



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA**

**Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San  
Antonio en la provincia de El Oro**

**AUTORES**

**Guzmán Morales, María Paula  
Encarnación Vera, Gissel Diana**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA**

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Guzmán Morales, María Paula y Encarnación Vera, Gissel Diana**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Guzmán Morales, María Paula**

**DECLARO QUE**

El Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro** previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**LA AUTORA**

---

**Guzmán Morales, María Paula**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Encarnación Vera, Gissel Diana**

**DECLARO QUE**

El Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro** previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**LA AUTORA**

---

**Encarnación Vera, Gissel Diana**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Guzmán Morales, María Paula**

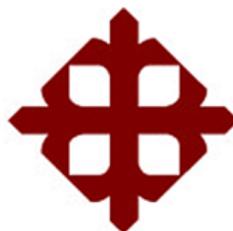
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**LA AUTORA**

---

**Guzmán Morales, María Paula**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Encarnación Vera, Gissel Diana**

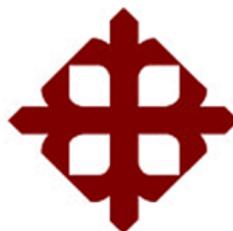
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

**LA AUTORA**

---

**Encarnación Vera, Gissel Diana**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro, presentado por las estudiantes **Guzmán Morales, María Paula y Encarnación Vera, Gissel Diana**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">TT GUZMAN MORALES MARIA PAULA - ENCARNACION VERA GISSEL DIANA.doc</a> (D63924746)
Presentado	2020-02-14 16:32 (-05:00)
Presentado por	marielpinosg@hotmail.com
Recibido	mariela.pinos.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	<a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 4% de estas 44 páginas, se componen de texto presente en 10 fuentes.

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs  
TUTOR**

## **Agradecimiento**

*En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro, gracias a todas las personas que fueron participes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, fueron ustedes los responsables de realizar su pequeño aporte, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.*

*Gracias a nuestra tutora Mariela Pinos por tenernos tanta paciencia en este largo proceso, por estar siempre disponible en cada duda que teníamos, por cada consejo que nos sugería para que nuestro proyecto de titulación se haya podido desarrollar con todo el esfuerzo y dedicación necesaria.*

*Agradezco a mis padres por permanecer a mi lado en todo momento, a mi mami por su frase de motivación “estudia julia estudia”, que sin dudar alguna fue una anécdota que ayudo día a día para culminar este proyecto de titulación. Gracias por su amor incondicional a pesar de las decepciones causadas por mis errores y apoyarme siempre.*

***Gissel Diana Encarnación Vera***

## **Dedicatoria**

*El presente trabajo se lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme las fuerzas para continuar con este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.*

*A mis padres Marco Encarnación y Lety Vera quienes con su amor y paciencia me han permitido llegar a culminar hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque ellos siempre han estado conmigo. Son los me apoyaron incondicionalmente no solo en lo económico para poder llegar a ser una profesional sino también en la parte moral, brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona.*

*Y sin dejar atrás a toda mi familia que de alguna u otra manera apoyaron con sus consejos y palabras de aliento para seguir adelante.*

***Gissel Diana Encarnación Vera***

## **Agradecimiento**

*Agradezco grandemente a Dios por haberme dado la sabiduría y paz necesaria para llevar a cabo este proyecto.*

*A mis padres por su amor y apoyo incondicional que han sido participes de alcanzar un logro más en mi vida.*

*A mis hermanos André, Leonardo, Stefany y mi sobrino Angelito. Les agradezco por su paciencia ya que han sido un apoyo para mí durante este tiempo.*

*A mis mejores amigos que me han acompañado durante este caminar llenando mi vida de risas y han permanecido aun en los peores momentos, en especial a mi amigo Isaías Espinar que me ha brindado su amistad incondicional y su apoyo al darme ideas en la elaboración de la tesis.*

*A Christian Vinuesa que ha sido una de las personas que me ha motivado a seguir adelante y que muchas veces me ha dado una palabra de aliento para levantarme nuevamente, quien ha estado en mis peores y mejores momentos.*

*A nuestra tutora de tesis Lcda. Mariela Pinos por su tiempo, paciencia y apoyo durante la elaboración de la tesis.*

*Gracias infinitas a todos los que han sido participes durante este caminar.*

**María Paula Guzmán Morales**

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto de titulación le dedico primeramente a aquella persona que engloba el significado de amor, al que cambió mi mundo entero, al que arruino mis planes porque quería darme los suyos y aún mejores, a mi PAPÁ DIOS por ser mi inspiración, mi guía, el que me dio la fortaleza aun cuando quería desfallecer.*

*A mi mama Narcisa Morales y mi papá Leonardo Guzmán por ser los mejores padres que Dios me pudo dar, por ser quienes han permanecido durante mis mejores y peores momentos, por su esfuerzo y dedicación al darnos lo mejor para mi y mis hermanos todo un siempre, no hay palabras que puedan describir lo feliz que me siento al tenerlos como papás y brindarnos los valores necesarios para ser personas integras y de bien.*

**María Paula Guzmán Morales**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. José Medina Crespo, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Guzmán Morales María Paula</b>	
<b>Encarnación Vera Gissel Diana</b>	

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

**TUTOR**

## Índice General

Planteamiento del Problema.....	2
Pregunta de investigación .....	5
Objetivos .....	6
Objetivo General .....	6
Objetivos específicos .....	6
CAPITULO I.....	7
Marco Teórico .....	7
Teoría de la sustentabilidad .....	7
Teoría de Motivación Turística .....	9
Teoría del Sistema Turístico.....	10
Marco conceptual .....	11
Marco referencial.....	16
Marco Legal.....	22
CAPITULO II .....	31
Diagnóstico del producto turístico.....	31
Playa de Jambelí.....	41
Cameronera San Antonio .....	45
CAPÍTULO III.....	48
Diseño de investigación.....	48
Tipo de investigación .....	48
Enfoque de la investigación.....	49
Muestra .....	50
Técnica de recolección de datos .....	51
Análisis de encuestas.....	51
Entrevista.....	62
Desarrollo de la entrevista .....	62

CAPÍTULO IV .....	64
Detalle del producto .....	65
Primer paquete.....	67
Segundo paquete.....	75
Tercer paquete .....	84
Conclusiones .....	70
Recomendaciones.....	71
Referencias bibliográficas.....	72

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Enlistado de restaurantes por categoría, que no constan en el Catastro 2019.</i> .....	34
Tabla 2. <i>Recurso/ atractivo según su categoría, tipo, subtipo y jerarquía.</i> .....	41
Tabla 3. <i>Edad de los encuestados</i> .....	52
Tabla 4. <i>Género de los encuestados</i> .....	53
Tabla 5. <i>Tipo de turistas que visita Jambelí</i> .....	54
Tabla 6. <i>Lugar de residencia de los encuestados</i> .....	55
Tabla 7. <i>¿Con que frecuencia viaja a Jambelí?</i> .....	56
Tabla 8. <i>¿Durante el año, en que fechas viaja?</i> .....	57
Tabla 9. <i>¿Con quién suele viajar?</i> .....	58
Tabla 10. <i>¿Conoce el desarrollo de una camaronera?</i> .....	59
Tabla 11. <i>¿Le gustaría visitar una camaronera?</i> .....	60
Tabla 12. <i>Precio sugerido por los turistas.</i> .....	61
Tabla 13. <i>Actividades para realizarse en el día uno.</i> .....	68
Tabla 14. <i>Actividades a realizarse día dos.</i> .....	76
Tabla 15. <i>Actividades a realizarse día tres.</i> .....	85
Tabla 16. <i>Inversión Inicial.</i> .....	95
Tabla 17. <i>Ingresos del primer año</i> .....	72

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Factores que condicionan la sustentabilidad del sistema turístico. ....	8
<i>Figura 2.</i> Sistema Turístico de Sergio Molina.. .....	11
<i>Figura 3.</i> Malecón de Jambelí.....	32
<i>Figura 4.</i> Actividad turística, parapente.....	35
<i>Figura 5.</i> Deporte que puede realizarse en la isla Jambelí (kayak). ....	36
<i>Figura 6.</i> Discoteca Dinastía Beach, ubicada en el malecón de Jambelí.....	36
<i>Figura 7.</i> Botes de transporte hacia la isla Jambelí.....	37
<i>Figura 8.</i> Muelle de Cabotaje.....	38
<i>Figura 9.</i> Transporte con turistas por dirigirse a la isla Jambelí.....	40
<i>Figura 10.</i> Organismo Regulador de los desechos de Jambelí. ....	42
<i>Figura 11.</i> Muelle de cabotaje.....	43
<i>Figura 12.</i> Ministerio de Salud Pública. ....	44
<i>Figura 13.</i> Edad de encuestados.....	52
<i>Figura 14.</i> Género de los encuestados .....	53
<i>Figura 15.</i> Tipo de turista que visita Jambelí.....	54
<i>Figura 16.</i> Lugar de residencia .....	55
<i>Figura 17.</i> Frecuencia que viajan a Jambelí.....	56
<i>Figura 18.</i> Fechas de viaje .....	57

<i>Figura 19.</i> Con quién suele viajar el turista .....	58
<i>Figura 20.</i> ¿Conoce el desarrollo de una camaronera? .....	59
<i>Figura 21.</i> Le gustaría visitar una camaronera.....	60
<i>Figura 22.</i> Gasto en recorrido .....	62

## **Resumen**

El presente proyecto está orientado en crear una alternativa relacionada al turismo experiencial en donde ofertan tres distintos paquetes acoplados de acuerdo a los requerimientos del demandante, de esta manera se proyecta alcanzar a cumplir con todas las expectativas, brindando mediante aquellas vivencias, experiencias inigualables. Se impartirá conocimiento del proceso del camarón en reservorios, se llevarán a cabo actividades turísticas -avistamiento de aves, degustación de platos, ciclismo, fotografía, etc.- en las instalaciones de la camaronera previamente reacondicionada para tales fines.

De acuerdo con el diagnóstico presentado para este proyecto, durante las salidas de campo, se levantó información eficaz observando de cerca el estado de los atractivos, además se realizaron 323 encuestas y una entrevista para poder obtener datos previos a la obtención del perfil del demandante que va direccionado el producto, dando como resultado una aceptación favorable de parte de los turistas para el desarrollo del proyecto.

***Palabras claves:*** camaronera, camarón, atractivo, producto turístico, turismo experiencial, actividades turísticas, turistas.

## **Abstract**

This project is aimed at creating an alternative related to experiential tourism where they offer three different packages coupled according to the requirements of the applicant, in this way we will be able to meet all expectations, offering through those experiences unparalleled experiences. Knowledge of the process of shrimp in reservoirs will be imparted, tourist activities will be carried out -bird watching, tasting of dishes, cycling, photography, etc.- in the facilities of the shrimp house previously refurbished for such purposes.

According to the diagnosis presented for this project, during field trips, effective information was raised by closely observing the state of the attractions, 323 surveys and an interview were also carried out in order to obtain data prior to obtaining the profile of the complainant directing the product, resulting in a favourable acceptance of part of the tourists for the development of the project.

**Keywords:** Shrimp farming, shrimp, attractive, tourist product, experiential tourism, tourist activities, tourist.

## **Introducción**

Camposano (2020) afirma que el camarón se ubica como el primer producto exportable ecuatoriano con \$2.536 millones de dólares, lo que representa el 18% del total de las exportaciones no petroleras, seguido por el banano.

Al iniciar la investigación, se propuso posicionar a la camaronera San Antonio como el principal atractivo. Se encuentra ubicada a cinco minutos del Muelle de Cabotaje de Puerto Bolívar de la provincia de El Oro y cuenta con 7 piscinas donde la actividad -siembra de camarón- que se lleva a cabo en el lugar es de gran importancia, al ser uno de los productos más exportados que a su vez genera un incremento significativo en la economía del país, además de dar a conocer acerca de la producción, se podrán hacer actividades turísticas, brindándole al demandante nuevas experiencias.

La comuna del balneario Jambelí pertenece a la parroquia Santa Rosa de la provincia de El Oro, se encuentra a 30 minutos en bote desde Puerto Bolívar y a 15 minutos de la camaronera San Antonio. Dado a que este balneario es concurrido por turistas provenientes mayormente de las provincias de El Oro y Loja, para llegar a la playa se parte desde el Muelle de Cabotaje que se encuentra en el malecón del puerto. Al llegar a la playa podrán disfrutar de la misma, comer en los diversos restaurantes desplazados en el malecón de Jambelí, hospedarse en los distintos hoteles y hostales, realizar deportes acuáticos, etc. En el transcurso del viaje se podrá observar los árboles de mangle y las distintas aves sobre ellos, además de las piscinas que conforman las grandes camaroneras que contornan el canal.

El objetivo general es diseñar el producto con la suficiente información a detalle que permita identificar el potencial de los posibles consumidores, fortalecer el área de los atractivos, acondicionar estas áreas de forma que permita ejecutar una actividad completa, y proveer el detalle de los costos que se incurren al diseñar el paquete para el inversionista que requiere conocer valores de costos, ingresos, gastos, y así también, esclarecer la inversión que se llevará cabo por todo el proyecto al momento de ponerlo en marcha y en cuanto tiempo se podría recuperar aquella inversión, entre otros.

## **Justificación**

Campana (2017) refiere que Ecuador es el segundo país con mayor producción y exportación de camarón a nivel mundial, desde enero a septiembre del 2017, el camarón representa el 25% del total de la exportación no petrolera, siendo el primer producto que se envía al exterior.

De acuerdo a la información recopilada, en el Ecuador no existe un producto turístico que se encuentre asociado con el camarón, es por esto que cabe recalcar que el diseño de este proyecto sería un producto innovador para los turistas ya que se lograría demostrar el verdadero valor y el impacto que genera al mundo dando a conocer a los ecuatorianos la producción del mismo. A pesar que Ecuador es un país pequeño, pues no lo limita cruzar fronteras al momento de exportar el producto, ya que es llevado a la mesa de los hogares a nivel internacional.

Teniendo en cuenta la importancia que posee este producto para la economía del país, es una oportunidad de negocio, asociarlo a las actividades turísticas porque así podríamos mejorar los ingresos para la empresa, para los establecimientos de hotelería, alimentos y bebidas, diversión, etc. pertenecientes a Jambelí. Además, lograríamos generar nuevas plazas de trabajo para los comuneros de Jambelí y para la camaronera ya que se necesitaría profesionales competentes para desempeñar las funciones dentro del producto previamente diseñado.

