos en este cuadro sobre el sistema financiero de Buenaventura se observa que no cuenta con los suficientes recursos para cubrir ciertas deficiencias que hay, el Distrito debe diseñar y aplicar un plan de saneamiento fiscal y financiero este programa de saneamiento requiere reorganización administrativa y fortalecimiento institucional de la Alcaldía Distrital de Buenaventura, actualización tecnológica, y adecuación y modernización locativa.

BUENAVENTURA FRENTE A LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.

Este trabajo es lograr hacer un Plan estratégico de marketing para potencializar la biodiversidad del distrito de Buenaventura, pero antes de saber cómo crear estas estrategias debemos saber cuáles son las gestiones turísticas del Distrito para así saber qué tipo de estrategias se requiere para mejorar la perspectiva del turismo en Buenaventura.

En este sentido, las acciones de la Política Para Buenaventura sobre la gestión de destino turístico son las siguientes:

- a) Fortalecer la implementación de la planificación estratégica en los destinos, donde se obtenga un modelo turístico organizado, innovador y sostenible, que genere confiabilidad de valor y superación de competitividad en el sector.
- b) Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos y destinos turísticos, a través del establecimiento de estrategias coordinadas desde el ámbito nacional y regional, contando con una política específica que recoja todos los lineamientos necesarios para avanzar en esta materia.

c) Implantar un programa de señalización turística nacional que vincule las principales carreteras, destinos y puertos nacionales, teniendo en cuenta la normatividad vial y turística existente

d) Implantar un programa de señalización turística nacional que vincule las principales carreteras, destinos y puertos nacionales, teniendo en cuenta la normatividad vial y turística existente que permita la adaptación a las últimas innovaciones en materia de percepción visual y estética.

e) Crear una herramienta de evaluación o ranking interno de competitividad de los destinos turísticos, acordes con las nuevas exigencias de los turistas, y los indicadores propuestos por el Foro Económico Mundial para la medición.

f) Crear incentivos para la inversión en turismo, así como promover los existentes, que otorguen la oportunidad de presentar proyectos innovadores para la consolidación de los productos turísticos de clase mundial.

ACTIVIDAD 1.3 Detectar los servicios que ofrece el Distrito de Buenaventura a turistas Nacionales y extranjeros.

Buenaventura es una ciudad de Colombia ubicada en el departamento del Valle del Cauca. Es el puerto marítimo más importante sobre el Océano Pacífico y el más importante de Colombia por el volumen de carga que mueve (más del 60% del comercio del país). Oficialmente Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura.

Fue fundada por Juan Ladrillero, según orden de Pascual de Andagoya, el 14 de julio de 1540, sobre la isla de Cascajal, aproximadamente a 16 km de su actual ubicación. La ciudad recibió su

nombre por haberse creado el día de la fiesta de san Buenaventura y por la tranquilidad de la bahía.

Buenaventura es un puerto de rada abierta, con protección natural el Distrito se encuentra localizado en el centro-sur de la región Pacífica de Colombia o Chocó biogeográfico, región que es considerada como una de las de mayor biodiversidad en el mundo. Esta ubicación hace que Buenaventura posea múltiples potencialidades naturales, entre las que se encuentran ecosistemas como el marino costero, manglar, natal, guandal, selva pluvial, bosque premontano, bosque andino y páramos. El territorio distrital es el de mayor extensión en el departamento de Valle del Cauca, Limita por el norte con el departamento del Chocó; por el oriente, con los municipios de Jamundí, Cali, Dagua y Calima Darién; por el sur, con el departamento del Cauca; y por el occidente, con el océano Pacífico.

Este territorio biodiverso comprende once cuencas hidrográficas, las cuales son bahía de Buenaventura, bahía Málaga, río Anchicayá, río Cajambre, río Dagua, río Mayorquín, río Naya, río Raposo, río San Juan y río Yurumanguí.

La diversidad de ecosistemas que tiene el Distrito de Buenaventura ha dado lugar a la declaratoria de áreas protegidas a nivel regional y nacional, entre las cuales se pueden destacar las siguientes: Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga, Parque Nacional Natural Los Farallones, reserva forestal de los ríos Escalerete y San Cipriano, Parque Regional Natural La Sierpe, Distrito de Manejo Integrado La Plata, Santuario de Fauna y Flora Malpelo.

PRINCIPALES ATRATIVOS DEL	DESCRIPCION DE LOS ATRACTIVOS
------------------------------	-------------------------------

DISTRO DE BUENAVENTURA	
Ríos Sabaleta, San Marcos y Agua clara, senderos, cascadas, los tubos	Estos ríos quebradas y cascadas tienen caudal permanente, son cristalinos, no contaminan los humanos. También se cuenta con senderos ecológicos en los cuales la biodiversidad fauna y flora del Distrito nos honra con sus hermosos miradores
Santuario de Fauna y Flora de Malpelo	En esta área es la isla oceánica donde más abundan los tiburones y peces de arrecife rocoso y coralino, la cual es uno de los sitios más apetecidos por los buzos.
Mural Buenaventura 450 años al Cosmos	La bellísima obra recoge la historia de Buenaventura en imágenes realizadas bajo la técnica de la acuarela. Es una composición de cinco secciones: el origen de la vida, la Conquista española, la República y vida contemporánea en Buenaventura, y el futuro
Viviendas palafíticas de Buenaventura	Son viviendas construidas dentro del mar, que están soportadas sobre pilares. Estas viviendas son el resultado de la adaptación y el desarrollo de esta tecnología constructiva, que busca básicamente una interacción respetuosa con el lugar donde se ubica, permitiendo un diálogo entre el lugar y sus nuevos habitantes.

<p>Puente El Piñal</p>	<p>El puente El Piñal es un punto estratégico de ubicación, pues es la unión entre la isla y el continente, Desde 1920, cuando los ingleses de la Raymond Concrete Pile Company lo construyeron, el viejo puente El Piñal, que une la zona insular con la continental de Buenaventura, ha desafiado victorioso todos los oprobios de la modernidad.</p>
<p>El bulevar del centro</p>	<p>Es una de las nuevas caras del centro de la ciudad-puerto desde diciembre de 2015. Son 700 m lineales que inician en la catedral de San Buenaventura y terminan frente al emblemático Hotel Estación, como contribución a la renovación paisajística de la ciudad.</p>
<p>Malecón Bahía de La Cruz</p>	<p>Es una importante obra al frente del mar, donde turistas y nativos pueden disfrutar excelentes atardeceres en los diferentes espacios con los que cuenta.</p>
<p>Fincas tradicionales del Pacífico</p>	<p>En estas fincas se pueden encontrar variedad de productos autóctonos de la región Pacífica, tales como borojó, chontaduro, coco, papa china, zapote, cacao, guamo, caimito, guayaba arazá, yuca, caña, chirimoya, banano, plátano, aguacate, pomarrosa, árbol de pan, lulo, etc.</p>

FUENTE: Arboleda, N. (2018). Lineamientos estratégicos para la gestión del turismo en el Distrito de Buenaventura (Colombia). Turismo y Sociedad, XXIII, pp. 237-266. DOI:

<p>PRINCIPALES ATRACTIVOS CULTURALES DEL DISTRO DE BUENAVENTURA</p>	<p>DESCRIPCION DE LOS ATRACTIVOS</p>
<p>Gastronomía asociada con productos del mar.</p>	<p>Se destacan el arroz con mariscos, la cazuela de mariscos, la cazuela de conchas, los camarones al ajillo, el encocado de jaiba, el encocado de camarones, el sudado de camarones, los mariscos apanados, el sudado de pata de burro, el pescado frito, el sudado de calamar, el tapado de pescado, el sudado triple (piangua, camarón, toyo), el seviche de camarón, las empanadas de mariscos, etc.</p>
<p>Yogures y dulces típicos de Buenaventura</p>	<p>Respecto a los yogures, se destacan el de borjón, anón, naidí, guayaba arazá, guayaba y el de arrayán. En cuanto a los dulces, sobresalen las chancacas de coco, el dulce de pepa de pan, el arequipe de papa china, entre otros.</p>
<p>Bebidas típicas de Buenaventura</p>	<p>Tradicionalmente, se elaboran bebidas típicas que tienen como licor de base el viche, que es elaborado con la caña de azúcar de la región Pacífica. Se dice que estas bebidas tienen potencial afrodisíaco, y son comercializadas a turistas y a nativos. Entre estas bebidas se destacan el arrechón, la crema de viche, la toma seca, las botellas curadas, el tumba catre, el rojito, el caigamos juntos, etc.</p>

FUENTE: Arboleda, N. (2018). Lineamientos estratégicos para la gestión del turismo en el Distrito de Buenaventura (Colombia). Turismo y Sociedad, XXIII, pp. 237-266. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.12>

PRINCIPALES ATRACTIVOS CULTURALES, FESTIVIDADES Y EVENTOS DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA	DESCRIPCION DE LOS ATRACTIVOS
Festival Folclórico del Pacífico y Reinado Señorita Litoral	En este festival se organizan tarimas musicales en las cuales se realizan presentaciones de la música propia del Pacífico colombiano, con grupos folclóricos de la región e invitados internacionales. También se llevan a cabo presentaciones de música urbana y salsa. Otra actividad importante es el Reinado “Señorita Litoral”.
Festival Folclórico “Cantores de Río”	El encuentro cultural Cantores de Río se lleva a cabo en octubre; es un espacio que busca reunir a los cantores y cultores de las tradiciones afrocolombianas e indígenas de la zona rural y de la zona urbana de este distrito. Los participantes cantan la música folclórica del Pacífico sur, tales como juga, bunde y currulao.