## **Antecedentes**

El cultivo del camarón empieza a desarrollarse en la región costa donde se adapta adecuadamente para el desarrollo de la acuicultura. Por el año 1968, en las cercanías de Santa Rosa provincia de El Oro, el camarón se empieza a cultivar en piscinas gracias a un grupo de empresarios agricultores que observaban el crecimiento del camarón en pequeños estanques cercanos a los estuarios. En 1974 ya existían 600 hectáreas dedicadas al cultivo, y para los 70 en las provincias de El Oro y Guayas comienza con la verdadera expansión de la industria camaronera donde se hizo de esta actividad un negocio rentable, ya que para 1976 Ecuador se transforma en un importante productor y exportador de camarón en el mercado internacional. A mediados de los 90 las empresas deciden invertir en cultivos, en creación de empacadoras, laboratorios de lavas y fábricas de balanceado como también industrias que producen insumos para esta actividad, tras un crecimiento constante, para 1998 llegó a exportar 114.795 toneladas a un valor FOB de 875 millones de dólares, los niveles más altos de su historia. En este año récord de la producción camaronera, las exportaciones de este crustáceo contribuyeron con el 26 por ciento de las exportaciones privadas. (FAO, 2006).

En la actualidad se está trabajando arduamente para en el corto plazo incorporar el camarón ecuatoriano en los menús de los restaurantes de Rusia, como un producto diferenciado por su calidad, tal como se lo hace en otros países”, además menciona que el camarón ecuatoriano se ha convertido en un elemento indispensable de la cocina asiática, la forma más habitual de consumo del camarón en el mercado euroasiático es en picadas o entradas para acompañar ciertas bebidas alcohólicas y se ha convertido en uno de los ingredientes primordiales en la preparación de platos al grill y ensaladas. (Karpov A., s.f)

La camaronera San Antonio comienza con dos piscinas y un precriadero, tiene 32 años en producción y el proceso de construcción se tomó 3 años ya que en los años 80 era difícil trabajar con maquinaria pesada, la composición del terreno no soportaba el peso de las máquinas y se hundían en el fango. Para los años 90 el ingenio de las personas que se encontraban en la actividad permitió que se pueda ingresar maquinaria con la ayuda de troncos o "camas" que permitían a las máquinas desplazarse sobre ellas en el fango, acelerando la construcción de las piscinas.

## **Planteamiento del Problema**

La producción camaronera ecuatoriana se da a comienzos del año de 1968, logrando su expansión industrial en el año de 1970. De tal modo, se conoce que históricamente la actividad camaronera ecuatoriana tiene aproximadamente 50 años de respaldo. Gracias a ello, existe un trascendental desarrollo técnico-productivo en lo referente al área de cultivo, cosecha, comercialización y exportación del camarón (Schwarz, 2005).

Actualmente la provincia de El Oro cuenta con un atractivo turístico que es la Isla Jambelí, por eso se quiere llevar a cabo este proyecto para impulsarla ya que comercializa no solo el banano sino también el camarón que sería el producto estrella, de esta manera brindar al turista una experiencia diferente e innovadora, siendo el Ecuador uno de los países con la mayor producción y exportación del camarón.

### **Pregunta de investigación**

¿De qué manera beneficiaría un producto turístico experiencial a la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro para diversificar su producción y mejorar sus ingresos?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Diseñar un producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar el estado actual del producto para diversificar su oferta dentro del sector turístico de experiencia.
- Realizar un estudio de mercado para reconocer las necesidades de la demanda.
- Desarrollar el diseño un producto turístico experiencial para la Camaronera San Antonio de la provincia de EL Oro.

# **CAPÍTULO I: Marcos de investigación**

## **Marco Teórico**

### **Teoría de la sustentabilidad**

Muchos autores mencionan que el turismo es una de las actividades que comprende algunos sectores sociales, ambientales y económicos, siendo el segundo, la parte primordial para un buen desarrollo turístico, ya que, si no se le da el cuidado necesario se vería comprometido el turismo actual, el trabajo futuro y, asimismo, las comunidades receptoras y empresas turísticas. Por esta razón, que el desarrollo sustentable tiene correlación con el turismo sostenible. La Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define como el que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

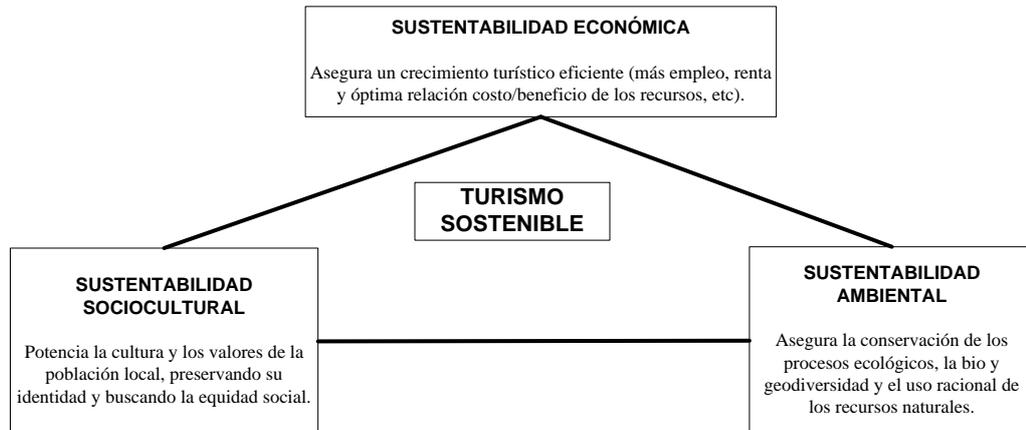
Este se concibe como camino hacia la gestión del uso de recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Varisco, 2013)

En este contexto, cogiendo como referencia las concepciones antes mencionadas, el proyecto que se va a llevar a efecto tiene como prioridad la sustentabilidad turística en la Camaronera San Antonio de la provincia de El Oro para garantizar la preservación y el cuidado del uso de los recursos económicos y naturales que posee la camaronera. Es necesario que aquellos recursos se maximicen, de tal manera que, permita el desarrollo de nuevos productos turísticos experienciales que conlleven a mejorar el estilo de vida de los habitantes.

El proyecto en mención tiene el objetivo de fomentar e incentivar un turismo experiencial dentro del campo en estudio, que consiste en la convivencia entre los turistas y la comunidad receptora, quienes compartirán sus hábitos y costumbres diarias. Este tipo de turismo engloba el fin del turismo experiencial en las principales viabilidades: económica, cultural, social, espacial y ecológica, puesto que los visitantes amplían sus conocimientos, la riqueza cultural en la gastronomía, la historia, costumbres y las actividades.

La sustentabilidad es un modelo económico dentro del turismo porque busca impulsar un estilo de vida idóneo entre los que conforman el hábitat, brindar a los visitantes una experiencia óptima y preservar los espacios ecológicos de los diferentes destinos.

A continuación, se muestra los factores de sustentabilidad dentro del sistema turístico:



*Figura 1.* Factores que condicionan la sustentabilidad del sistema turístico. Adaptado de: Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica.

La figura 1, representa los factores relevantes que constituye el turismo sostenible y su enfoque en el sistema turístico, las cuales tienen como características fundamentales la calidad en proteger eficientemente los recursos naturales y culturales, la continuidad en el proceso del crecimiento económico y el equilibrio de satisfacer las necesidades de las presentes y futuras generaciones. (Salinas & La O, 2006)

Esto se llevará a cabo en diferentes lineamientos que corresponden a:

1) Sustentabilidad económica: que refiere al poder brindar espacios y plazas de trabajo que no se habían contemplado en el pasado y que el destino permite ejecutar sin afectar a los aspectos ambientales y socioculturales de los habitantes.

2) En relación a la sustentabilidad sociocultural se proyecta mantener un lineamiento de beneficio a la comunidad que permita crecer tanto a la empresa actual que invierte en el proyecto y generar beneficios para los habitantes, esto se ve

relacionado a la presencia más afluente de turistas y el impacto que generará a las actividades o establecimientos complementarios de la zona.

3) En relación a la sustentabilidad ambiental, se toma como prioridad la conservación y cuidado de la bio y geodiversidad existente, sin alterar el ecosistema de las aves y otros animales y respetando el correcto uso de los recursos como el mar, playa, mangle, entre otros conformantes de la geodiversidad del destino.

### **Teoría de Motivación Turística**

(Martínez, 2015) menciona que “La motivación es la necesidad que impulsa al turista a actuar en la realización de un viaje que satisfaga la necesidad que lo ha originado”.

Por lo que permite determinar el porqué de algunas interrogantes como: el motivo de viaje, la selección del destino y los resultados de satisfacción.

Estas interrogantes se basan en la teoría de motivación de, (Dann, 1977) que resalta los factores denominados push y pull, en donde, el primero hace referencia a un factor de empuje que conlleva aspectos internos y emocionales del sujeto, como es el deseo de escapar, aventurar y relacionarse con personas diferentes al de su entorno habitual. Mientras, que el pull o factor de atracción, representa aspectos extrínsecos, es decir, todo lo que motiva a realizar un viaje como escenarios naturales, culturales, infraestructuras, y atractivos del lugar o destino (García & Crego, 2003).

De otra manera, (Crompton, 1979) cita otros factores que inciden en la teoría sobre la motivación turística, los cuales son motivos socio psicológicos: escape del ambiente cotidiano, exploración y evaluación del yo, relajación, prestigio, regresión, mejora de las relaciones de parentesco y facilitación de la interacción social; y aquellos clasificados como culturales: novedosos y educativos. Dichos factores están vinculados con la teoría de Dann, 1977. Por esta razón, dentro de la investigación en la camaronera, se hará uso de la motivación turística, incentivando a las personas que visitan, exponiéndole los recursos y detalles turísticos que permitan dar a conocer la camaronera.

## **Teoría del Sistema Turístico**

El sistema turístico describe y estudia cada uno de los efectos del turismo en el entorno. Según (Vázquez, 2013) el pensamiento sistémico del turismo se basa en cuatro teorías fundamentales:

- La Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy.
- La Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester.
- La Teoría de Sistemas Complejos de Rolando García.
- La Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann (Varisco, 2013).

De tal forma que, (Bertalanffy, 1973) menciona que el sistema turístico se forma en base al estudio de la conceptualización general de sistemas y que se trata de una serie de componentes que se encuentran relacionados entre sí y con el medio.

En este contexto, se establece que cada uno de los elementos que la conforman deben estar interrelacionados para alcanzar el objetivo o meta común, sin embargo, desde el punto de vista turístico, estos han ido evolucionando y cambiando continuamente por lo que cada autor, de acuerdo con su criterio, va aumentando nuevos conceptos y fenómenos asociados al sistema turístico. Existen algunos modelos sobre el sistema turístico como el elaborado por Sergio Molina en el año 1991, donde él considera solo seis factores para el impulso turístico, los cuales son:

- Superestructura.
- Demanda.
- Infraestructura
- Atractivos
- Equipamientos y facilidades
- Comunidad receptora

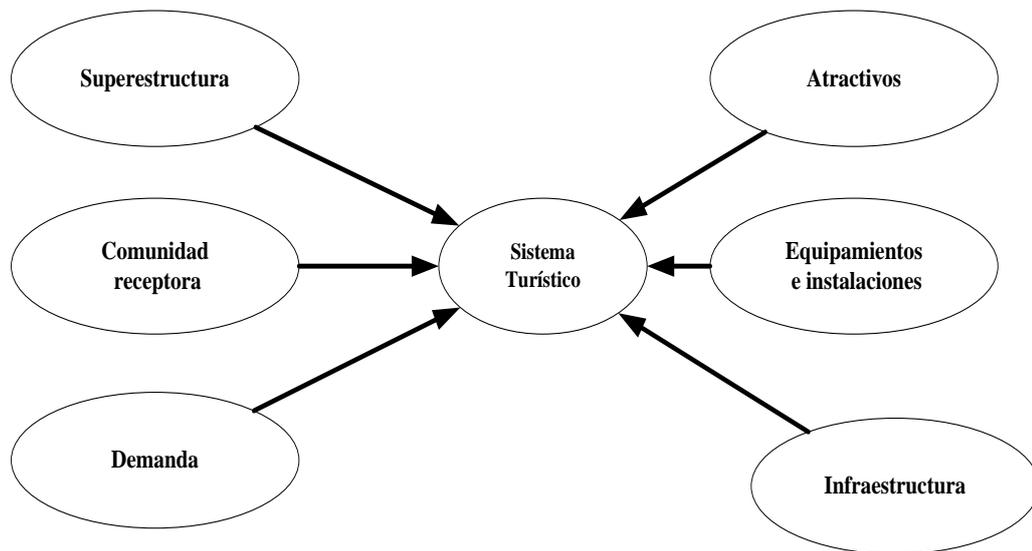


Figura 2. Sistema Turístico de Sergio Molina. Tomado de: Vasquez (2013).

### Marco conceptual

#### – Acuicultura

La acuicultura es la cría y cultivo de los organismos acuáticos, ya sean peces, moluscos, crustáceos o plantas acuáticas. El cultivo implica algún tipo de intervención en el proceso para incrementar la producción, por ejemplo, el almacenamiento regular, la alimentación, la protección contra los depredadores, etc.

El cultivo implica también la propiedad individual o colectiva del stock explotado. Con fines estadísticos, los organismos acuáticos que son recolectados por un individuo o un colectivo que los ha tenido durante el período de cultivo, contribuyen a la acuicultura, mientras que los organismos acuáticos que son explotables por todos como recurso de propiedad pública, con o sin licencia apropiada, constituyen la cosecha de las pesquerías (FAO,1997).

#### – Facilidades turísticas

“Las facilidades turísticas son: alojamiento, gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura o servicios necesarios para el turista, accesibilidad y transporte, estos se integran y constituyen el producto turístico” (Quadrini F, 2012).

#### – **Turismo experiencial**

El turismo experiencial es definido como aquella modalidad de turismo que permite al turista involucrarse e interactuar con las comunidades locales y, asimismo, tener contacto directo con el hábitat natural y el patrimonio cultural de la zona, de tal manera que ganen experiencias y vivencias del lugar que visitan (Rivera, 2013).

Con este tipo de turismo, el visitante podrá vivir distintas experiencias en participación con la comunidad, la cual podrá ampliar y extender su oferta turística acorde a la demanda del mercado.

#### – **Infraestructura**

(Sector, 2018) señala que: “Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.” Asimismo, (Varisco, 2013) considera este elemento como “El soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico”.

#### – **Recurso turístico**

Los recursos turísticos son aquellos elementos, tangibles e intangibles, naturales, culturales y humanos en un territorio con características relevantes. (Navarro, 2015).

Es necesario mencionar que, el recurso turístico se convierte en atractivo turístico cuando se ha generado un valor adicional, es decir, cuando se ha implementado o dotado de infraestructura, equipamiento, instalaciones, etc.

#### – **Atractivos Turísticos**

Los atractivos turísticos son la base del sistema turístico, se clasifican en naturales o culturales y conforme sus atributos o características particulares pueden ser jerarquizados, de esta manera, identificar la demanda a la cual pueden ser dirigido (Diego Navarro, 2009).

– **Producto turístico**

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística (Mincetur, 2014).

– **Superestructura**

De acuerdo con (Varisco, 2014), se define la superestructura como “Organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico”.

La importancia de la participación de este componente dentro del sistema turístico es indispensable al momento de desarrollar la planificación del sistema turístico, teniendo en cuenta los atractivos y oferta turística que posee para comercializarlos.

– **Demanda Turística**

Para (Varisco, 2014) la demanda es definida como: La cantidad de personas que viajan o desean viajar a un destino turístico, y su estudio contempla la descripción del perfil del turista, sus motivaciones, percepciones, y las actividades que desarrolla entre otras variables.

**Equipamiento**

De acuerdo con (Varisco, 2013) el equipamiento hace referencia al “Conjunto de establecimientos que brindan servicios básicos: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes, balnearios y actividades recreativas”.

Cabe recalcar, que puede ser cualquier servicio en el cual tanto residentes como visitantes puedan hacer uso de ellos, para cubrir o satisfacer sus necesidades. También, forma parte de la oferta turística que hace más placentera la visita del turista en un destino.

– **Turismo sostenible**

La OMT lo conceptualiza como: “Turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2009)

El proyecto busca preservar y hacer un correcto uso de los recursos naturales y culturales, con el objetivo de, otorgarle a la misma un futuro digno y un equilibrio ambiental.

– **Comunidad**

Desde el punto de vista turístico, la comunidad es conceptualizada como “La población local, que no participa de manera directa en el resto de los subsistemas, pero que tiene fundamental importancia para el desarrollo local” (Varisco, 2014).

– **Turismo**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 2015).

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse.

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

El turismo es una actividad socio económica, psico biológica que, motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su Lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, en donde intervienen los componentes, primario y derivado de la oferta turística (Galiano, 2014).

– **Excursionista**

Según la OMT un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. Es decir, un excursionista es aquella persona que visita un destino, pero no pernocta en él.

– **Destino Turístico**

Espacio físico en el que una visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado.

Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (Organización Mundial del Turismo 2002).

– **Gobernanza**

Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas y prácticas eje de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno; la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales. (Figueredo, RM.)

– **Actividades**

Son las tareas que deben ser realizadas para lograr los productos intermedios de un proyecto. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur)

## **Marco referencial**

### **Tour de Ruta del Cacao + Manglares Churute: “Hacienda Cacao y Mango”**

Sin saber que podrían generar un producto muy demandado en Ecuador, una familia residente de Naranjal, propietarios de una hacienda donde por muchos años y a lo largo de varias generaciones han vivido, sembrado y cultivado sus productos, no es hasta que uno de sus integrantes, Ninfa Lara, quien estudió su carrera universitaria en Turismo, diseña un producto con los recursos que por mucho tiempo han tenido. Una ventaja que se presenta es la valoración a nivel turístico de los Manglares de Churute, que al verse incrementada la afluencia de turistas, encuentran una oportunidad de negocio donde pueden implementar los conocimientos adquiridos en su carrera con la vasta experiencia de una familia agricultora.

Es así que nace el tour de la ruta de Cacao y conjunto a toda la familia preparan la experiencia vivencial que actualmente se ha convertido en uno de los tours más vendidos, según indica una agencia de viajes en Guayaquil, (BM Tours, 2020) que cuenta con un gran alcance internacional y ha hecho de este producto uno de los más importantes para el mercado europeo y norteamericano.

El tour consiste en un recorrido con diversas actividades, inicia el recorrido desde Guayaquil, donde son recogidos los pasajeros y transportados a Manglares Churute, en donde encontrarán el primer recorrido por un camino de manglar que los lleva a emprender un viaje en lancha junto a un guía especializado que les mostrará y explicará la diversidad de aves existentes y la biodiversidad que este rincón de Ecuador presenta. Luego de este recorrido, retornan a puerto para adentrarse en uno de los senderos más importantes de la zona, Sendero Aulladores, que lleva su nombre porque se ha convertido el hábitat de una especie de monos del mismo nombre y que en convivencia con otras especies silvestres han preservado este espacio natural.

Después del sendero de aproximadamente dos horas, se dirigen a hacienda Cacao y Mango, donde tendrán una explicación detallada con uno de los guías sobre todos los productos que siembren y cultivan en la hacienda para después conocer el proceso de cada uno de los productos y en mayor detalle, del proceso de siembra, cultivo de cacao y su producción a chocolate. Esta experiencia se ha convertido en un

ícono representativo de la costa, debido al grado de participación y vinculación de los turistas con los habitantes, puesto a que no solo cuentan con la explicación del proceso, también participan del proceso de secado, tostado y de la producción de pasta del cacao al 100% de pureza.

Una vez que terminan este proceso, proceden a la cata de chocolate en diferentes formas de degustación y obtienen un almuerzo preparado con los propios alimentos de la hacienda con un toque especial de chocolate en todas sus recetas.

Es el caso de mayor importancia para la presente investigación, debido a que esta referencia nos permite identificar el alto potencial que tienen las experiencias vivenciales en el mercado actual y que la participación de la comunidad con los turistas ha creado un concepto interesante, atractivo y con algo grado de decisión de compra en los nuevos turistas y eso es lo que se proyecta en el caso de la participación de la camaronera en el sector turístico.

### **La competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos a través del turismo experiencial.**

Las nuevas concepciones del turismo descritas hasta ahora encuentran, en fin, sus antecedentes troncales en la literatura científica que trata la sostenibilidad y responsabilidad del turismo, el decrecimiento, el desarrollo endógeno, integral y comunitario de los destinos turísticos menores y la apuesta por la calidad, la diferenciación y la competitividad de los sistemas turísticos modernos.

La importancia de la lentitud en el turismo reside tanto en la perspectiva de la oferta como de la demanda.

Por una parte, esta forma de hacer turismo propicia un desarrollo económico, territorial y turístico ligero y, por tanto, más respetuoso y sostenible con los elementos patrimoniales locales, culturales y naturales, tangibles o intangibles (Calzati, 2009).

Y, por otro lado, conforma una nueva manera de practicar un turismo más responsable y experimental a la hora de vivir el tiempo y el espacio destinados a las vacaciones por parte de los turistas, que vienen a reconocer en la lentitud un valor

sustancial para alcanzar una vivencia profunda del viaje, de los destinos turísticos y de las poblaciones y culturas que visitan. (Lumsdon y McGrath, 2011; Dickinson et al., 2011)

Desde el punto de vista de la oferta y de los destinos, hemos de destacar el hecho incuestionable de que los sistemas de desarrollo turístico tradicionales están demostrando en la mayor parte de los casos altos niveles de insostenibilidad (Hall, 2009 y 2010), sobre todo en aquellos espacios frágiles desde el punto de vista medioambiental, económico y sociocultural como los rurales, de montaña o espacios naturales protegidos.

En estos espacios geográficos los atractivos turísticos principales son la naturaleza bien conservada, los paisajes, el patrimonio rural tradicional y los propios estilos de vida de la población local. De esta manera, puede entenderse la importancia de poner la “lentitud” y la “calidad” frente a la cantidad en el centro de las estrategias de desarrollo territorial y difundir unos ritmos de vida y de consumo más pausados, favoreciendo, así, un sistema turístico sostenible capaz de favorecer al ser humano y la naturaleza por encima de todo (Hall, 2009 y 2010). No obstante, como señala Saboja (2011), sólo a través de la elección libre por parte del turista puede adquirir consistencia esta nueva forma de hacer turismo y afirmarse, al mismo tiempo, como elemento diferenciador.

La lentitud y la adopción de ritmos más pausados en los viajes y las vacaciones aparecen precisamente como instrumentos capaces de favorecer la dimensión experiencial del viaje, apareciendo, en este sentido, el denominado turismo slow como una forma de turismo de importante interés reciente tanto en el ámbito empresarial y profesional del turismo como en el académico y científico, aun cuando el estudio del tema sea todavía incipiente. El slow tourism o slow travel se inscribe como una manifestación más dentro del espectro amplio de las teorías del decrecimiento, que ven en la desaceleración de los ritmos de consumo y de la vida cotidiana toda una oportunidad para el progreso en sentido amplio más que un riesgo de regresión o estancamiento (Latouche, 2010; Hall, 2009) por cuanto el decrecimiento prioriza la calidad y el bienestar de las personas frente a los aspectos meramente cuantitativos del crecimiento irracional, cuestionando la eficacia y validez de los sistemas económicos convencionales basados en un aprovechamiento

intensivo de los recursos territoriales (Latouche, 2010; Cianciullo y Realacci, 2006; Hall, 2009 y 2010). Y, de hecho, hacer un turismo y unos viajes más ralentizados y pausados, menos masificados y más sostenibles, es hoy por hoy una respuesta creíble al problema de la difícil compatibilidad entre el crecimiento cuantitativo de la industria turística y los impactos sociales, económicos, culturales y medioambientales negativos que generan los flujos turísticos (Buckley, 2011; Lane, 2009).

Las grandes desigualdades que actualmente se están dando en la distribución de los ingresos por turismo a nivel internacional entre países ricos y emisores y los países receptores pobres o en vías de desarrollo, que además soportan buena parte de las repercusiones negativas de la actividad turística sin unas contrapartidas suficientes en términos de beneficio económico y social, nos obligan a reflexionar sobre la viabilidad de los modelos de crecimiento tradicional (Rivera, 2011).

En el marco de estas nuevas concepciones sobre la desaceleración y lentitud aplicadas a diversos subsectores económicos, industrias y actividades, hemos de referirnos a experiencias concretas con una cierta trayectoria y de gran actualidad como el movimiento Slowfood, que aplica la filosofía slow a la alimentación y la gastronomía (Petrini, 2001); los Cittóslow, que asocian la lentitud a los ritmos de vida de las ciudades y entornos urbanos (De Salvo, 2011; Nilsson et al., 2007); la soft y green economy (Cianciullo y Realacci, 2006), que aplica la filosofía slow al mundo de las empresas y las finanzas o la slow consumption (Hall, 2009 y 2010), que subraya la importancia de optimizar y reducir el consumo cotidiano de los recursos y los territorios lentos basados en la sostenibilidad y lentitud de la planificación urbanística y territorial a medio y largo plazo (Lanzani, 2005; Calzati, 2012).

Por su parte, desde la perspectiva de la demanda, la filosofía slow travel conecta muy bien con los nuevos consumidores turísticos, cada vez más exigentes y deseosos de vivir experiencias auténticas y diferenciales, pues como bien señala Cohen (2005) las principales tendencias del turismo contemporáneo transcurren en torno al deseo de vivir fantasías, emociones fuertes y autenticidad, cobrando más importancia la componente ética, moral y sensorial frente al aspecto meramente

lúdico, consumista o de descanso pasivo en las prácticas convencionales del turismo de masas.

Según Lumsdon y McGrath (2011) los turistas slow representan un 10% del mercado turístico europeo y junto con los turistas experienciales en general están en rápido crecimiento. En algunos destinos turísticos como los rurales o de montaña, incluso podrían representar una parte sustancial del mercado objetivo (Matos, 2002).

La fragilidad propia de estos espacios geográficos hace necesaria una planificación turística y territorial más atenta a los límites y los ritmos de consumo de los recursos intentando captar selectivamente a un segmento de consumidores potenciales más sensibles y respetuosos con el patrimonio local. Algunos autores identifican estos escenarios, -tal como hemos denominado antes en este trabajo- como —territorios lentos‡; expresión ésta que hace referencia a aquellos destinos que por sus actividades tradicionales y formas de desarrollo, se han mantenido al margen de un aprovechamiento intensivo de los recursos territoriales locales, pudiendo aún conservar la calidad de sus paisajes, el entorno ambiental y cultural y las características más representativas y tradicionales de la vida de sus residentes (Lanzani, 2005; Lancerini, 2005).

La búsqueda de experiencias gratificantes, singulares, vivenciales y, en definitiva, memorables, conjuntamente entre los turistas, los prestadores de los servicios turísticos y la propia población receptora, puede convertirse, sin duda, en todo un mecanismo estratégico para la planificación y fortalecimiento de los destinos turísticos en función de las características geográficas, socioculturales y ofertas turístico-recreativas más definitorias de los mismos. En un contexto de fuerte competitividad entre destinos turísticos la necesidad imperiosa de obtener productos altamente competitivos y diferenciales resulta ciertamente clave para asegurar la sostenibilidad y viabilidad económica de los destinos, lo que, a su vez, obliga a diseñar y generar productos turísticos basados en el patrimonio natural y cultural que puedan valorizarse y activarse siguiendo un proceso de planificación estratégica cuidadosamente estudiada y meditada, tanto en el ámbito de la gestión de productos y destinos como en el de la promoción, comunicación y comercialización (OMT, 1998; Schulte, 2003; Ávila y Barrado, 2005). En el conjunto de las relaciones territoriales que se dan cita en la actividad turística, vectores culturales, paisajísticos,

gastronómicos, formas de organización y gestión del espacio, etc. han de imbricarse y converger convenientemente para facilitar una experiencia turística satisfactoria. Y en el turismo, un conjunto importante de relaciones territoriales converge en el propio acto del consumo turístico, siendo muchas de ellas facilitadas precisamente por la relación visitantes/visitados (Knafou, 2011).

En este contexto, la perspectiva territorial del turismo adquiere una importancia central que busca una serie de elementos fortalecedores de las experiencias que puedan ser únicas, exclusivas, con sello identitario, o que puedan contribuir en toda la cadena de valor a crear una ventaja competitiva (Porter, 1989). Esta experiencia, ciertamente compleja, debe ser planificada y bien elaborada, poniendo su foco en la cultura del destino visitado siguiendo una ruta comprensiva de lo local, buscando elementos relevantes, seleccionando atractivos, montando técnicas interpretativas y presentando, gestionando, posicionando y renovando el producto (Gândara, 2009).

En un contexto globalizado que tiende a la homogeneización y desdiferenciación de los lugares turísticos (García, 2003), están emergiendo nuevas posibilidades creativas a partir de la perspectiva experiencial, dejando de estar el foco de atención en la materialidad de los productos y servicios para pasar a priorizar los aspectos subjetivos y emocionales que inciden en la satisfacción y superación de las expectativas de los clientes.

### **Análisis de la percepción y satisfacción de los turistas experienciales**

El análisis de la percepción y grado de satisfacción de los turistas sobre sus experiencias y visitas en el destino es una herramienta que proporciona una valiosa información de la funcionalidad, interpretación, estética y atractivo de los servicios turísticos consumidos.

Y con la información obtenida directamente de los turistas se pueden tomar decisiones importantes sobre los atractivos turísticos que haya que involucrar en el proceso de planificación del destino de acuerdo con su nivel de impacto emocional que debe causar en el visitante y sus características funcionales, formas, señalamientos, desplazamientos y distancias que implican, seguridad, escénicos y de

comodidad, estéticos, interpretativos y recreativos; aspectos todos éstos que pueden favorecer la sostenibilidad turística siempre deseada. (Zamorano, 2002)

El énfasis que el slow tourism y el turismo experiencial en general están poniendo en la importancia de mantener una actitud éticamente responsable y justa, cuidadosa con el medio ambiente, la cultura y las señas de identidad local, y especialmente favorable a la experimentación de nuevas relaciones humanas, interculturales y de estilos de vida, nos está conduciendo a un nuevo segmento emergente de demanda turística que es necesario conocer en profundizar a través de estudios empíricos, capaces de ir más allá de las consideraciones teóricas.