<p>Congreso Internacional de Marimba y Cantos Tradicionales del Pacífico Sur Colombiano</p>	<p>Este evento convoca a los actores nacionales e internacionales relacionados con las músicas de marimba y cantos tradicionales de la región Pacífica, con el fin de analizar, socializar y discutir acerca del estado de los diferentes ejes de formación, creación y producción en la materia. Esta iniciativa surgió luego de la declaración por parte de la Unesco de las músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico sur colombiano como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad en el año 2010.</p>
---	--

FUENTE: Arboleda, N. (2018). Lineamientos estratégicos para la gestión del turismo en el Distrito de Buenaventura (Colombia). Turismo y Sociedad, XXIII, pp. 237-266. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.12>

MÁS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL PACÍFICO VALLECAUCANO:

- **BAJO CALIMA.** El río Calima desemboca en el río San Juan a la altura de la población de Palestina al nororiente de Buenaventura. Espectacular avifauna, balnearios naturales y aptos para la pesca.
- **SAN CIPRIANO & RÍO ESCALERETE.** Reserva forestal, bajo el amparo de Acuavalle quien autoriza el ingreso. Para llegar a San Cipriano se debe iniciar el recorrido en el corregimiento de Córdoba.

- **RÍO SAN MARCOS.** En la carretera Cabal Pombo, vegetación típica de selva pluvial. Se va por vía terrestre del peaje Loboguerrero a 40 Minutos se encuentra el retén donde está el desvío que lo lleva al Río Sabaletas y a 10 minutos de Sabaletas encontramos el Río San Marcos. Se puede apreciar vegetación típica de la selva pluvial y aguas cristalinas con playas de río.
- **LA BOCANA.** Ubicado 15 Minutos del Muelle Turístico de Buenaventura. Lugar ideal para la pesca artesanal de atún, jurel y pargo. Cuando baja la marea por entre algunas grutas pequeñas bajo los acantilados se puede pasar caminando a pianguita.
- **PIANGUITA.** Pequeñas playas enmarcadas por acantilados y un bosque fluvial poco intervenido. En su mar de aguas verdes esmeralda se puede pescar atún y sierra.
- **BAHIA MALAGA.** Ubicada en el litoral Pacífico. Es la quinta zona de reserva del Valle. Alberga 32 islas e islotes en su interior. Identificados como el Archipiélago de la Plata. Una de ellas es el parque Natural de Isla de Palma donde habitan colonias de Anidación que llegan a sus nidos al atardecer formando un espectáculo sin par. Por ese motivo se construyó en una de las laderas la Base Naval del Pacífico.
- **JUANCHACO.** Ubicado a una hora en lancha desde Buenaventura. Entre los meses de julio y octubre las aguas tibias del mar Pacífico provee la temperatura y la alimentación ideal para que las ballenas jorobadas viajan desde el extremo sur de América hasta el mar Pacífico para tener a sus crías y amamantarlas en sus primeros meses de vida y esto hace posible el avistamiento de estos cetáceos alrededor de Juanchaco, Ladrilleros y Bahía Málaga. Desde Juanchaco también se puede salir en lancha rumbo a las Bocas del Río San Juan. Allí se pueden encontrar las comunidades

indígenas Cholos y Waunana con su tradicional vivienda los Tambos y los cántaros Guerregue elaborados artesanalmente por ellos.

- **LADRILLEROS.** Ubicado a 10 minutos de Juanchaco. Tiene una playa de más de 3 Kilómetros que en marea baja se une con Juanchaco y La Barra. Formando una extensa playa de más de 10 Kilómetros enmarcada por los acantilados entre Juanchaco y Ladrilleros. Desde Ladrilleros se puede visitar las quebradas El Arrastradero – Sardineros.

- **LA PLATA.** Ubicado a 15 minutos en lancha desde Juanchaco. Se puede encontrar recorridos ecológicos por el ecosistema de Manglar. Reconocimiento de especies vegetales. Senderismo. Pesca artesanal.

- **LA BARRA.** De Ladrilleros a La Barra existe un paso peatonal aproximadamente, su recorrido es de 20 Minutos.

- **CASCADA LA SIERPE.** Ubicado en Bahía Málaga Cascada de 65 Mts. De altura en medio de un bosque natural. Acompañada de otras dos caídas de agua en medio del bosque húmedo natural. Las piletas de agua dulce que se forman en la serranía llamadas las Tres Marías. El Estero de agujeros en el cual la desembocadura del río se forma una gran capa de espuma y en cuyo trayecto se puede Esquiar. Bucear. Fauna del bosque. De igual forma en negritos se puede Bucear y practicar la pesca submarina.

- **RIO SBALETAS.** Ubicado en la carretera Cabal Pombo. Aquí podrá disfrutar de la diversidad de la flora y fauna además de práctica de pesca y gastronomía basada en la variedad de mariscos.

- **HOTEL ESTACIÓN.** Patrimonio Cultural Nacional de estilo Neoclásico.

Construido en 1928. Su nombre se da por estar al frente de la Estación del Ferrocarril.

Ubicado en el casco urbano.

- **MURAL 450 AÑOS AL COSMOS.** Ubicado en una de las paredes del centro administrativo municipal. Posee una altura de 11 metros x 40 metros por eso en el año 2005 fue considerado el más alto de Latinoamérica. Sus diferentes sesiones recorren la historia de Buenaventura. Elaborado por los acuarelistas de San Cipriano. Dirigidos por el maestro César Alberto Sarria.

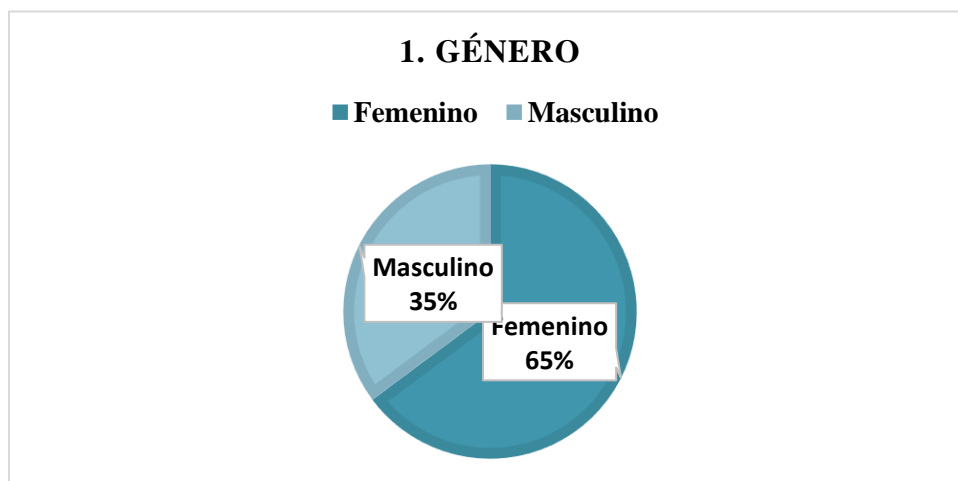
- **MUELLE TURÍSTICO.** Infraestructura turística.

- **PARQUE NESTOR URBANO TENORIO.** Ubicado en el casco urbano encontramos en este parque un faro con vista al mar donde se puede apreciar la entrada y salida de las grandes embarcaciones que arriban al puerto.

Objetivo 2: Identificar y categorizar los servicios bio turísticos existentes en el distrito especial industrial portuario biodiverso y ecoturístico de Buenaventura y su zona de influencia

SOCIALIZACION DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION.

1. Género

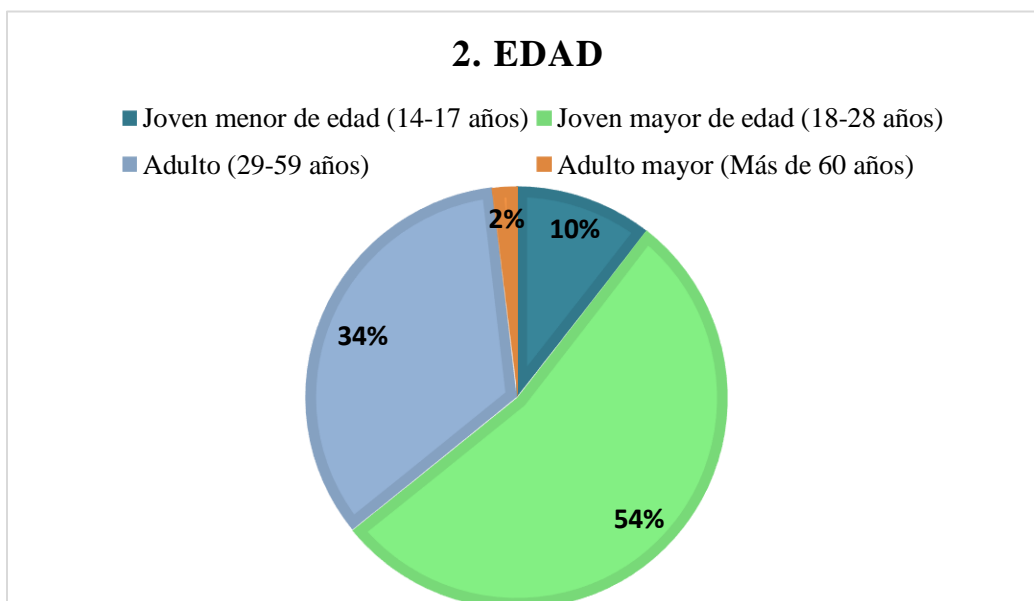


Gráfica: 1

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 65% de las personas encuestadas son de género femenino y el 35% son de género masculino.