En consecuencia, los agentes implicados en la gestión, promoción y comercialización de productos y destinos turísticos han de recabar del consumidor final la suficiente información para asegurarse de que de una manera efectiva se están activando y proporcionando las experiencias que realmente está buscando.

Y con esto se puede plantear después una intervención adecuada en productos, itinerarios y destinos turísticos reposicionando y recalificando los mismos dentro de una gestión estratégica global.

## **Marco Legal**

### **Ley de Turismo**

La Ley de Turismo en el Capítulo 1; Generalidades:

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto determinar 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.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b)** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

- a)** Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b)** Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c)** Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; **d)** Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; **e)** Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- d)** Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- e)** Fomentar e incentivar el turismo interno.

## Capítulo II

### De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas [...] (p. 2)

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

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- 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.

- e. No tener, 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.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos. (p. 3) 37

## El Capítulo V

### De las categorías

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (p. 4)

## El Capítulo X

### Protección al consumidor de servicios turísticos

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

Art. 43.- Se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico. (p. 9)

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio. (p. 9)

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. (p. 9) (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

### **Constitución de la República**

Según la (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008) en la Sección VI Cultura Física y Tiempo Libre Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Según la (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008) tomando en consideración el capítulo cuarto que trata sobre los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades desde el art 52 hasta el art 60 se establece:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las naciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.” (p. 25)

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados. (p. 25)

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (p. 25)

## **Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una vida**

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

En una sociedad es importante que predomine el respeto, que proteja y ejerza sus derechos, garantizando una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas; mejorar la calidad de vida como: educación, salud, alimentación, agua y seguridad social para todos, es lo que se busca alcanzar.

Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.

Somos un país encargado de promover la inclusión social, en la convivencia de culturas urbanas, pueblos y nacionalidades, grupos LGBTI y emigrantes, dándose a respetar los derechos colectivos e igualdad de condiciones.

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y las futuras generaciones.

Es lamentable percibir las consecuencias causadas por el hombre ante la naturaleza, por la falta del cuidado y manejo irresponsable de este patrimonio natural provoca daños en la biodiversidad terrestre y marina. Es necesario reducir este impacto negativo y tomar decisiones que procuren mejorar.

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

Mejorar la calidad con el fin de producir más y de esta manera poder generar plazas de trabajo y así mejorar la economía en donde los ciudadanos sean los beneficiarios.

### **Reglamento General a la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero**

Según el (Reglamento General a la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero) tomando en consideración los siguientes artículos indicando lo que se requiere para ejercer la actividad de desarrollo pesquero.

Artículo 2. Los usuarios que requieran de una autorización para el ejercicio de la actividad acuícola de camarón marino en tierra privada deberán solicitar a la subsecretaría de acuicultura previamente el certificado de la categoría de capacidad de uso de la tierra emitido por la Unidad de Equipo Técnico Geográfico, para lo cual deberán adjuntar los siguientes requisitos:

Artículo 3. En correspondencia con el artículo 73 del Reglamento General a la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero y Texto Unificado de Legislación Pesquera, con el fin de proteger a las tierras y/o cultivos agrícolas adyacentes de la posible influencia salina del cultivo y del riesgo que representa la utilización de insumos químicos para la agricultura, para todos los proyectos nuevos de cultivo de camarón marino en tierras privadas a construirse en terrenos dentro de las clases agrologicas I, II y III, y que sus linderos coliden con zonas agrícolas o pecuarias, independientemente de la fuente de agua sea

superficial o subterránea, se establece en mínimo de 30 metros de ancho de franja de retiro arborizada, de los predios adyacentes medidos desde el límite de la piscina, vivero o canal hasta el borde del lindero colindante con el predio agropecuario.

La franja o zona de retiro deberá ser arborizada con cualquier tipo de vegetación nativa excepto mangle u otras especies halófitos.

Artículo 4. Ingresado el trámite con los requisitos con los requisitos indicados, la Unidad del Equipo Técnico Geográfico de la Subsecretaría de Acuacultura emitirá el informe técnico correspondiente, en un término no mayor a 15 días.

Artículo 5. Los proyectos de cultivo de camarón marino, ya sea que utilicen agua superficial o subterránea deberán presentar obligatoriamente como parte de los documentos para la autorización del ejercicio de la actividad.

Artículo 8. Para efecto del informe técnico de viabilidad de uso de suelo agrícola la Autoridad Agraria Nacional, de conformidad con la Ley y previa petición del Ministerio de Acuacultura y Pesca, en el término máximo de treinta días siguientes a la petición, emitirá informe técnico que determine mediante aspectos técnicos la disponibilidad de tierras privadas con suelos dentro de las categorías I, II, III para ser utilizadas en la actividad de acuacultura, en función del requerimiento realizado por el usuario.

Artículo 9. Todos los proyectos nuevos de cultivo de camarón marino en tierras privadas dentro de las categorías I y II deberán obligatoriamente utilizar geomembranas para cubrir e impermeabilizar los suelos de piscinas, precriaderos, reservorios y realizar recirculación de agua utilizando piscinas reservorios cuyo volumen cubra el requerimiento de los recambios de agua para las cosechas.

Artículo 11. Se prohíbe la evacuación de aguas residuales salobres o salinas, de los cultivos de camarón marino, en los suelos o ríos aledaños al proyecto salvo que cuenten con la autorización de la Autoridad Ambiental competente.

Artículo 14. Los productos de camarón marino de tierras privadas que no cumplan con el presente Acuerdo Ministerial, serán sancionados de conformidad a lo establecido en la Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero, su reglamento y demás normativas vigentes.

Artículo 15. Del cumplimiento del presente Acuerdo Ministerial, encárguese la Subsecretaría de Acuacultura.

## **CAPÍTULO II: Diagnóstico del producto turístico**

La isla Jambelí se encuentra ubicada entre la latitud 03° 12,7' 00" S y la longitud 80° 01,6' 00" O, su temperatura es de 22 grados centígrados y forma parte de las 6 islas mayores del Archipiélago de Jambelí que se sitúa en el extremo sur de la costa ecuatoriana perteneciente al cantón Santa Rosa de la provincia de El Oro. Jambelí limita al norte con el Océano pacífico, al sur con Arenillas y Huaquillas, al este con Machala y oeste con el Océano Pacífico

Jambelí se encuentra a tan solo 30 minutos del muelle de Cabotaje de Puerto Bolívar, envuelve a los turistas por su naturaleza además que esto hace del lugar un ambiente de descanso y recreación por sus diversas actividades como parapente, banana, caminata, etc. Es visitada por los turistas orenses y también por los de la sierra debido a la cercanía de las provincias de Loja y Azuay hacia la provincia de El Oro.

Durante el trayecto del muelle a la playa se puede realizar el avistamiento de aves que se encuentran sobre los grandes y frondosos árboles de mangle, aves como gaviotas, patos, garzas, piqueros de patas azules por temporadas ya que emigran desde Galápagos; además que se puede observar pequeñas casas de madera ubicadas estratégicamente sobre las piscinas que conforman las grandes camaroneras alrededor de la isla.

Según INEC 2010, las 234 familias que habitan en esta parroquia, 134 familias (57% de la población) se dedican a la pesca y recolección de conchas, esto se debe a que estas familias se dedican en temporadas a la recolección de conchas (abundancia) y el resto del tiempo a la pesca, además algunas familias realizan sus faenas de pesca en la noche y en el día a la recolección de conchas; 71 familias (31% de la población) se dedican netamente a la pesca; 12 familias (5% de la población) a la recolección de cangrejos, y 17 familias (7% de la población) ya no realizan ninguna actividad económica; además algunas familias realizan otras actividades adicionales o complementarias a las que realizan cotidianamente, esto con el fin de mejorar sus ingresos y de prestar servicios temporales.

La Camaronera San Antonio está ubicada a 5 minutos del muelle de Cabotaje Puerto Bolívar y a 15 minutos de Jambelí. Su nombre se debe al santo San Antonio. Tiene una extensión de 32 hectáreas, en la cual se llevan actividades como la acuicultura (actividad principal siembra y cosecha del camarón).

Este proyecto está basado en el diseño de un producto experiencial para la camaronera San Antonio de la provincia de El Oro y así prestar servicios hacia futuros turistas que se encuentren interesados en conocer de cerca esta actividad como es la producción de camarón, y de esta manera poder desarrollar distintas actividades turísticas de ocio, recreación y gastronómicas.



*Figura 3. Malecón de Jambelí*

### **Producto Turístico**

El producto turístico es la combinación de prestación y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. El producto es, por tanto, el conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades. (Diccionarioempresarial.wolterskluwer.es, s.f.).

El producto turístico está compuesto por los siguientes elementos:

- **Servicios y equipamientos turísticos:** Comprende los servicios/ actividades que brinda el destino a los turistas, la motivación que lleva a este lugar visitarlo.
- **Accesibilidad:** Desplazamiento del turista al lugar del destino, que comprende la movilización, tipo de transporte, el costo, carreteras, estaciones de tren, precio, comodidad, etc.
- **Imagen del destino turístico:** Es lo primordial para un turista ya que influye en la toma de decisiones al visitar un destino, ya sea esta una percepción mediante comentarios en redes sociales o críticas que ocasiona un impacto en el turista ya sea positivo o negativo.
- **Precio de venta:** Es el costo total que un turista paga por todos los servicios como transporte, manutención, alojamiento y disfrute.
- **Recursos turísticos:** Es el elemento el cual se desarrolla como destino.

### **Servicios y equipamientos**

En cuanto a los servicios y equipamientos, Jambelí cuenta con una discoteca, dos hostales, una hostería y un restaurante según el Catastro del 2019.

La observación realizada en el lugar de estudio, se encontró cerca de 13 establecimientos de comida que no forman parte del Catastro, al no cumplir con los requisitos necesarios para ser tomados en cuenta, los restaurantes informales ofrecen platos a la carta, almuerzos, etc.

En el balneario se encuentran puestos en los que venden todo tipo de artesanías, ropa playera, accesorios y también ofertan actividades como: kayak, boya, parapente en la que se realiza un viaje al aire libre por toda la isla durante 20 minutos con un costo de \$20, el paseo en banana no podía faltar dentro de los servicios que ofrece el archipiélago.

Tabla 1.

*Lista de restaurantes por categoría, que no constan en el Catastro 2019.*

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Plazas (Mesas y Sillas)</b>
<b>1. Comedor Mar, Sol y arena</b>	tercera	5 mesas de 4 sillas 2 mesas de 6 sillas
<b>2. Pingüino Playero</b>	tercera	5 mesas de 4 sillas 10 mesas de 6 sillas
<b>3. Encantos del Sabor</b>	cuarta	2 mesas de 6 sillas 7 mesas de 4 sillas
<b>4. Cevichería Costa Dorada</b>	terca	2 mesas de 4 sillas 5 mesas de 6 sillas
<b>5. Crustáceo Cascarudo</b>	tercera	7 mesas de 4 sillas 5 mesas de 6 sillas
<b>6. Bar-Restaurante El Clásico</b>	cuarta	13 mesas de 14 sillas
<b>7. Bar- Restaurante Karina</b>	cuarta	10 mesas de 4 sillas
<b>8. El Conchal</b>	cuarta	3 mesas de 4 sillas 6 mesas de 6 sillas

<b>9. Picantería la esquina del Mar</b>	cuarta	5 mesas de 4 sillas 5 mesas de 5 sillas
<b>10. El Dorado de Jambelí</b>	cuarta	16 mesas de 4 sillas
<b>11. Bar Restaurante Eben- Ezer</b>	cuarta	10 mesas de 4 sillas 12 mesas de 6 sillas
<b>12. Bar- Restaurante Hawai</b>	cuarta	5 mesas de 6 sillas 15 mesas de 4 sillas
<b>13. Bar- Restaurante Palmitas del Mar</b>	Cuarta	8 mesas de 4 sillas 2 mesas de 6 sillas

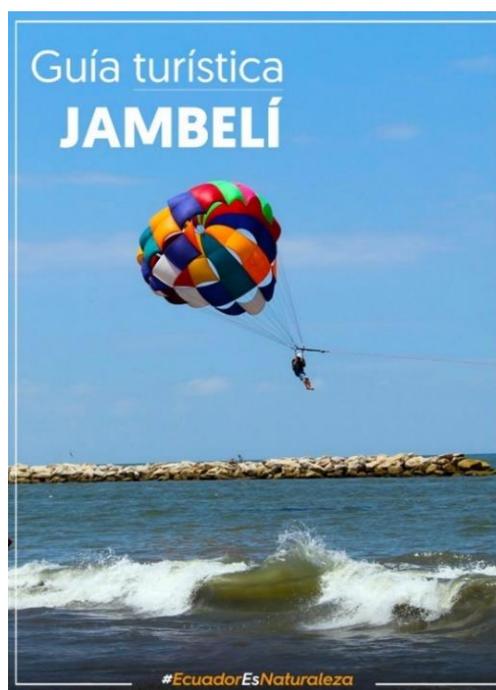
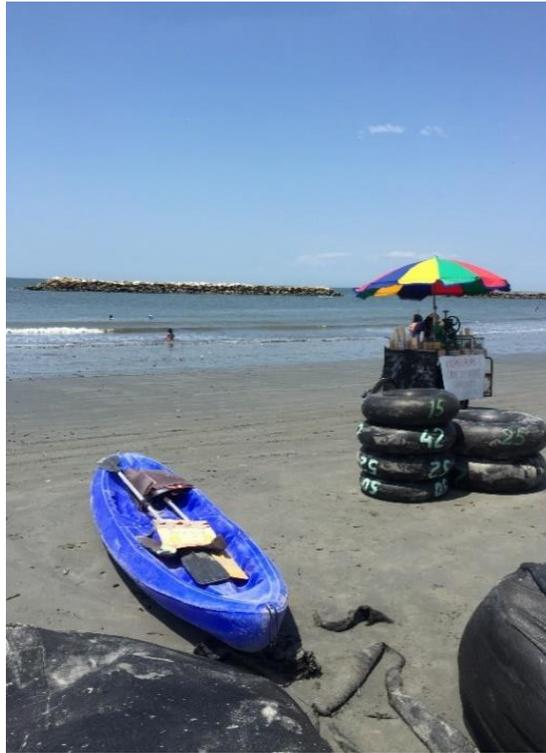


Figura 4. Actividad turística, parapente.



*Figura 5.* Deporte que puede realizarse en la isla Jambelí (kayak).



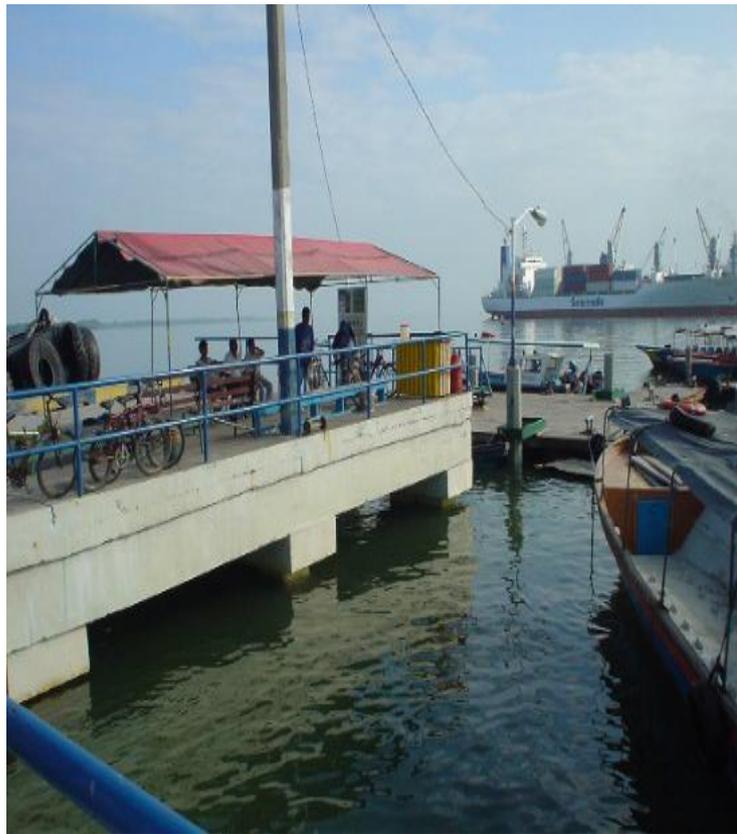
*Figura 6.* Discoteca Dinastía Beach, ubicada en el malecón de Jambelí.

### **Accesibilidad**

El muelle de Jambelí es un terminal marítimo perteneciente a la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, tiene muchos años de antigüedad, se hizo una regeneración de mantenimiento, limpieza y pintura en el año 2008 que hasta estos

momentos se encuentra en buenas condiciones para operar, los botes de las cooperativas están al día en todos sus permisos además se encuentran en buen estado para movilizar a los turistas y de esta manera prestar un buen servicio.

Para el funcionamiento de los botes, las cooperativas deben estar regidas ante dos entidades como son: la Subsecretaría de Transporte que en este año están exigiendo a las cooperativas que operan en el muelle, el cumplimiento del Libro de Estabilidad que consiste en la vida de la embarcación y la Capitanía de Puerto Bolívar se encarga que tengan las debidas matriculas del bote y de cada persona que maneja estos transportes.



*Figura 7.* Botes de transporte hacia la isla Jambelí.



*Figura 8. Muelle de Cabotaje.*

### **Infraestructura**

Los datos obtenidos del INEC 2010, una de las parroquias del cantón Santa Rosa es Jambelí, por lo que existe falta de atención en las necesidades básicas como: alcantarillado, eliminación de desechos sólidos, educación, agua potable, desempleo y apoyo a la producción siendo el 93,6% un porcentaje alto, provocando el descontento en la población y altos niveles de pobreza en la parroquia Jambelí.

- **Agua**

El agua que reciben los habitantes de la parroquia rural de Jambelí es de: red pública y de pozo con el 39% cada una; el 18% de otra fuente (aguas-luvia/albarrada); el 3% de río, vertiente, acequia o canal; y el 1% de carro repartidor (INEC, 2010).

- **Alumbrado Eléctrico**

La luz eléctrica que utilizan las familias de la parroquia rural de Jambelí, provienen de las siguientes redes: el 55% de la red de la empresa eléctrica de servicio público; el 17% de generadores de luz; el resto de paneles solares y otras redes; mientras el 25% no cuenta con este servicio, hasta la realización del CENSO INEC – 2010; sin embargo, según el diagnóstico territorial realizado en cada comunidad (isla) se pudo comprobar que aproximadamente el 99% ya tienen energía eléctrica por la empresa de eléctrica de servicio público (INEC, 2010).

- **Alcantarillado**

Los tipos de servicios higiénico o escusado con la cuenta la población de parroquia rural de Jambelí, según en INEC – 2010, están conectados a los siguientes sistemas: 50% conectados a pozo séptico; el 26% a ningún sistema; el 13% están conectados a pozos ciegos; el 5% tienen la descarga al mar; y el 4% tienen letrina (INEC, 2010).

- **Recolección de Basura**

Los habitantes de la parroquia Jambelí eliminan la basura de la siguiente manera: el 52% lo queman al aire libre, el 10% lo entierran en sus solares, el 9% es recogido por un sistema de recolección, el 6% lo arrojan a terreno baldío y al mar y un 23% de otra forma (INEC, 2010).

### **Tipos de transporte disponible**

Para llegar a Jambelí se parte del Muelle de Cabotaje que se encuentra en el malecón de Puerto Bolívar, existen dos cooperativas “31 de julio” y “Rafael Moran Valverde” encargadas de movilizar a los turistas hacia la playa. Antes de zarpar les hacen la entrega de los respectivos chalecos salvavidas, las embarcaciones tienen la capacidad de 25 personas por bote y un costo de 4 dólares por ida y retorno.



*Figura 9.* Transporte con turistas por dirigirse a la isla Jambelí.

### **Imagen de destino**

La imagen del destino turístico es la clave por la que los turistas deciden visitar el lugar. La percepción que tienen los turistas hacia la Isla Jambelí es positiva, de acuerdo a la interacción que se llevó a cabo mediante las encuestas realizadas, los turistas han visitado el lugar por recomendación de gente cercana, y que a pesar que ha sufrido múltiples daños por los oleajes ocasionando la pérdida de una parte de la playa, casas y restaurantes; esto no ha sido un impedimento para que los turistas dejen de visitarla ya que el lugar tiene una gran acogida por su tranquilidad, naturaleza y particularidad de viajar en bote que es lo que hace del destino que motiven visitarlo.

### **Precio de venta**

El valor del transporte es de \$4 ida y retorno, la entrada a la playa es de \$0,25 que abarca la limpieza. Según los valores de alojamiento en Jambelí, un hotel oscila entre \$5 a \$40, dependiendo del tipo de alojamiento y el número de personas que decidan hospedarse. La alimentación varía según el plato que se ordene, desde un valor de \$8 en adelante.

## Recurso Turístico

La información sustraída de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos efectuada a partir de la salida de campo, los atractivos (Isla Jambelí/ Camaronera) se clasifican de acuerdo a la categorización y la jerarquía. (Ver Apéndice A)

Tabla 2.

*Atractivo según su categorización y jerarquía.*

Recurso/atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Isla Jambeli	Atractivo natural	Costas o Litorales	Playa	3
Camaronera	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	2

### Playa de Jambelí

#### - Datos Generales

De acuerdo a la conclusión de la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos que se llevó a cabo el 29 y 30 de noviembre del 2019. Se puede constatar que como datos generales el nombre del atractivo es la Isla Jambelí que se encuentra en la categoría de atractivos naturales, como tipo: Costas y Litorales y subtipo: playa.

#### - Ubicación

La Playa Jambelí perteneciente a la provincia de El Oro cantón Santa Rosa parroquia Balneario Jambelí, su sitio poblado más cercano de la comuna Jambelí es Puerto Bolívar, ubicada en latitud 03° 12,7' 00" S y longitud 80° 01,6' 00" O.

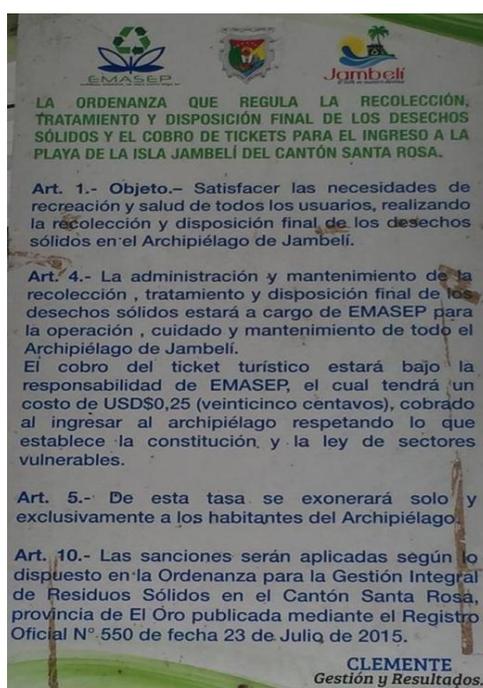
#### - Clima

Su temperatura es de 22°.

## - **Accesibilidad al Atractivo turístico**

Al ingresar al lugar se cobra un valor de 0,25 ctvs. Este valor es utilizado para la recolección de basura del lugar, la playa se puede visitar de lunes a domingo durante todo el año, el horario de ingreso y retorno es de 7:30 a 18:00.

La temporada alta se debe a las vacaciones de la costa, sierra, carnaval y feriados que son durante los meses marzo, abril, julio, agosto, septiembre, y la temporada baja es por el resto del año. El lugar no presta facilidades para personas con discapacidad.



*Figura 10.* Organismo Regulador de los desechos de Jambelí.

## - **Conectividad al atractivo**

La conectividad al atractivo es mediante vía acuática marítima trasladando a turistas en botes que zarpan desde el Muelle de Cabotaje. En el lugar existen vías de comunicación por telefonía fija y móvil, conexión a internet mediante redes inalámbricas, telefonía móvil, existencia de radio portátil, existe la respectiva señalética en el sitio, el poblado más cercano e importante es Puerto Bolívar y se encuentra a 6,2 km de distancia el equivalente a 0:30 minutos.



*Figura 11.* Muelle de cabotaje

- **Planta Turística**

De acuerdo con la planta turística, Jambelí cuenta con establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento y puestos de venta de artesanías.

- **Estado de Conservación e Integración Atractivo**

El atractivo guarda armonía con el entorno y se mantiene conservado a pesar de que pueda sufrir amenazas naturales como marejadas que provocan inundaciones.

- **Higiene y Seguridad Turística**

En lo que conforma la higiene y seguridad, el agua proviene de un pozo, la energía eléctrica se obtiene mediante la red de empresa eléctrica de servicio público, no hay servicio de alcantarillado sino más bien la existencia de pozo séptico, la gestión de residuos generados por la actividad turística es recolectada para movilizarlos en botes hasta el muelle de cabotaje lugar donde se descarga, existe un puesto de salud y personal capacitado en primeros auxilios, cuenta con el servicio y apoyo de la policía nacional y marina.



*Figura 12. Ministerio de Salud Pública.*

- **Políticas y regulaciones**

El Atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial además cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo.

- **Actividades que se practican**

Las actividades que se realizan en agua son: surf, paseo en panga, pesca deportiva, kayak de mar, paseo en moto, bananas inflables; en aire: parapente; en superficie terrestre: camping, fotografía, observación de flora y fauna.

- **Atractivos Culturales**

Existen varios atractivos culturales tangibles como: recorridos autoguiados, presentaciones o representaciones en vivo, fotografía, muestras audiovisuales, información del lugar, actividades vivenciales y/o lúdicas, exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Como atractivo intangible están las fechas de celebración cada 13 de junio y 15 de agosto que forma parte de la fiesta de Jambelí y a la celebración al santo San Antonio.

- **Difusión y Medios de Promoción del Atractivo**

Como medios de promoción del atractivo se encuentra mediante página web, red social como Facebook y medios de comunicación como radio, prensa, etc.

Jambelí se encuentra asociado con otros atractivos como son: Museo Marino GEOMER, La Punta del Faro Jambelí, Isla Costa Rica, Isla San Gregorio.

- **Tipo de visitante y afluencia**

Los tipos de visitante son excursionistas locales que visitan el atractivo con frecuencia, turistas nacionales que visitan de manera regular, y los turistas extranjeros que visitan la isla con poca frecuencia.

### **Camaronera San Antonio**

- **Datos generales**

Conforme a la ficha del levantamiento y jerarquización del atractivo turístico, su categoría es una manifestación cultural, con tipo de realizaciones técnicas y científicas, como subtipo explotaciones agropecuarias y pesqueras.

- **Ubicación**

La camaronera San Antonio se encuentra en la provincia de El Oro cantón Santa Rosa parroquia Jambelí, el sector más cercano es el archipiélago Jambelí/ esteros los puros, el sitio poblado más cercano es el Puerto Bolívar, ubicada en latitud 3° 15' 33" S, de longitud 80° 00' 59" W y de altura 4 MSNM.

- **Clima**

Su clima es cálido y su temperatura es de 28°.

- **Accesibilidad**

La entrada a la camaronera es restringida, y el horario de entrada es indefinido dependiendo mucho de la tabla de marea. El lugar no está adecuado para recibir a personas con discapacidad.

- **Conectividad al atractivo**

El acceso es por vía marítima hasta la camaronera se parte desde el Muelle de Cabotaje en lanchas o botes privados, en el lugar existen vías de comunicación por telefonía móvil, conexión a internet mediante telefonía móvil, existencia de radio portátil, señalética en el sitio, el poblado más cercano e importante es Puerto Bolívar y se encuentra a 1,2 km de distancia el equivalente a 0:05 minutos.

- **Estado de Conservación e Integración Atractivo**

La camaronera guarda armonía con el entorno, se mantiene alterado a pesar de que puede sufrir amenazas de contaminación, pero para esto ya existe un plan para evitar aquello.

- **Higiene y Seguridad Turística**

En lo que conforma la higiene y la seguridad, para el abastecimiento de agua se movilizan mediante tanques desde Puerto Bolívar, la energía eléctrica se obtiene mediante la red de empresa eléctrica de servicio público, no existe el servicio de alcantarillado pero si hay un pozo séptico, los residuos son recolectados para movilizarlos en botes hasta el muelle de cabotaje lugar donde se descarga, cerca de la camaronera es decir en puerto bolívar hay hospitales, centro de salud, dispensario médico y personal capacitado en primeros auxilios, la camaronera cuenta con guardianía privada.

- **Políticas y regulaciones**

La camaronera si cumple con las normativas para el debido funcionamiento y actividades que se practiquen en el sitio, el administrador es el Ing. Leonardo Guzmán.

- **Actividades que se practican**

Las actividades que se pueden realizar dentro de la camaronera son: kayak, paseo en panga, bote, lancha, pesca deportiva; en superficie terrestre: cicloturismo, camping, fotografía, caminata, observación de flora y fauna, picnic

- **Difusión y Medios de Promoción del Atractivo**

Se encuentra asociado con otros atractivos como son: Museo Marino GEOMER, La Punta del Faro Jambelí, Isla Costa Rica, Isla San Gregorio.

- **Tipo de visitas y afluencia**

Los tipos de visitante son excursionistas extranjeros.

## **CAPÍTULO III: Metodología**

De acuerdo al producto turístico en este marco de investigación se va a detallar los periodos metodológicos que se van a utilizar para diseñar un producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro.

### **Diseño de investigación**

Kerlinger (2002) sostiene que generalmente se llama diseño de investigación al plan y a la estructura de un estudio. Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio. El diseño de investigación señala la forma de conceptualizar un problema de investigación y la manera de colocarlo dentro de una estructura que sea guía para la experimentación (en el caso de los diseños experimentales) y de recopilación y análisis de datos.