2. Edad



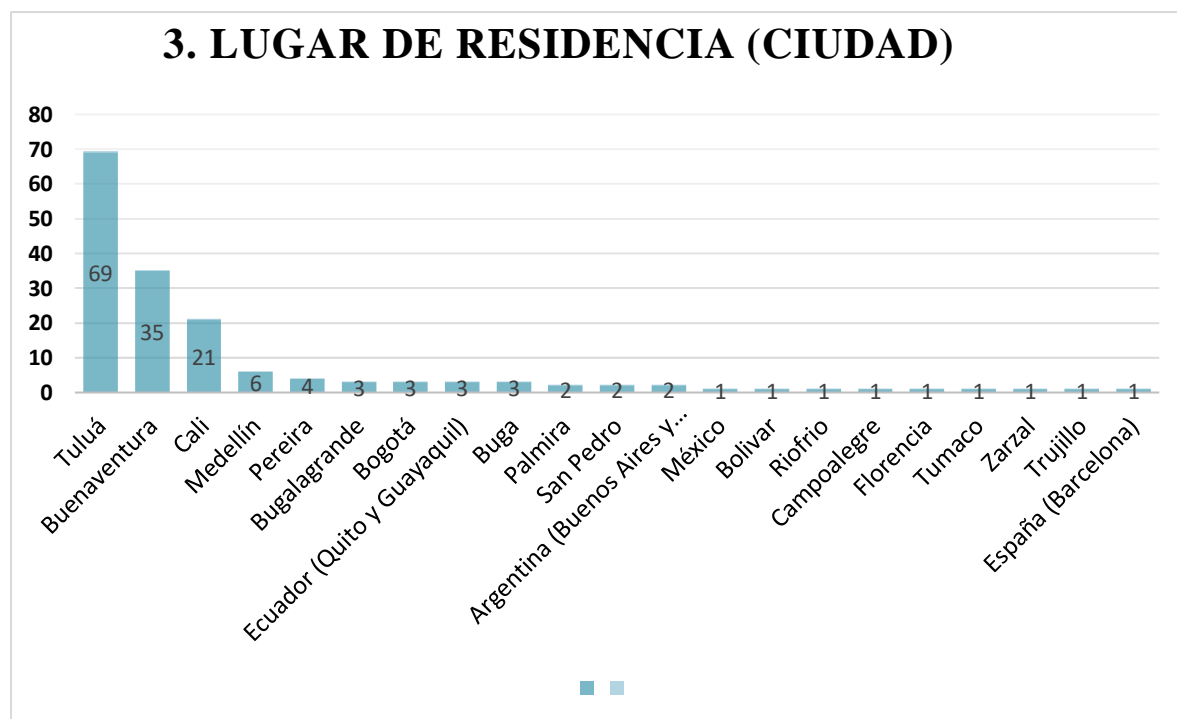
Gráfica: 2

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección

de información

Como se evidencia en el gráfico, la mayoría de las personas encuestadas son jóvenes mayores de edad entre 18 y 28 años de edad con un 54%, luego las personas adultas entre 39 y 59 años de edad con un 34% y finalmente un 12% de adulto mayor y jóvenes menores de edad entre 14 y 17 años de edad.

3. Lugar de residencia



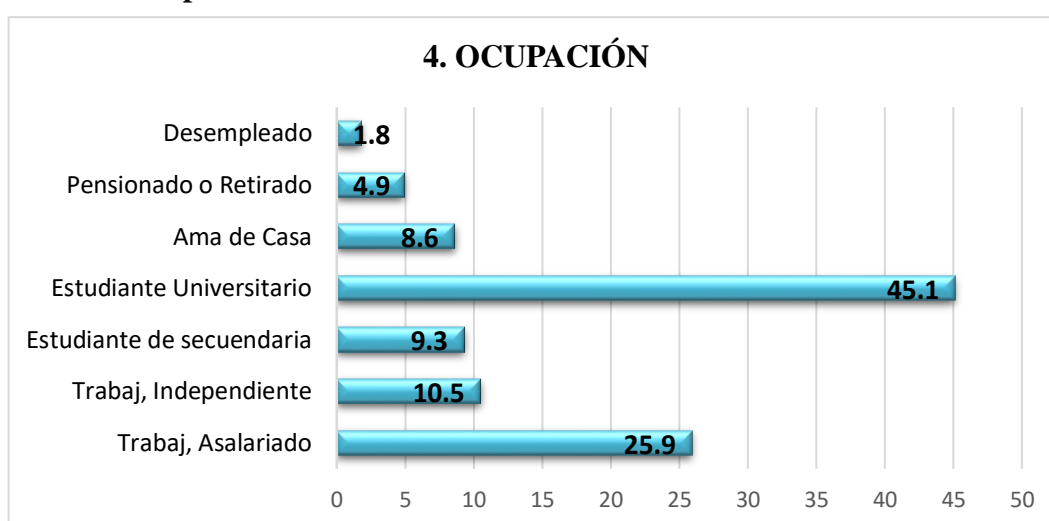
Gráfica: 3

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

Al analizar el lugar de residencia de los encuestados, se puede evidenciar la mayoría de estos viven en Tuluá, con un 43%, también un alto porcentaje de residentes de Buenaventura

respondieron la encuesta siendo un 22% y también demás ciudades del departamento del Valle del Cauca en total fue un 20% incluyendo en estas (Cali, Bugalagrande, Buga, Palmira, Zarzal, San Pedro, Trujillo, Bolívar y Rio frio) Otras ciudades del país ocuparon los siguientes porcentajes, Medellín 3%, Pereira y Bogotá 2,5%, Campoalegre, Tumaco y Florencia 3% y finalmente la comunidad internacional que respondió la encuesta corresponden al 4% en los que incluimos México, Ecuador, España y Argentina.

4. Ocupación

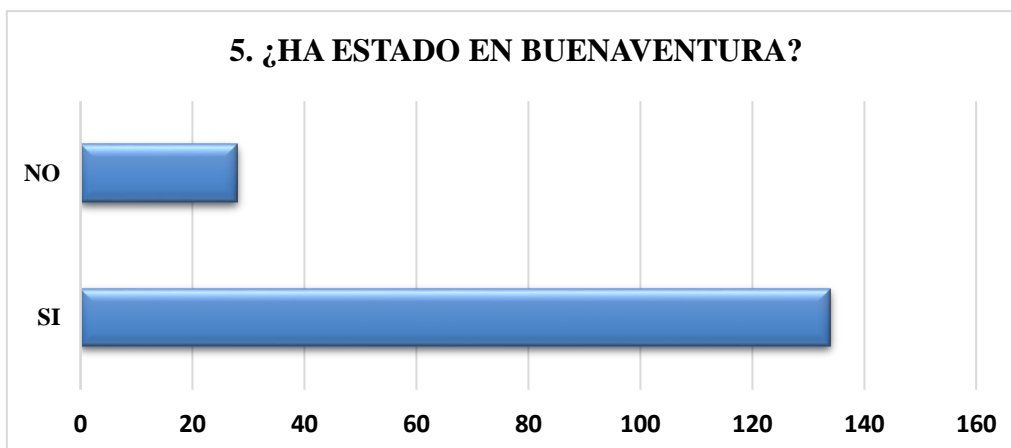


Gráfica: 4

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

Con respecto a la ocupación de los encuestados, se evidencia que la mayoría son estudiantes universitarios con un 45% y los trabajadores asalariados con un 25,9%

5. ¿Ha estado en Buenaventura?

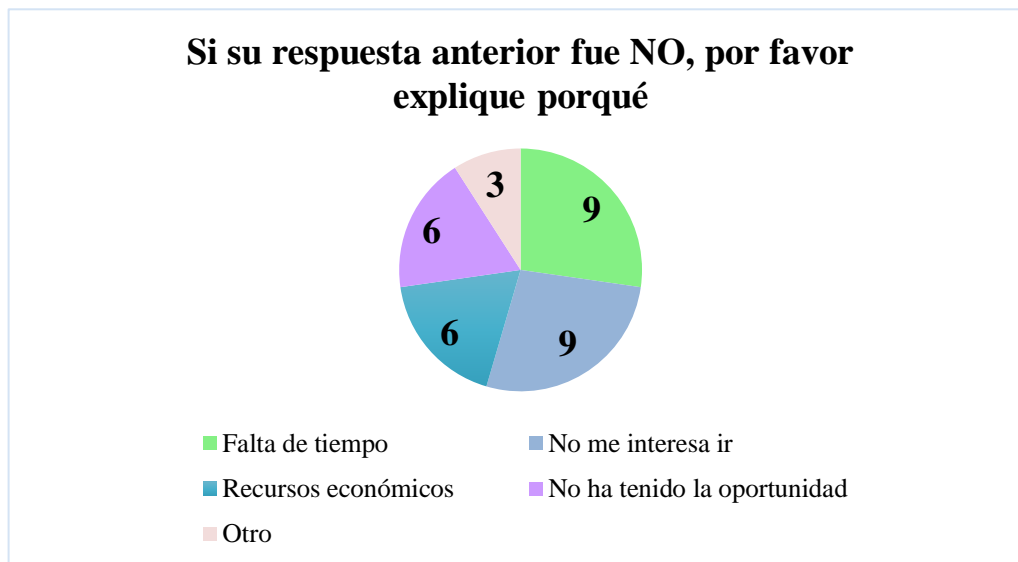


Gráfica: 5

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 82,7% de los encuestados si ha estado en Buenaventura, en cambio el 17,3% no ha estado en esta Distrito.