### **Tipo de investigación**

- **Investigación de campo**

Según (Palella y Martins 2010), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

De acuerdo a las visitas que se realizó al campo se puede percatar que Jambelí si tiene turistas. El proyecto en sí es impulsar la camaronera San Antonio, se realizó una entrevista al gerente Leonardo Guzmán y a los turistas que llegaban a al archipiélago para saber si estaban interesados en realizar visitas a la camaronera.

- **Investigación Exploratoria**

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. Este tipo de investigación, de acuerdo con Sellriz (1980) pueden ser:

a) Dirigidos a la formulación más precisa de un problema de investigación, dado que se carece de información suficiente y de conocimiento previos del objeto de estudio, resulta lógico que la formulación inicial del problema sea imprecisa. En este caso la exploración permitirá obtener nuevo datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación.

b) Conducentes al planteamiento de una hipótesis: cuando se desconoce al objeto de estudio resulta difícil formular hipótesis acerca del mismo. La función de la investigación exploratoria es descubrir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis. Las investigaciones exploratorias son útiles por cuanto sirve para familiarizar al investigador con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, puede crear en otros investigadores el interés por el estudio de un nuevo tema o problema y puede ayudar a precisar un problema o a concluir con la formulación de una hipótesis.

Con lo investigado se examinó todos los datos recogido para saber si los turistas estarían dispuestos a costear el producto experiencial en la camaronera y la gran cantidad de turistas optaron que sí.

- **Investigación descriptiva**

Según el autor (Arias, 2012), define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pag.24), todos los datos que se obtuvieron con este tipo de investigación fueron después de la visita de campo que se realizó.

### **Enfoque de la investigación**

De la combinación de ambos enfoques, surge la investigación mixta, misma que incluye las mismas características de cada uno de ellos, Grinnell (1997), citado por (Hernández 2003) señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluaciones realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras.

En el proyecto se empleará el enfoque mixto ya que en el diseño experiencial se realizó la recolección de datos a través de encuestas y entrevistas. La particularidad de los enfoques cualitativos y cuantitativos suplementan para obtener la información deseada.

### **Muestra**

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra " es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38)

Con la población finita el cálculo que se puede realizar es con la siguiente ecuación:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

n = tamaño de la muestra.

N = población o universo.

Z = nivel de confianza.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra.

e = error muestral.

La ecuación de la muestra “n” es el tamaño de la muestra,  $z^2$  es igual al nivel de confianza a utilizar que es de 95% (1.96), la probabilidad a favor y en contra es 0.5, “N” es igual al universo, eso quiere decir que representa el número de turistas que ingresan mensualmente a Jambelí y el margen de error es del 5%.

## **Técnica de recolección de datos**

### **Encuestas**

De acuerdo con García Ferrando (1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

La medición mediante encuesta puede ser efectuada, y de hecho es el procedimiento más frecuente, de modo esporádico y coyuntural con el fin de tantear la opinión pública en relación con algún tema de interés.

### **Desarrollo de la encuesta**

Las encuestas realizadas a los turistas que visitaban Jambelí se pueden percatar si estuviesen dispuestos en visitar una camaronera y de esta manera diseñar el producto turístico, a su vez observar si pagasen por un turismo experiencial y conocer la actividad acuícola del producto estrella el camarón.

### **Análisis de encuestas**

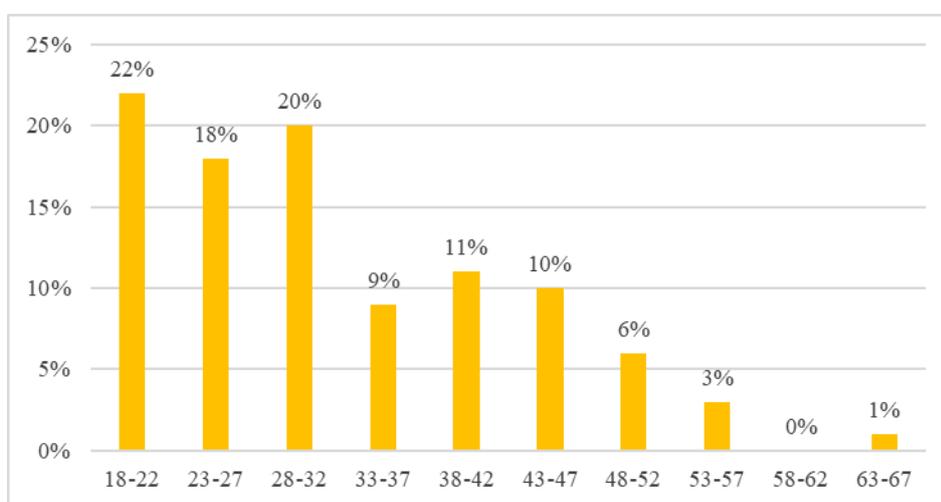
El presente estudio se dio a concretar en la isla Jambelí el día viernes 6 y el sábado 7 de diciembre del 2019, se realizaron las encuestas de 10:00 am a 15:00 pm, posteriormente de una semana se retomó para finalizar dichas encuestas el día viernes 20 y el sábado 21 de diciembre del 2019 de manera simultánea que los otros días. (Ver apéndice D)

## Pregunta 1

Tabla 3.

*Edad de los encuestados*

<b>Edad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>18-22</b>	22%
<b>23-27</b>	18%
<b>28-32</b>	20%
<b>33-37</b>	9%
<b>38-42</b>	11%
<b>43-47</b>	10%
<b>48-52</b>	6%
<b>53-57</b>	3%
<b>58-62</b>	0%
<b>63-67</b>	1%



*Figura 13. Edad de encuestados*

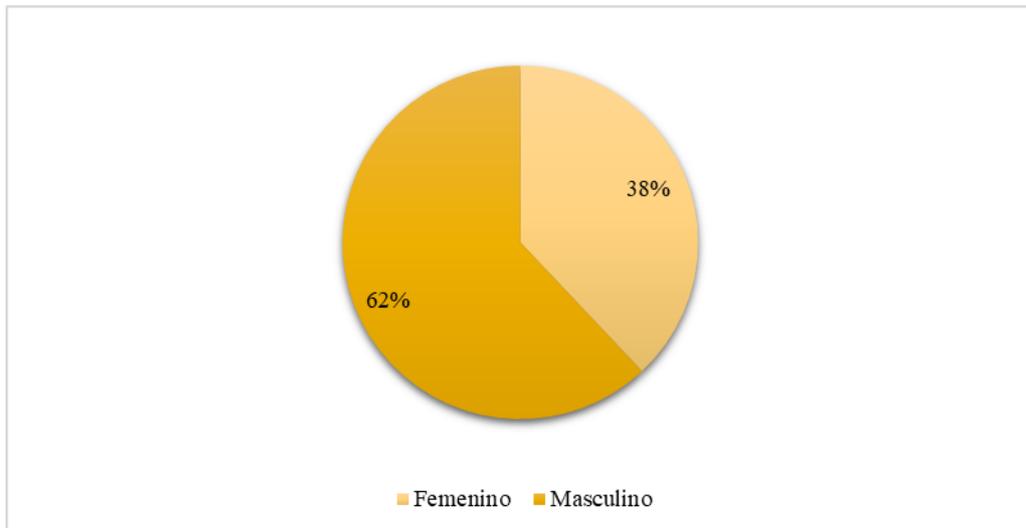
De acuerdo con las encuestas desempeñadas se tiene que de 18-22 es el rango de edades que mayor porcentaje de turistas tiene con el 22% el equivalente a 71 personas encuestadas, seguido de 28-32 con un 20% siendo igual a 64 personas encuestas, eso quiere decir que la isla Jambelí tiene mayor acogida de jóvenes.

## Pregunta 2

Tabla 4.

*Género de los encuestados*

<b>Genero</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Femenino</b>	38%
<b>Masculino</b>	62%
<b>Total</b>	100%



*Figura 14. Género de los encuestados*

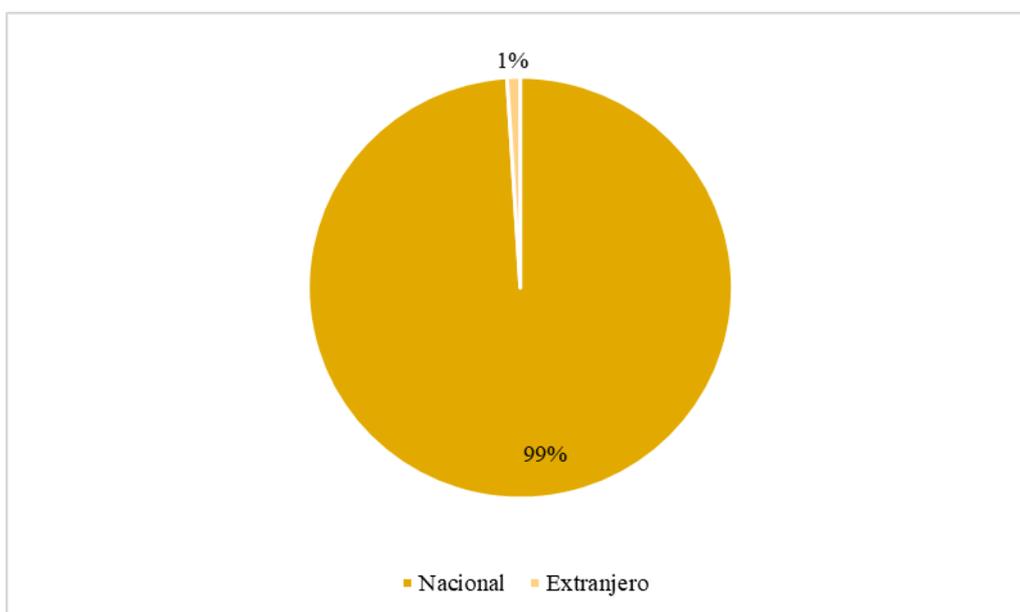
De acuerdo al número de encuestas realizadas a los turistas que llegaban a Jambelí, consta que el 62% de los turistas eran hombres y el 38% son mujeres.

### Pregunta 3

Tabla 5.

*Tipo de turistas que visita Jambelí*

<b>Tipos de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nacional</b>	99%
<b>Extranjero</b>	1%
<b>Total</b>	100%



*Figura 15. Tipo de turista que visita Jambelí*

De las 323 turistas encuestados, se concretó que 99% comprende a los turistas nacionales y el 1% extranjero.

#### Pregunta 4

Tabla 6.

*Lugar de residencia de los encuestados*

Lugar de residencia	Porcentaje
Guayaquil	8%
Quito	2%
Machala	48%
Cuenca	10%
Loja	25%
Ponce Enrique	6%
Otros países	1%

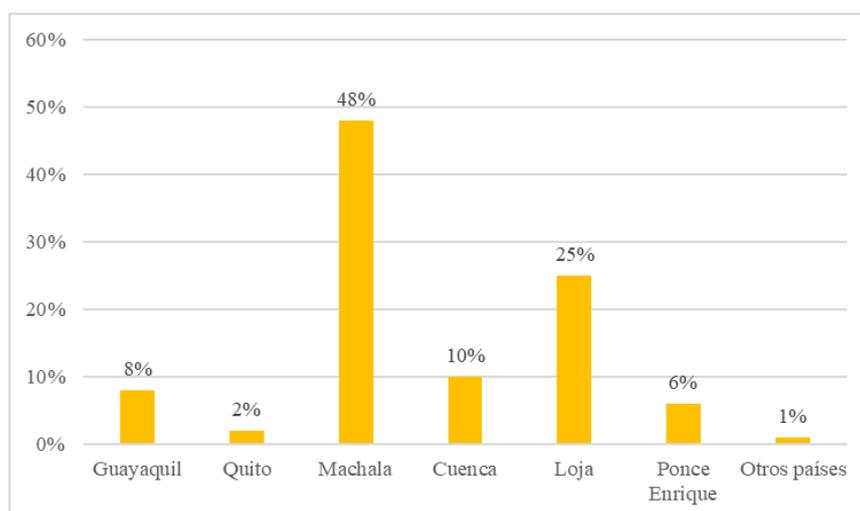


Figura 16. Lugar de residencia

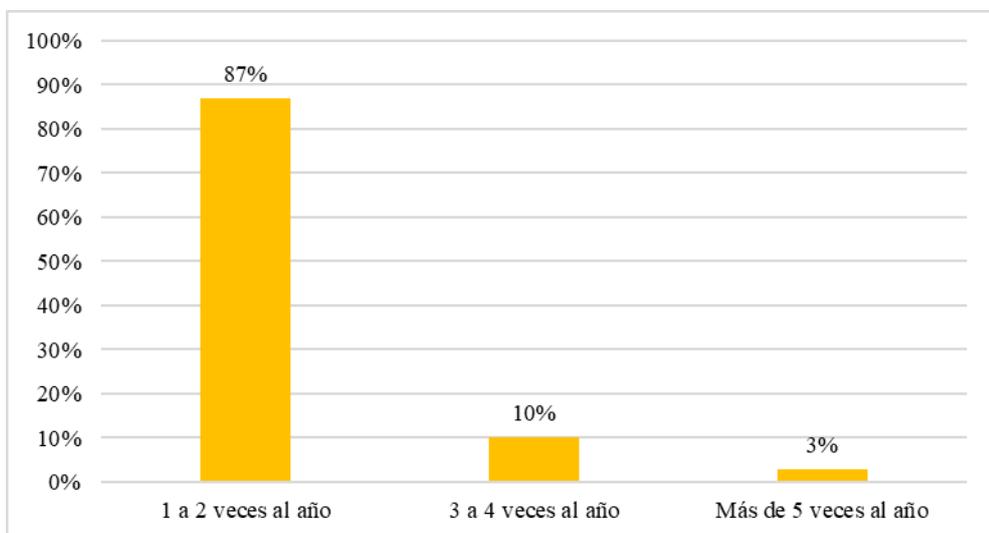
En dicha pregunta se puede observar que la mayor influencia de turistas que visitan Jambelí el 48% es de Machala, seguido por diversas ciudades del país como Loja con el 25% y Cuenca con el 10%.

**Pregunta 5**

Tabla 7.

*¿Con que frecuencia viaja a Jambelí?*

<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1 a 2 veces al año</b>	87%
<b>3 a 4 veces al año</b>	10%
<b>Más de 5 veces al año</b>	3%
<b>Total</b>	100%



*Figura 17. Frecuencia que viajan a Jambelí*

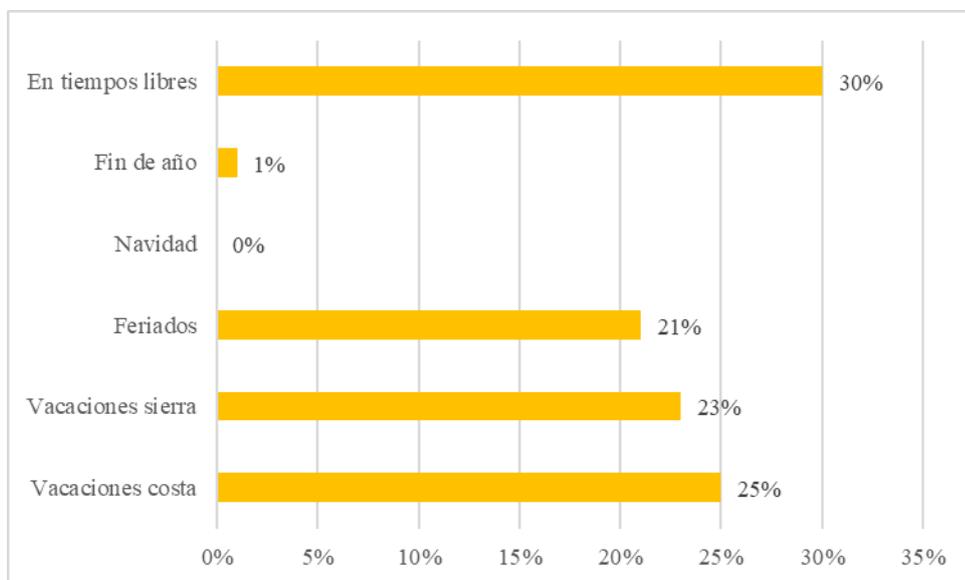
Según las encuestas se puede constatar que la gran mayoría de los turistas solo viajan a Jambelí de 1 a 2 veces al año con el 87% seguido al 10% de 3 a 4 veces al año y más de 5 veces al año con el 3%.

**Pregunta 6**

Tabla 8.

*¿Durante el año, en que fechas viaja?*

<b>Fechas de viaje</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Vacaciones costa</b>	25%
<b>Vacaciones sierra</b>	23%
<b>Feriados</b>	21%
<b>Navidad</b>	0%
<b>Fin de año</b>	1%
<b>En tiempos libres</b>	30%



*Figura 18. Fechas de viaje*

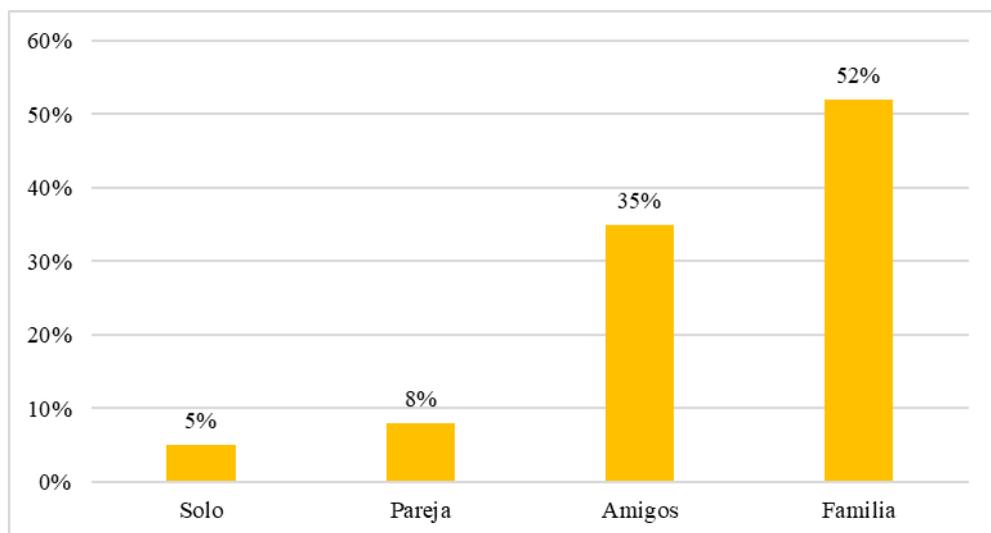
Según los encuestados el 30% los turistas viajan en tiempos libres, seguido con el 25% de vacaciones de la costa y la gran influencia vienen de Machala por motivos de tener a Jambelí cerca del Puerto Bolívar.

**Pregunta 7.**

Tabla 9.

*¿Con quién suele viajar?*

<b>Compañía</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Solo</b>	5%
<b>Pareja</b>	8%
<b>Amigos</b>	35%
<b>Familia</b>	52%



*Figura 19. Con quién suele viajar el turista*

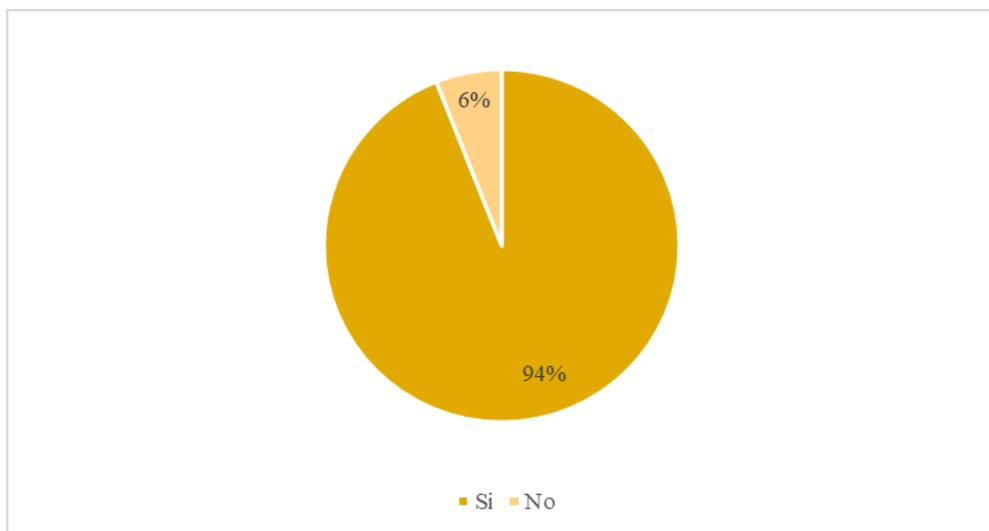
De acuerdo a las encuestas, los resultados fueron que los turistas viajan en compañía de familia con un 52% y en amigos con 35%.

### Pregunta 8

Tabla 10.

*¿Conoce el desarrollo de una camaronera?*

Conocimiento de una camaronera	Porcentaje
Si	94%
No	6%



*Figura 20. ¿Conoce el desarrollo de una camaronera?*

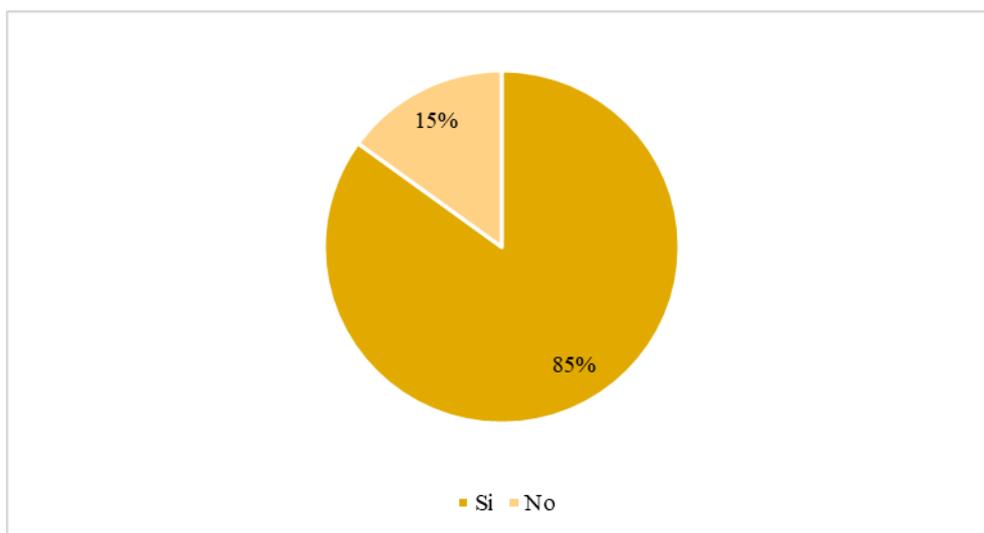
El 94% de los encuestados conocen el desarrollo de una camaronera, por lo tanto, respondieron con un Si, y el restante que abarca un 6% la respuesta fue No.

### Pregunta 9

Tabla 11.

*¿Le gustaría visitar una camaronera?*

Visitar camaronera	Porcentaje
Si	85%
No	15%



*Figura 21. Le gustaría visitar una camaronera*

Las respuestas de las encuestas realizadas fueron que el 85% de los turistas si se encuentran interesados en visitar la camaronera y el restante que equivale al 15% respondieron con un no.

**Pregunta 10.**

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar un recorrido en la camaronera en la cual se llevarán actividades como conocer el proceso de siembra, alimentación, cosecha del camarón, paseo en panga, pesca deportiva, descanso en hamacas, avistamiento de aves, degustación de platos con el producto estrella camarón, etc.?**

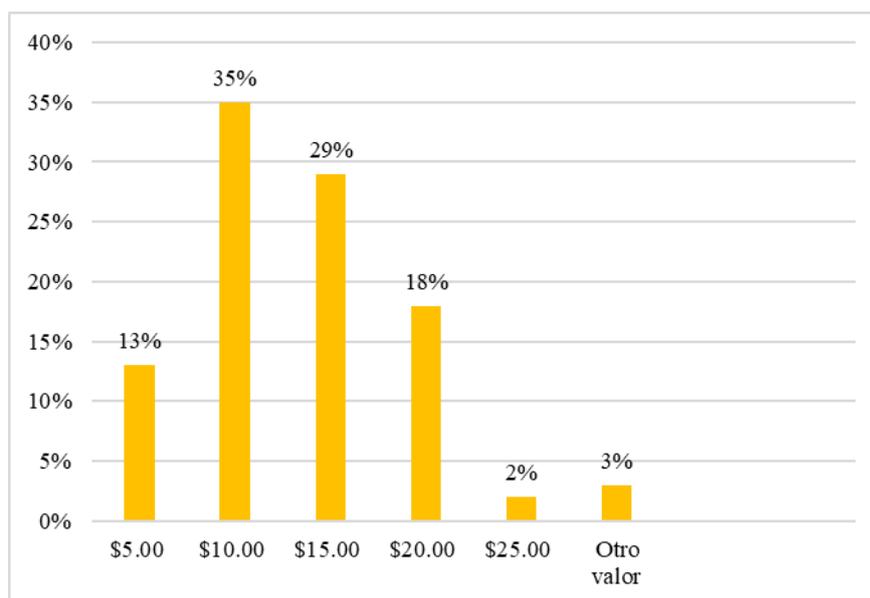
Tabla 12.

*Precio sugerido por los turistas.*

---

<b>Gasto en recorrido</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>\$5.00</b>	8%
<b>\$10.00</b>	35%
<b>\$15.00</b>	29%
<b>\$20.00</b>	18%
<b>\$25.00</b>	2%
<b>Otro valor</b>	3%

---



*Figura 22. Gasto en recorrido*

El 85% de los encuestados que equivale a 274 personas, el 22% están dispuestos a pagar \$10, el 32% sugirieron un valor a pagar de \$15, el 18% sugirieron que estarían dispuestos a pagar \$20 por el paquete. De acuerdo a las encuestas el 15% no desea conocer una camaronera por distintas razones: han visitado alguna, no les parece interesante.

### **Entrevista**

Taylor y Bogan (1986) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

Sierra (1998) quien asegura que la entrevista es un instrumento eficaz y de gran precisión, puesto que se fundamenta en la investigación humana, aunque cuenta con un problema de delimitación por su uso extendido en las diversas áreas de conocimiento.

### **Desarrollo de la entrevista**

Con dicha entrevista que se la realizo al Ing. Leonardo Guzmán Gonzales, gerente de la camaronera San Antonio de la provincia de El Oro, lugar donde está

dirigido el proyecto, se puede constatar que le parecería realizar actividades turísticas en su camaronera y su respuesta fue favorable.

De acuerdo a la entrevista efectuada como temas más importantes se tiene como respuesta del Ing. Leonardo Guzmán Gonzales que en el futuro se podrá fomentar actividades turísticas dentro de la camaronera como la exposición de crustáceos vivos, de tal manera que el cliente/ turista los pueda elegir para su menú. Se consideró si esas actividades turísticas afectarían como impacto ambiental en la camaronera, la observación del Ing. fue “Si, pero para evitar aquello se deberán implementar medidas de bioseguridad en las granjas de tal forma que el impacto sea mínimo, una de las medidas de bioseguridad seria colocarse desinfectante en polvo en el calzado de los visitantes como Cal Viva o Hidróxido de Calcio, desinfectantes de manos, etc.” (Ver apéndice C)

## **CAPÍTULO IV: Diseño de producto**

El proyecto se basa en diseñar un producto de experiencia, siendo el mayor enfoque la camaronera San Antonio. Este producto provocará mayores ingresos tanto para la camaronera que se dedica en producir el camarón y la isla Jambelí, causando que el turismo incrementara y así de esta manera en un futuro mejorará la calidad de vida de la población de Jambelí y Puerto Bolívar, generando plazas de trabajo.

Lo que se pretende es diseñar y fortalecer aquellas áreas que presentan falencias, acondicionar el lugar para crear este producto en la cual se lleven a cabo actividades turísticas basadas en el turismo experiencial, incentivando al turista en visitar y conocer de cerca el desarrollo del producto; realización de actividades gastronómicas como el servicio de alimentos y bebidas, de ocio y recreación, avistamiento de aves y manglares, interacción con la comuna mediante leyendas que serán contados por ellos.

Conforme al diseño de este producto, se brindará una experiencia en la que se podrán disfrutar jóvenes y adultos en un ambiente familiar, a diferencia de lo que brinda una camaronera tradicional es lo que motivará al turista vivir esta experiencia. La playa de Jambelí será un destino en el que se podrá realizar turismo de sol playa, algo que la camaronera no puede ofrecer.

A pesar de la inexistencia del producto, la reacción ante la propuesta mencionada: “Diseño de un producto experiencial para la camaronera San Antonio” tuvo un impacto positivo en los turistas, mostrando interés en que este proyecto se lleve a cabo en un futuro y así poder consumirlo.

De acuerdo a los datos obtenidos a partir de las encuestas realizadas en el campo de estudio del Capítulo III que concierne el desarrollo del estudio de mercado. El perfil del demandante es el siguiente:

- Turistas de 18 a 42 años
- Provenientes de la provincia de El Oro y ciudades como: Loja y Cuenca
- Deciden visitar la isla cuando tienen disponibilidad de tiempo como también vacaciones de la costa y sierra
- Compañía de familia y amigos

A continuación, se procederá a diseñar el producto turístico experiencial buscando detallar y sistematizar toda la información para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

### **Detalle del producto**

El proyecto engloba dos atractivos: la Camaronera San Antonio y la Isla Jambelí.