Si su respuesta anterior fue NO, por favor explique por qué



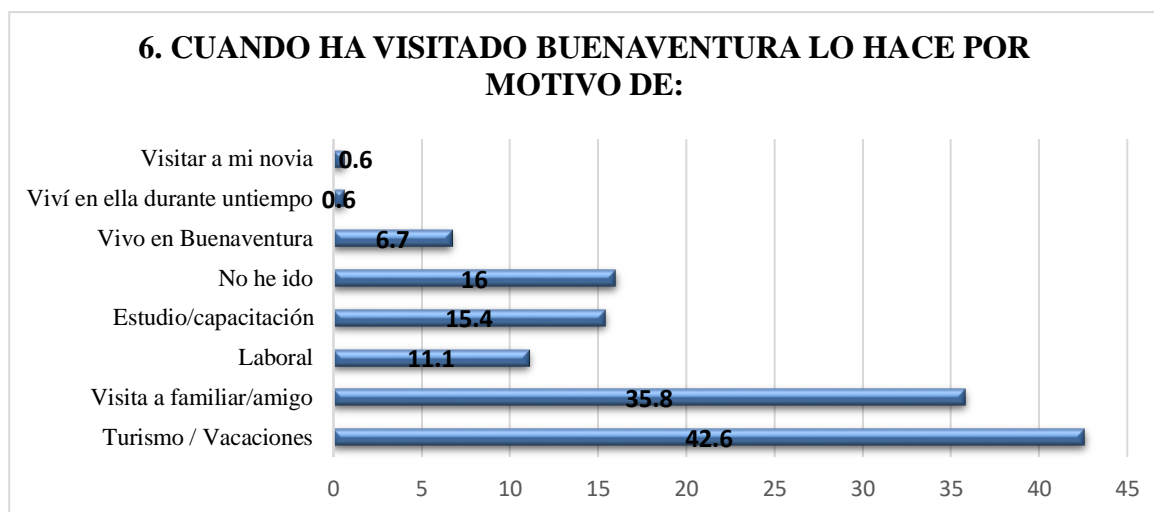
Gráfica: 5.1

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección

de información

En esta pregunta, evaluamos únicamente a 28 personas que corresponden a los que no han ido a Buenaventura, como se evidencia en las respuestas, la mayoría no ha ido por motivo de falta de tiempo, no le interesa ir, recursos económicos y no ha tenido la oportunidad

6. Cuando ha visitado Buenaventura lo hace por motivo de

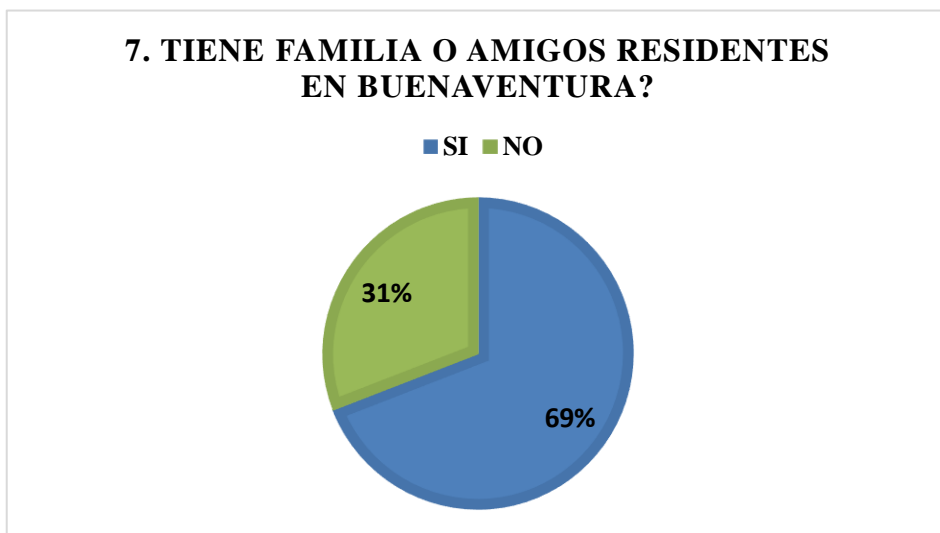


Gráfica: 6

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 42.6% de los encuestados votaron que cuando han visitado a Buenaventura lo hacen por motivo de Turismo/ Vacaciones. El 35,8% por familiar/ amigo, el 15,4% estudio/ o capacitación, el 16% no ha visitado Buenaventura, el 1.9% es de Buenaventura y el 0,6% opto por otros motivos.

7. ¿Tiene familia o amigos residentes en Buenaventura?

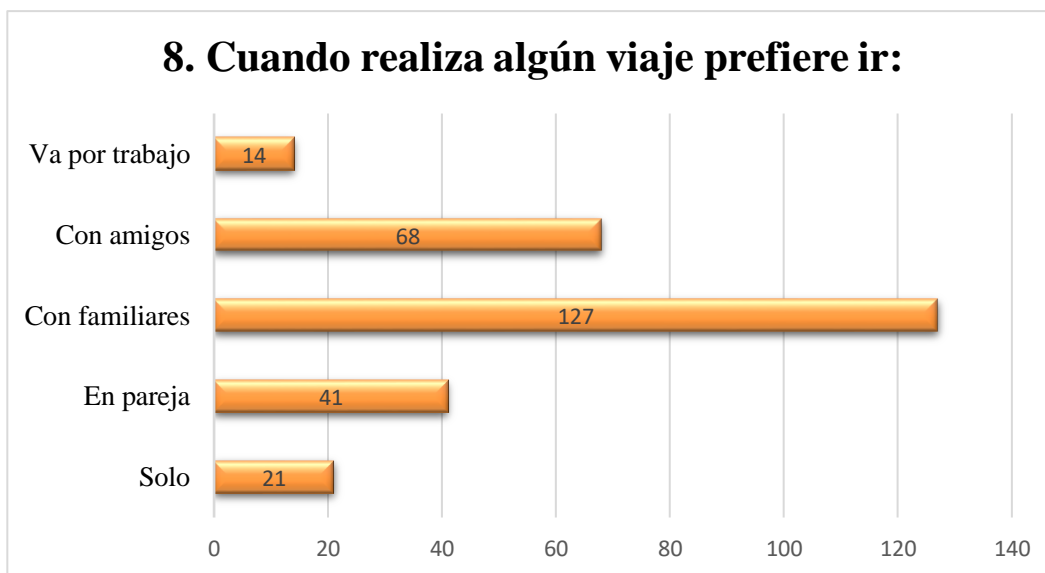


Gráfica: 7

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 30,9% nos manifestó que no tiene familia o amigos residentes en Buenaventura y el 69.1% que si tiene familiares amigos en el Distrito.

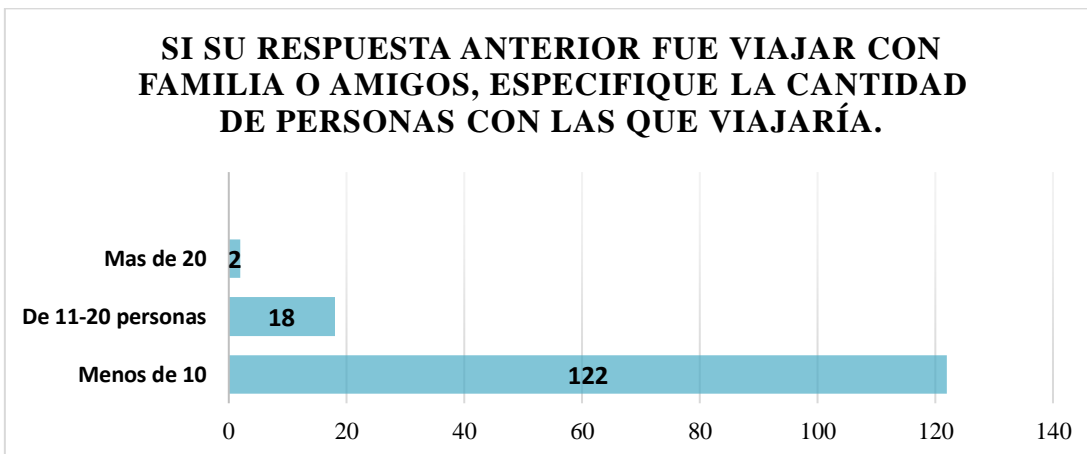
8. Cuando realiza algún viaje, prefiere ir



Gráfica: 8

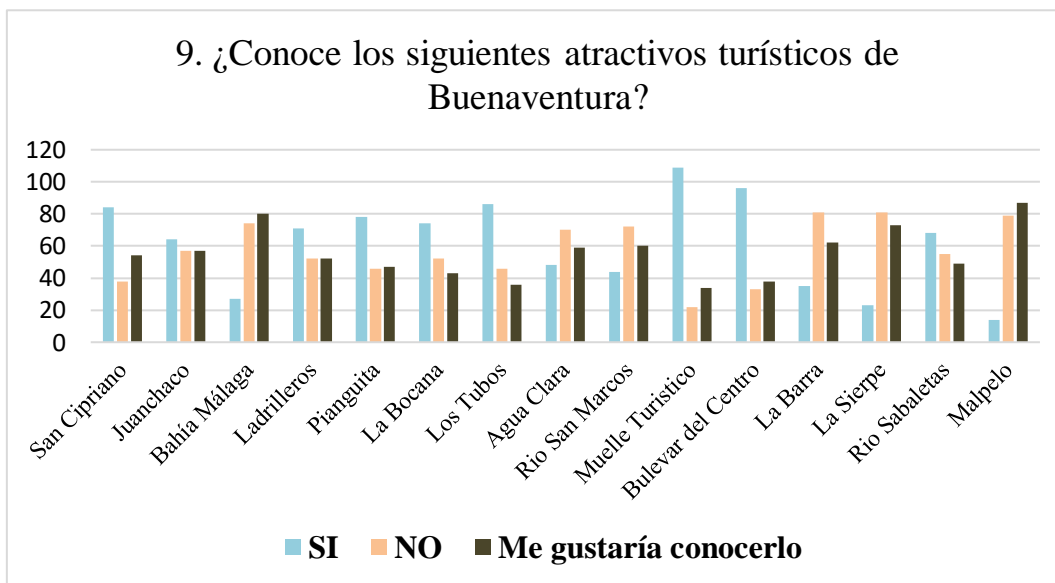
Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 78.4% nos manifestó que cuando realiza un viaje prefiere ir con sus familiares, el 42% con amigos, el 25.3% en pareja, 13% sale solo, 8.6% dice que viaja por trabajo.



Con esta pregunta, se busca conocer la cantidad de personas con la que se viaja al Distrito de Buenaventura con un 87.1% son menos de 10 personas, el 12,9% son de 11- 20 personas, y el 1.4% va más de 20 personas.

9. ¿Conoce los siguientes atractivos turísticos de Buenaventura?



Gráfica: 9

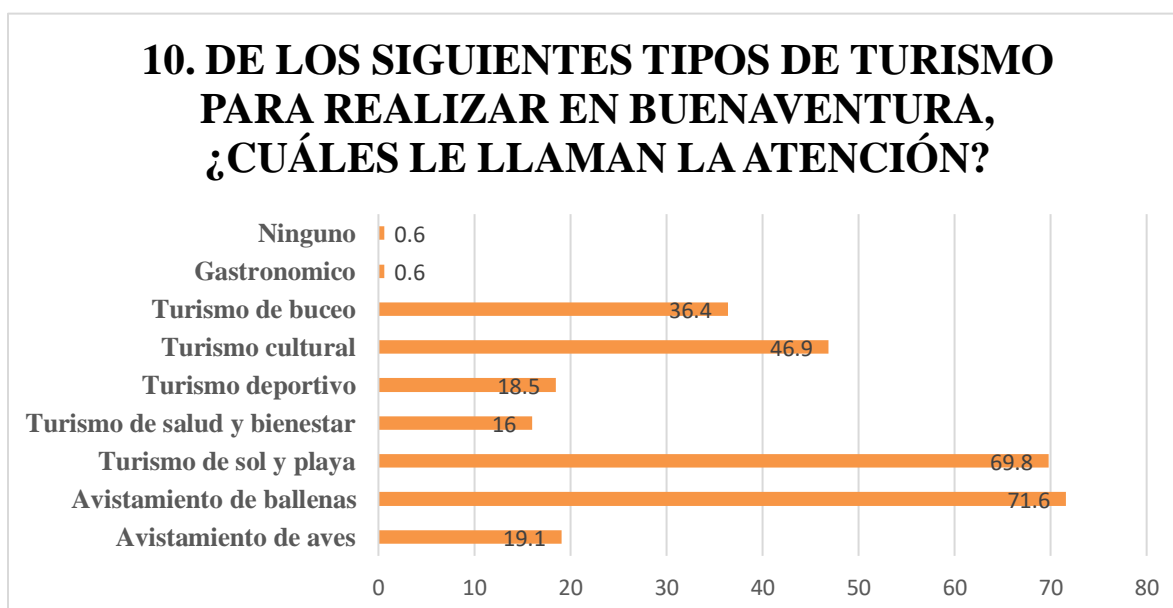
Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

Los encuestados nos manifestaron que los atractivos turísticos de buenaventura que conocen son: Muelle turístico, el bulevar del centro, San Cipriano, los tubos, pianguita, la bocana, Ladrilleros, ríos sabaleta.

Los atractivos que no conocen: Cascada la sierpe, La barra, Bahía Málaga, Agua Clara, San Marcos, Malpelo.

Los atractivos que le gustaría conocer: Malpelo, Bahía Málaga, Cascada la sierpe, la Barra, Juanchaco, San Marcos, Agua Clara.

10. De los siguientes tipos de turismo para realizar en buenaventura, ¿cuáles le llaman la atención?

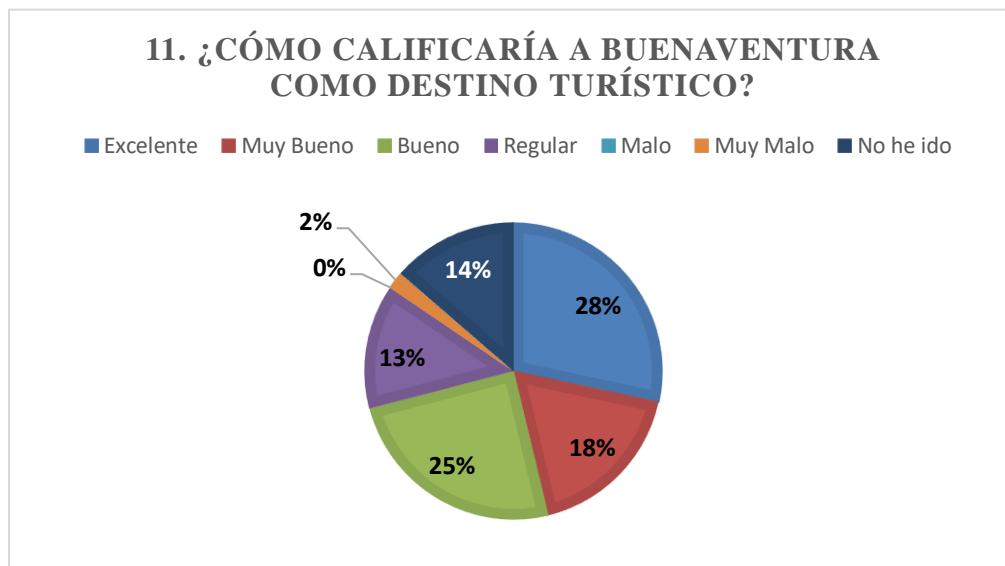


Gráfica: 10

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 71.6% le gustaría realizar el turismo de avistamiento de ballenas, para el turismo de sol y playa el 69.8%, turismo cultural 46,9%, turismo buceo 36.4%, Avistamiento de Aves 19.1%, turismo deportivo 18.5%, turismo salud y bienestar 16%, el 0,6% opto por ninguno o un turismo gastronómico.

11. ¿Cómo calificaría a Buenaventura como destino turístico?

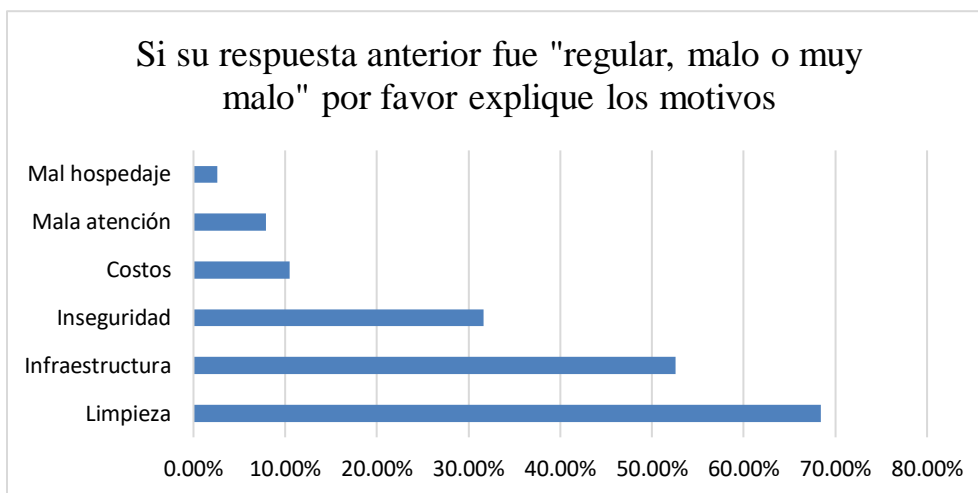


Gráfica: 11

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

Como se evidencia en la gráfica, la mayoría de los encuestados, un 28% contestaron que les parece excelente, el 25% en cambio, dijo que les parece bueno, y el 18% dijo que muy bueno, pero el 13% de los encuestados dijo que es muy regular y un 2% dijo que muy malo, el restante 14% no ha ido

11.1 Si su respuesta anterior fue "regular, malo o muy malo" por favor explique los motivos



El objetivo de la pregunta anterior es saber por qué a las personas les parece que Buenaventura no es un buen atractivo turístico, a lo que la mayoría respondió que es por la falta de limpieza en sus destinos turísticos, la infraestructura de este distrito y la inseguridad

12. ¿Cuál es el tiempo máximo que ha pasado en Buenaventura?

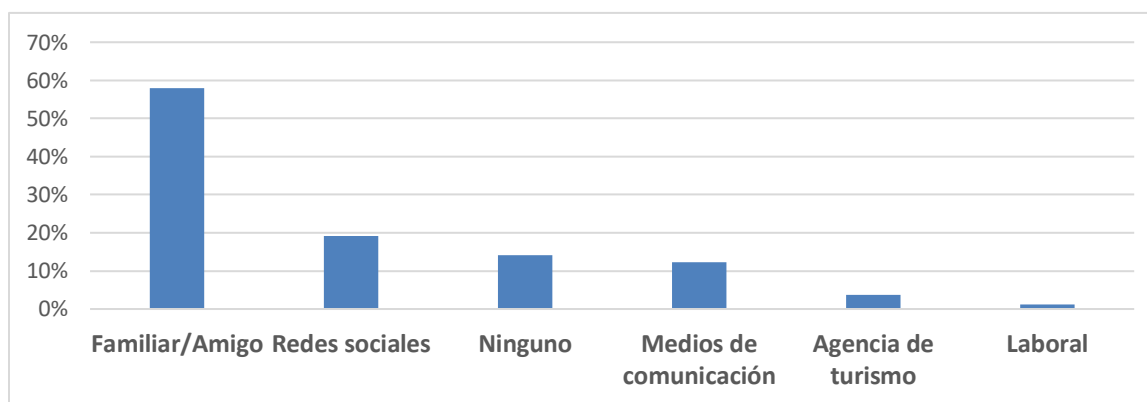


Gráfica: 12

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

En este grafico se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados son residentes de Buenaventura, con un 33,9%, los demás encuestados prefieren pasar de 2-3 días o una pasadía, pero no más de una semana en Buenaventura.

13. ¿Cómo supo de este destino turístico?

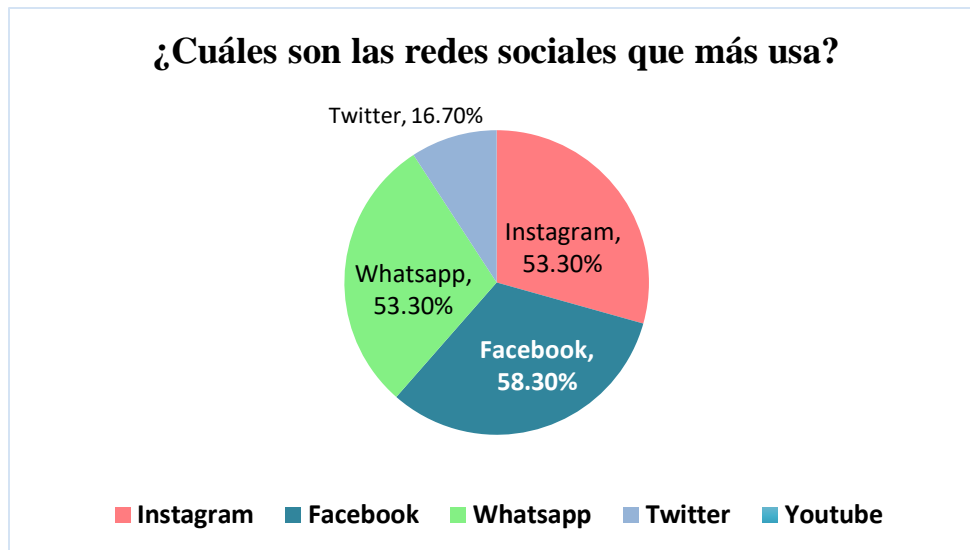


Gráfica: 13

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

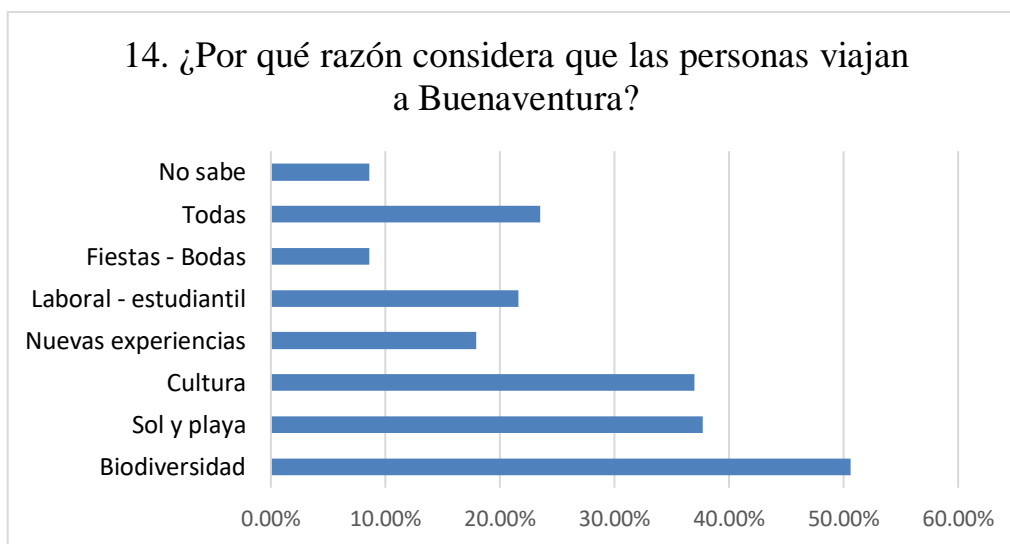
En este grafico se puede evidenciar que la mayoría de personas se enteraron de este destino turístico por medio de un familiar o amigo, redes sociales, medios de comunicación, una agencia de turismo, por el trabajo o por ninguno de los anteriores.

**13.1 Si su respuesta anterior fue "redes sociales" por favor especifique
¿Cuáles son las redes sociales que más usa?**



El objetivo de esta pregunta fue determinar cuáles son las redes sociales que más usan los encuestados, a lo que sus respuestas evidenciaron que la más usada es Facebook, luego Instagram y WhatsApp y finalmente Twitter y YouTube con un menor porcentaje.

14. ¿Por qué razón considera que las personas viajan a Buenaventura?

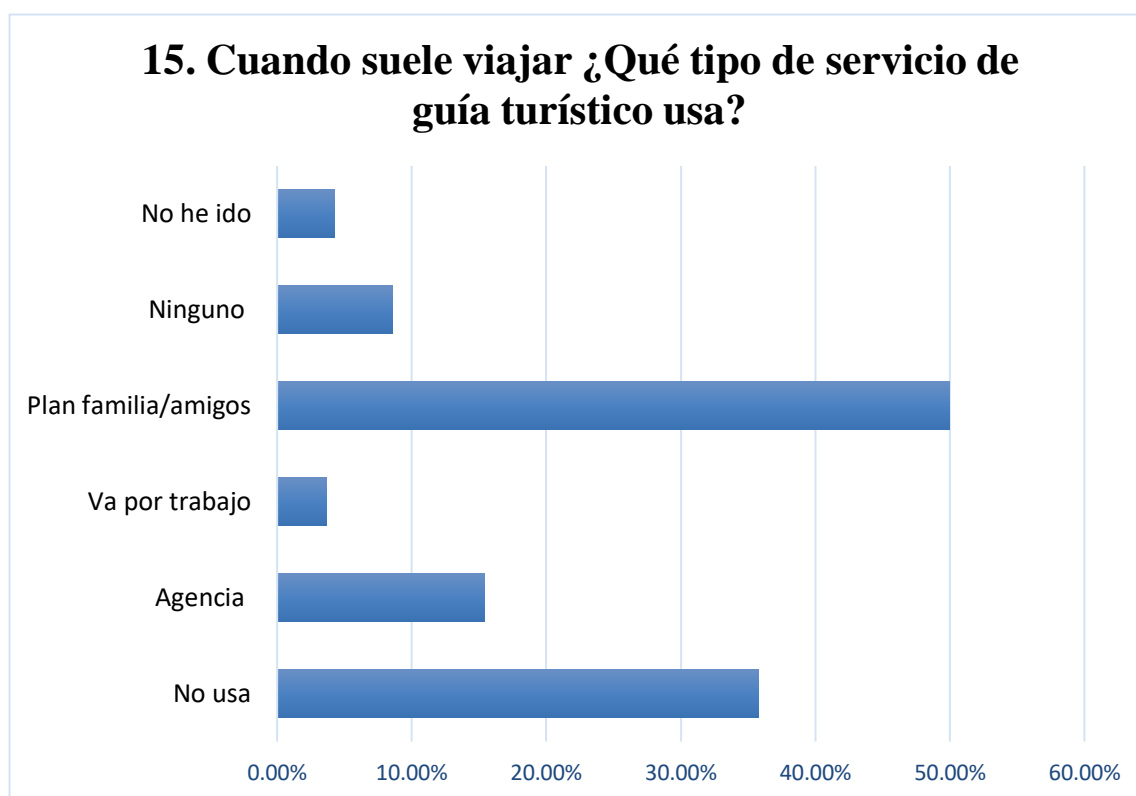


Gráfica: 14

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

En este gráfico se puede evidenciar las razones por las que los encuestados creen que las personas viajan a Buenaventura, primero el 50% dice que es por la Biodiversidad, es decir, para ver el avistamiento de ballenas, conocer senderos, ríos, etc., también el 37% dijo que las personas viajan a este distrito para conocer más su cultura, ejemplo, comida, bailes típicos, bebidas etc. y también para conocer su playas y finalmente menos del 20% creen que las personas viajan por razones laborales o estudiantiles.

15. Cuando suele viajar ¿Qué tipo de servicio de guía turístico usa?



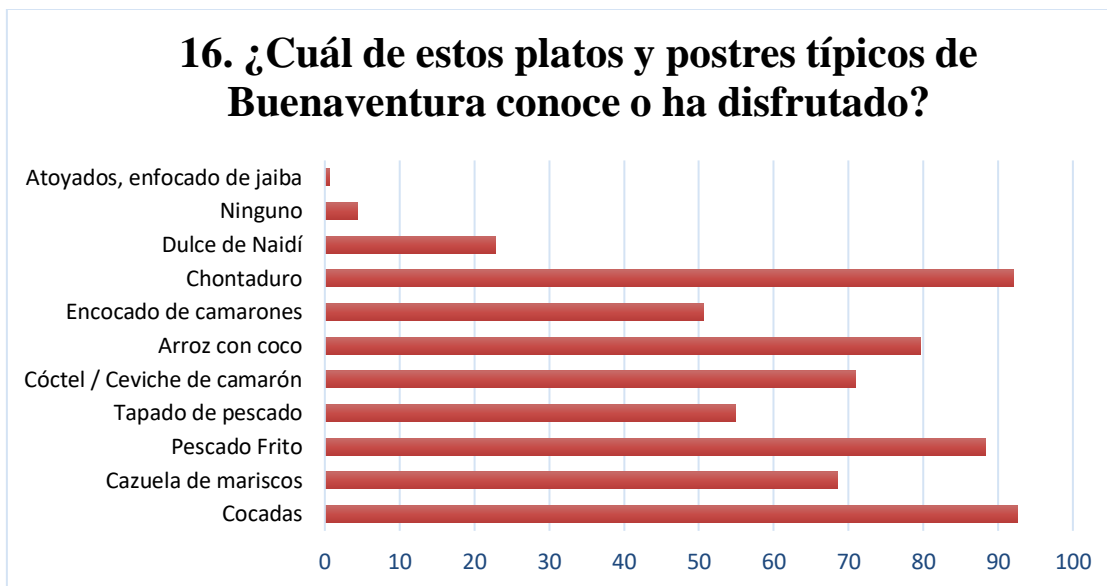
Gráfica: 15

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El objetivo de esta pregunta era determinar si cuando las personas viajan usan guía turístico o no, y los que no usan que opción prefieren a lo que el 50% de los encuestados dijo que prefiere ir

en plan amigos o con la familia, el 35% no usa guía turístico, el 15% prefiere una agencia de viajes y el 3% va por trabajo.

16. ¿Cuál de estos platos y postres típicos de Buenaventura conoce o ha disfrutado?

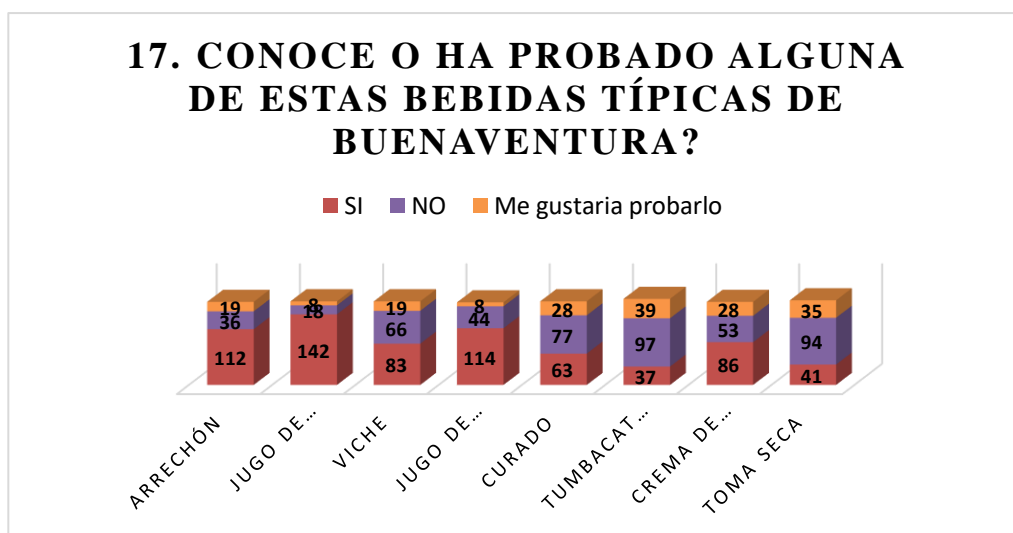


Gráfica: 16

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 92.6% los encuestados han disfrutado de las cocadas, 92% del chontaduro, 88.3% del pescado frito, 79.6% del arroz con coco, 71% el ceviche de camarón, 68.5% cazuela de mariscos, 54.9% tapado de mariscos, 50.6% encocado de camarones, 22.8% ha probado el dulce de Naidí, 4.3% no ha probado ninguno de los postres o platos típicos, y el 0,6% jugo de Naidí, atollado de jaiba

17. ¿Conoce o ha probado alguna de estas bebidas típicas de Buenaventura?



Gráfica: 17

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

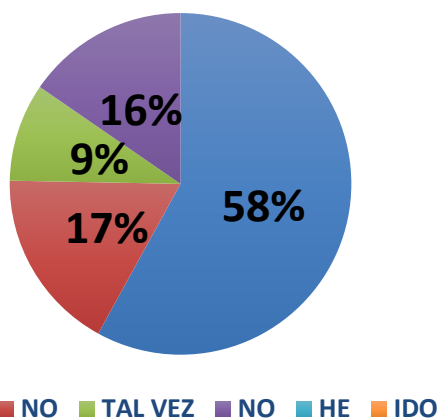
Los encuestados manifiestan que han probado algunas de estas bebidas típicas como el: Jugo de borojó, Jugo de chontaduro, arrechón, crema de viche.

Las bebidas típicas que no han probado: Tumba catre, Toma seca, curado y viche.

Las bebidas típicas que les gustaría probar: Tumba catre, Toma seca, crema de viche, viche y arrechón.

18. ¿En su estancia por Buenaventura ha oído o visto los bailes típicos de la Región?

18. En su estancia por Buenaventura ha oído o visto los bailes típicos de la Región?



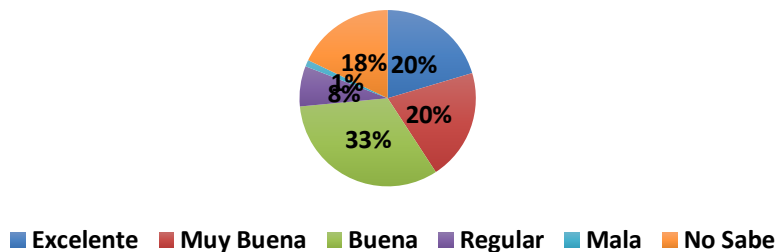
Gráfica: 18

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 58% de los encuestados dicen que, si han oído de los bailes típicos de esta región, el 17.7% dice que no ha oído de ello, 15.4% no ha ido a Buenaventura, y el 9.3% tal vez si los ha oído

19. ¿Qué piensa de la atención que se le brinda al turista?

19. Qué piensa de la atención que se le brinda al turista?

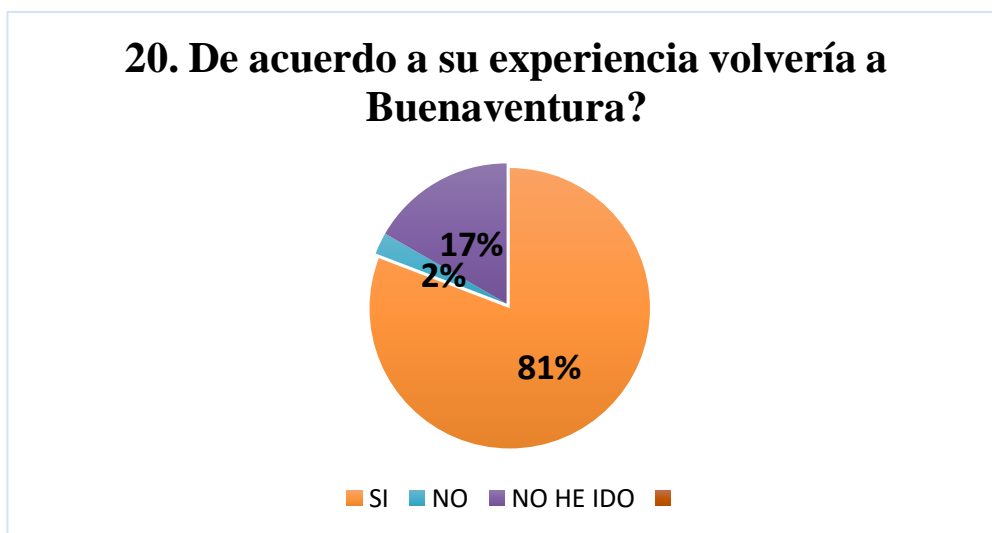


Gráfica: 19

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

La atención que se brinda al turista en Buenaventura el 32.7% dijo que era buena, el 20.4% opto por muy buena, el otro 20.4% dice que es excelente, el 17.9% dijo que no sabía cómo es la atención, el 7.4% regular, y el 1.2% dijo que era mala la atención hacia el turista

20. ¿De acuerdo a su experiencia volvería a Buenaventura?



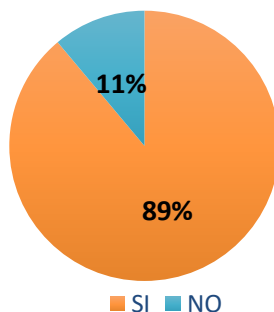
Gráfica: 20

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

De acuerdo a la experiencia el 80.9% opto que si volvería a Buenaventura, el 16.9% no ha ido, y el 2.5% dice que no volvería

21. ¿Ahora que conoce más sobre los atractivos turísticos de Buenaventura, le gustaría seguir informándose por medio digital de la diversidad de estos?

21. Ahora que conoce más sobre los atractivos turísticos de Buenaventura, le gustaría seguir informándose por medio digital de la diversidad de estos?



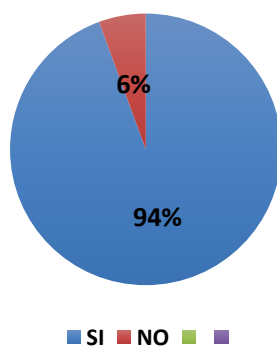
Gráfica: 21

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 88.9% de los encuestados nos informa que, si les gustaría seguir informándose por medio digital sobre los atractivos turísticos de Buenaventura, y el 11.1% no le gustaría informarse

22. ¿Recomendaría a alguna persona visitar Buenaventura?

22. Recomendaría a alguna persona visitar Buenaventura?



Gráfica: 22

Fuente: Elaboración propia de los autores teniendo como base el instrumento de recolección de información

El 94.4% si recomendaría a algunas personas a que visite Buenaventura, y el 5.6% dijo que no lo recomendaría.

23. Por último, nos gustaría conocer si tiene alguna crítica o sugerencia frente a Buenaventura como destino turístico.

Esta pregunta se plantea a los encuestados para saber las diferentes críticas o sugerencia de Buenaventura como destino turístico siendo así, de 150 personas solo obtuvimos 89 respuestas que expresaban libre mente sus pensar sobre el turismo en esta región como:

Aspectos Positivos

- Es un excelente lugar, tiene muchos sitios turísticos y le gusta ir mucho allá.
- La diversidad y lugares a visitar son magníficos
- Todo es muy bonito.
- Muy buena atención, excelentes comidas.
- Es un gran lugar para conocer la cultura de la región pacífica.
- No lo conocen muy bien, pero me gustaría experimentar más la cultura y la gastronomía bonaverense.
- Un lugar muy amable
- Excelente lugar para pasarlo en familia.

Aspectos a Mejorar

- Mejorar la seguridad.
- Más inversión del gobierno en la población.
- Falta de cultura
- Mucha basura en el mar.
- Mejorar el costo de las tarifas para los nativos y turistas, ya que es muy costoso.
- Mejorar más en la parte de infraestructura y organización de la ciudad (limpiezas) para el mejoramiento del medio ambiente y así poder disfrutar de sus sitios turísticos.
- Capacitar en la atención al cliente y crear un gremio confiable en el sector turístico-hotelero, para atraer a más personas.
- Guías turísticos para las diferentes zonas.
- Capacitación a toda la cadena turística.
- Mayor publicidad.
- Falta de infraestructura (parqueaderos, restaurantes y el servicio de despacho de lanchas)
- Mejorar los servicios básicos como el agua, el saneamiento y la recolección de residuos sólidos
- Contemplar articulación al aeropuerto
- Capacitación para las personas en atención al cliente y del idioma inglés.
- zonas de juegos para los niños

13. Resultados esperados

El proyecto de investigación titulado “Plan estratégico de marketing para potencializar la biodiversidad del Distrito especial industrial portuario Biodiverso

eco turístico de Buenaventura Valle del Cauca y su zona de influencia del Sur Occidente Colombiano”, se trabajó bajo un esquema de la virtualidad donde todas las respuestas se dieron de forma segura y confiable donde se logró las expectativas por parte de los ciudadanos dar respuesta a cada una de las preguntas donde nos manifestaron sus gustos, preferencias e inconformidades frente a la percepción turística de buenaventura y sus alrededores, este proyecto se viene realizando de una manera muy amena donde se reflejan los resultados de trabajo realizado por las estudiantes coinvestigadoras del tema

- Aumento del conocimiento de las políticas de turismo ecológico y biodiverso a nivel Nacional, Departamental y Municipal específicamente del Distrito especial Industrial portuario Biodiverso y eco- turístico de Buenaventura Valle del cauca
- Categorizar los servicios bio turísticos existentes en el distrito de Buenaventura y su zona de influencia
- Tener la clasificación de los tipos de servicios turísticos que ofrece el distrito de Buenaventura
- Construir estrategias de marketing que faciliten el posicionamiento del distrito de Buenaventura como destino bioturístico y eco turístico del suroccidente colombiano

14. Conclusiones

Con la presente investigación se ha identificado las diferentes estrategias de marketing que contribuyen al mejoramiento y organización del sector turístico ya que la zona del

pacífico ha carecido una de estructura, organización y de entes gubernamentales que ayuden al desarrollo y crecimiento del Distrito de Buenaventura.

Las oportunidades que se ven a futuro son muy positivas ya que el gremio turístico está en constante evolución y la necesidad de mercado es muy consistente que lo ayuda a impulsarse, darse a conocer y mostrarse más atractivo hacia el público objetivo. La secretaria de turismo cuenta con unos fondos muy insuficientes para lograr cubrir toda la demanda que se requiere como lo estableció el POAI (Plan Operativo Anual de Inversiones) todo esto con el fin de apoyar las iniciativas culturales, biodiversas y turísticas.

También se evidencia las actividades exitosas que se está llevando a cabo como el festival folclórico del pacífico, y el festival de la ballena yubarta en el mes de agosto y así dar a conocer los iconos más importantes del folclor, gastronomía y las artes más importantes de todo el turismo de naturaleza o también conocido como ecoturismo, donde también se busca dar una mayor exploración en los ríos San Cipriano, la sierpe, que cuentan con las condiciones apropiadas para el desarrollo de la actividad turística y que va muy ameno con la ecología del Distrito.

Como conclusión del instrumento de recolección de información aplicada en el Distrito de Buenaventura Valle del Cauca con respecto a la biodiversidad del Distrito especial industrial portuario Biodiverso eco turístico de Buenaventura los encuestados manifestaron no estar del todo conformes en cuanto a:

- Tener unas tarifas estables sobre el costo de las tarifas para los nativos y turistas, ya que es muy costoso. También mejorar la parte de infraestructura de (parqueaderos, restaurantes y el servicio de despacho de lanchas) del muelle turístico

- La falta por parte de los ciudadanos de Buenaventura tener una mejor conciencia sobre la cultura, seguridad y sobre el deterioro de las basuras en el mar.
- Se necesitan también más guías turísticos calificados que den recorridos en cada una de las diferentes zonas, tener una atención al cliente y su dominio en el inglés.
- Capacitar a toda la cadena hotelera donde genere confiabilidad en el sector turístico-hotelero, para atraer a más personas.

15. Recomendaciones

Antes de concluir nuestro proyecto de investigación, deseamos sugerir algunas recomendaciones con base a los resultados y las

Conclusiones a que se llegó luego del presente estudio de investigación

- El estudio realizado hace ver que el Distrito de Buenaventura necesita un apoyo financiero considerable donde se invierta más en los diferentes atractivos turísticos para que las personas nacionales e internacionales se sientan a gusto disfrutando de las comodidades del sector.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se observa la necesidad de seguir trabajando en el Distrito en materia de seguridad y de capacitar a las personas para tener una mejor atención hacia el cliente que visite Buenaventura.
- Según los resultados obtenidos, se considera aumentar la importancia de la publicidad sobre los atractivos turísticos que ofrece el distrito, ya que muchas personas incluso del mismo departamento desconocen la diversidad que hay en Buenaventura, ya sea por medio de redes sociales, medios de comunicación y el marketing de personas (divulgar información) y manejar una tarifa de precios adecuada para las personas.

- Trabajar en mejorar la cultura de las personas nativas y residentes del Distrito de Buenaventura con respecto al aseo e higiene, ya que según los resultados del estudio de investigación la mayoría de personas no visitan Buenaventura por la falta de limpieza en la ciudad y los atractivos turísticos
- Es necesario seguir implementando políticas que velen por el bienestar del Distrito donde se observe el progreso de los sectores y los avances del sector turístico a nivel internacional.
- Programar más actividades a lo largo del año donde las personas que visiten a Buenaventura participen de manera activa y se involucren más en las culturas que hay en la zona rural.

16. Bibliografía

- CHANDLER, S. Planeación estratégica. McGraw – Hill. Madrid. 2000. Pág. 23 – 25
- FLEMING, Paul. Citado por MANCERA, Jenny Paola. La Era del Marketing Digital y Las Estrategias Publicitarias en Colombia. 2012
- KOTLER Y AMSTRONG, Citado por la Universidad de Palermo. En Línea. Disponible en https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf (Consultado en Septiembre 2018)
- KOTLER, Philip. Marketing Estratégico. Editorial Mac- Graw Hill. Madrid. 2010.

- KOTLER, Philip. Preguntas Más Frecuentes Sobre Marketing. Editorial Norma. 2005.
- MCDANIEL Y GATES. Mercadotécnica. En línea. Disponible en. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/contreras_c_av/capitulo2.pdf. (Consultado Enero 2018).
- MUÑIZ, Rafael. El Marketing Directo; Marketing en el siglo XXI. Capítulo 10. S.f.
- SCHARCH Kirberg Alejandro, SCHNARCH González David. Marketing Para Emprendedores. Ecoe Ediciones. 2010.
- Marketing turístico, Antoni Serra Cantallops , 2002
- Foro nacional de la biodiversidad, Walter g Rosen, 1986
- Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible
- Organización mundial del comercio
- ANETCOM. Estrategias de Marketing Digital Para Pymes. Filmac Centre S.L. 2007
- BRAIDOT, Néstor. Neuromarketing. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, 2009.
- CHANDLER, S. Planeación estratégica. McGraw – Hill. Madrid. 2000. Pág. 23 – 25.
- FLEMING, Paul. Citado por MANCERA, Jenny Paola. La Era del Marketing Digital y Las Estrategias Publicitarias en Colombia.
- KOTLER Y AMSTRONG, Citado por la Universidad de Palermo. En Línea. Disponible en

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf

(Consultado en Septiembre 2018)

- KOTLER, Philip. Marketing Estratégico. Editorial Mac- Graw Hill. Madrid.

2010.

- <https://www.minenergia.gov.co/biodiversidad>
- <http://biotsbioturismo.blogspot.com/p/bioturismo.html>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_\(Valle_del_Cauca\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_(Valle_del_Cauca))
- <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/pacifica/buenaventura> , Nuestro futuro

común» de 1987, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo)

- <https://comunidad.iebschool.com/marketuris/>
- <https://www.uv.mx/personal/marisperez/files/2013/08/1-Biodiversidad.pdf>

La Biodiversidad y el uso de la tierra January 1999 *with* 1,468 Reads

https://www.researchgate.net/publication/269222358_La_Biodiversidad_y_el_uso_de_la_tierra