El mercado meta que va direccionado el producto son los Turistas de 18 a 42 años, pertenecientes de la provincia de El Oro (Machala, Pasaje, Santa Rosa) y ciudades como: Loja y Cuenca, que deciden visitar la isla cuando tienen disponibilidad de tiempo como también durante las vacaciones de la costa y sierra, en compañía de familiares y amigos.

La camaronera se encuentra ubicada en Santa Rosa, provincia de El Oro a 5 minutos del muelle de Cabotaje, Puerto Bolívar y la isla Jambelí se encuentra ubicado a 15 minutos de la camaronera San Antonio.

San Antonio tiene una extensión de 32 hectáreas, y se lleva a cabo la acuicultura, como actividad principal es el cultivo de camarón, los horarios de entrada y salida pueden variar ya que están sujetos a la marea. Esta actividad que se desarrolla dentro de la camaronera es muy importante ya que en nuestro País el camarón es uno de los productos que más exporta el Ecuador.

Jambelí es el balneario donde los turistas podrán realizar turismo de sol y playa, y pernoctar en el lugar.

La capacidad de personas que pueden realizar turismo en la camaronera es alrededor de 20 personas por día.

La distribución de las áreas en la camaronera San Antonio, serán de la siguiente manera:

- Desembarque: donde los turistas se desembarcarán del bote.
- Área de baños: se encontrarán separados los de hombres y mujeres.

- Área de niños: área recreativa donde estarán bajo el cuidado de un adulto
- Área de descanso: ubicación de hamacas
- Bodega: implementos para la realización de actividades
- Cocina/ comedor: desde el comedor se podrá observar la realización de los platos por parte del chef dentro de la cocina, aquí se encontrarán separados por un vidrio.
- Corrales: donde se encuentran ubicados los animales como gallinas, pollos, gallos.
- Jardín: donde se encontrarán todo tipo de plantas, flores, etc.
- Piscinas: agua salada donde se encuentra el cultivo de camarón

De acuerdo a las actividades a realizarse dentro de la camaronera, esta no cuenta con la infraestructura adecuada para llevarlas a cabo, por lo tanto, se ha decidido mejorar las distintas áreas del atractivo como:

- Añadir señalética en el lugar
- Implementar el ambiente para niños
- Mejorar el servicio higiénico
- Área de descanso
- Comedor/cocina
- Servicio de agua potable permanente
- Implementar equipos de seguridad para el turista (botas, desinfectante, chalecos) y el atractivo (Cal viva, cestos de basura), bicicletas, carpas, cañas de pescar, etc.

Conforme a las mejoras realizadas, podrán llevarse a cabo las siguientes actividades:

- Caminata
- Ciclismo
- Paseo en panga
- Pesca
- Fotografía
- Degustación de platos
- Acampar

- Alimentación de animales
- Visita al vivero y corral de aves - compra de huevos/ plantas
- Descanso en hamacas

Las actividades que tendrán un costo adicional, y no estarán incluidas en el paquete son las siguientes:

- Platos que no se encuentren señalados en el paquete (los precios varían entre \$8 y \$15)
- Alimentación de animales: camarón, pollos, gallinas. (1\$)
- Compra de huevos/ plantas (dependiendo del tipo).
- Acampar: depende del tipo de paquete elegido (paquete One Night \$35).
- Turismo de sol y playa: depende del tipo del paquete (paquete Sant Weekend, \$55).

Se diseñará tres paquetes distintos, en los cuales cada uno se acoplará de acuerdo al requerimiento del turista.

### **Primer paquete: Sant Full Day**

#### **Día 1**

- ❖ Llegada al Muelle de Cabotaje
- ❖ Avistamiento de aves
- ❖ Llegada a la camaronera
- ❖ Recorrido por la camaronera (caminata, bicicleta, panga)
- ❖ Pesca deportiva
- ❖ Degustación de platillos
- ❖ Free time – Descanso
- ❖ Retorno al Muelle
- 🚦 El tiempo total aproximado es de 5 horas.
- 🚦 Tendrá un costo de \$20.

Tabla 13.

*Actividades para realizarse en el día uno.*

<b>Actividades</b>	<b>Duración</b>
<b>Embarque del turista</b>	5 min.
<b>Avistamiento de aves y manglares</b>	5 min.
<b>Recorrido por la camaronera</b>	35 – 40 min.
<b>Pesca deportiva</b>	1h.
<b>Degustación de platillos</b>	40 - 60 min.
<b>Área de descanso</b>	20 – 40 min.
<b>Interacción con los animales</b>	15 min.
<b>Visita al vivero</b>	15 min.
<b>Retorno al Muelle</b>	5min.

## Guión Turístico Paquete #1: Sant Full Day

### SALUDO DEL GUIA A LOS TURISTAS

Para recordar:



1. Saludo
2. Nombre

Buenos días, mi nombre es (...), le doy la más cordial bienvenida a la embarcación. Hoy seré su guía durante el recorrido, cualquier duda o inquietud no duden en hacérmela saber.

### RECOMENDACIONES DEL GUIA

Para recordar:



1. Materiales que ofrecemos a los turistas.

Antes de subir a la embarcación, les voy a dar ciertas recomendaciones que serán de gran ayuda.

Pensando en su seguridad les voy a entregar un chaleco salvavidas, llevo además un botiquín de primeros auxilios. Durante el viaje podrán hacer uso de su cámara fotográfica.

Al llegar a la camaronera, el bote se estacionará junto a las escaleras de desembarque, donde serán recibidos por el Gerente y el resto de guías.

## SEGUNDO SALUDO POR PARTE DEL GERENTE

Para recordar:



3.1 Nombre

3.2 Saludo

Buenos días, mi nombre es (...) bienvenidos a la camaronera San Antonio, estamos muy contentos de poder tenerlos en este lugar.

## RECOMENDACIONES DEL GERENTE

Para recordar:



1. Materiales que deben llevar los turistas.

2. Materiales que ofrecemos a los turistas.

Durante el recorrido les recomiendo que lleven: ropa de baño, gafas, protector solar, cámara fotográfica, y muchas ganas de disfrutar esta gran aventura.

Por favor no llevar materiales desechables para evitar la contaminación del mar.

A continuación, se dividirán 3 grupos con su guía correspondiente a la actividad a realizarse:

**Ciclismo:** Se les hará la entrega de la bicicleta con su respectivo casco, rodilleras y chaleco salvavidas.

**Panga:** Se les proporcionara chalecos salvavidas y botas.

**Caminata:** se les hará la entrega de botas, chalecos y desinfectante de pies y manos.

Alrededor de las 5:00 pm nos encontraremos en el punto de desembarque para retornar.

## DATOS HISTORICOS

Para recordar:



1. Inicio de la producción camaronera en el Ecuador.

2. Inicios de la camaronera

El cultivo del camarón empieza a desarrollarse en la región costa donde se adapta adecuadamente para el desarrollo de la acuicultura. Por el año 1968, en las cercanías de Santa Rosa provincia de El Oro, la actividad camaronera empieza a producir gracias a un grupo de empresarios dedicados a la agricultura que observaban como crecía el camarón en pequeños estanques cercanos a los estuarios.

En 1974 ya existían 600 ha dedicadas al cultivo. Para los 70 en las provincias de El Oro y Guayas comienza con la verdadera expansión de la industria camaronera donde se hizo de esta actividad un negocio rentable. a mediados de los 90 las empresas deciden invertir en cultivos, en la creación de empacadoras, laboratorios de lavar y fábricas de balanceado como también industrias que producen insumos para esta actividad

La camaronera tiene 32 años en producción, comenzó con dos piscinas y un precriadero.

El proceso de construcción de San Antonio demoró 3 años ya que en los años 80 era difícil trabajar con maquinaria pesada, la composición del terreno no soportaba el peso de las máquinas y se hundían en el fango. Para los años 90 el ingenio de las personas que estaban en la actividad permitió que se pueda ingresar maquinaria con la ayuda de troncos o "camas" que permitía a las máquinas desplazarse sobre ellas en el fango, acelerando la construcción de las piscinas.

## CAMARÓN

Para recordar:

### 1. Proceso del cultivo.



El proceso del cultivo empieza con la selección de la larva a sembrar.

- Primero se selecciona el o los tanques donde se encuentran las larvas.
- Se toma una muestra de cada tanque y se envía a analizar para descartar posibles enfermedades ya sea de tipo bacterial, viral o parasitarias.
- Luego de verificar que esté libre de patógenos se procede a la cosecha y correspondiente despacho.
- Generalmente el peso de la larva debe estar entre 400 y 100 pl/g (post larvas por gramo) para luego transportarlas ya sea en tinas de 1 tonelada de capacidad o en fundas dentro de cartones cuya capacidad puede ser de 2000 a 6000 pl por funda.
- Luego del despacho viene la siembra para lo cual aclimatamos las pl en el agua de la piscina a sembrar por un tiempo a criterio del técnico.
- Por último, procedemos a sembrar girando la funda con cuidado y depositando todas las larvas en el agua.

## ACTIVIDADES

Para recordar:



### 1. Desarrollo de actividades – Día

- Pesca deportiva
- Degustación de platos
- Descanso



Tienen una hora aproximadamente para realizar pesca deportiva. Luego degustarán de un platillo de camarón, donde el chef hará una breve explicación y demostración para realizar dicho plato.



Posterior a esto podrán dirigirse al área de descanso, donde estarán ubicadas las hamacas y asientos. Podrán alimentar a los animales que se encuentran en los corrales y visitar el vivero.

## DESPEDIDA

Para recordar:

### 1. Agradecimiento

Fue un placer para mi acompañarlos y sobretodo compartir con ustedes esta maravillosa aventura. Esperamos que nos vuelvan a acompañar en una próxima oportunidad.



## **Detalle**

Sant Full Day es el paquete de un día en el que incluye transporte de ida y retorno Muelle de cabotaje - Camaronera - Muelle de Cabotaje y las actividades mencionadas a continuación.

El viaje empieza embarcándose el turista al bote, en la que perdurará 10 minutos de viaje y realizarán el avistamiento de aves justo antes de entrar a la camaronera, después de haber acabado la actividad, ingresarán a la camaronera donde en la entrada se encontrarán con diversos arboles de mangle. Al llegar los turistas a la camaronera procederán a desembarcar y los recibirá el gerente que les darán las respectivas indicaciones antes del recorrido por las instalaciones, en las que harán la entrega de chalecos, botas a los turistas para evitar algún riesgo, desinfectantes para evitar la contaminación del lugar, esto tomara 10 minutos. Al comenzar el recorrido procederán a separarse los turistas en grupos de 5 personas, dependiendo el tipo de recorrido a realizarse como puede ser panga, bicicleta o simplemente caminata en el que tomará un lapso de tiempo entre 35 a 40 minutos, durante el recorrido se explicará más acerca de la producción del camarón y podrán realizarse fotografías; terminando aquella actividad durante un lapso de 1 hora realizaran la actividad de pescar; luego degustarán solamente de platillos con camarón en la que tendrá un valor de hasta \$8 consumibles incluido en el paquete; se ofrecerán platos a la carta con y sin camarón que tendrán un valor agregado, esta actividad se realizara entre 45 minutos a 1 hora.

Al finalizar el recorrido antes mencionado podrán dirigirse al área de descanso donde estarán ubicadas las hamacas y asientos para el turista; alimentar a los animales como pollos, gallos y gallinas, tendrá el costo de un dólar; podrán realizar la compra de huevos y visitar el vivero donde estarán exhibidas las distintas plantas y flores disponibles a la venta.

## Segundo paquete: Sant One Night

### Dia 1

- ❖ Llegada al Muelle de Cabotaje
- ❖ Avistamiento de aves
- ❖ Llegada a la camaronera
- ❖ Recorrido por la camaronera (caminata, bicicleta, panga)
- ❖ Pesca deportiva
- ❖ Degustación de platillos
- ❖ Free time – Descanso
- ❖ Cena
- ❖ Fogata
- ❖ Acampar
- ❖ leyendas

### Dia 2

- ❖ Desayuno
- ❖ Retorno al Muelle

🚦 2 días y 1 noche.

🚦 Horario de salida entre las 10 y 1 pm (dependiendo de la marea).

🚦 Tendrá un costo de \$35.

Tabla 14.

*Actividades a realizarse día dos.*

<b>Actividades</b>	<b>Duración</b>
<b>Embarcación del turista</b>	5 min.
<b>Avistamiento de aves y manglares</b>	5 min.
<b>Recorrido por la camaronera</b>	35 – 40 min
<b>Pesca deportiva</b>	1h.
<b>Degustación de platillos</b>	40 – 60 min.
<b>Área de descanso</b>	20 – 40 min.
<b>Interacción con los animales</b>	15 min.
<b>Visita al vivero</b>	15 min.
<b>Cena</b>	40 - 60 min.
<b>Campamento en la camaronera</b>	Toda la noche
<b>Fogata</b>	2 hrs.
<b>Cuento de leyendas</b>	30min.
<b>Desayuno</b>	60 min.

## Guión Turístico - Paquete #2: Sant One Night

### SALUDO DEL GUIA A LOS TURISTAS

Para recordar:



1. Saludo
2. Nombre

Buenos días, mi nombre es (...), le doy la más cordial bienvenida a la embarcación. Hoy seré su guía durante el recorrido, cualquier duda o inquietud no duden en hacérmela saber.



### RECOMENDACIONES DEL GUIA

Para recordar:

1. Materiales que ofrecemos a los turistas.

Antes de subir a la embarcación, les voy a dar ciertas recomendaciones que serán de gran ayuda.

Pensando en su seguridad les voy a entregar un chaleco salvavidas, llevo además un botiquín de primeros auxilios. Durante el viaje podrán hacer uso de su cámara fotográfica.

Al llegar a la camaronera, el bote se estacionará junto a las escaleras de desembarque, donde serán recibidos por el Gerente y el resto de guías.

## SEGUNDO SALUDO POR PARTE DEL GERENTE

Para recordar



1. Saludo

2. Nombre

Buenos días, mi nombre es (...) bienvenidos a la camaronera San Antonio, estamos muy contentos por tenerlos en este lugar.

## RECOMENDACIONES DEL GERENTE

Para recordar:



1. Materiales que deben llevar los turistas-

2. Materiales que ofrecemos a los turistas.

Durante el recorrido les recomiendo que lleven: ropa de baño, gafas, protector solar, cámara fotográfica, y muchas ganas de disfrutar esta gran aventura.

Por favor no llevar materiales desechables para evitar la contaminación del mar.

A continuación, se dividirán 3 grupos con su guía correspondiente a la actividad a realizarse:

**Ciclismo:** Se les hará la entrega de la bicicleta con su respectivo casco, rodilleras y chaleco salvavidas.

**Panga:** Se les proporcionara chalecos salvavidas y botas.

**Caminata:** se les hará la entrega de botas, chalecos y desinfectante de pies y manos.

## Datos Históricos



Para recordar:

1. Inicio de la producción camaronera en el Ecuador.

2. Inicios de la camaronera

El cultivo del camarón empieza a

desarrollarse en la región costa donde se adapta adecuadamente para el desarrollo de la acuicultura.

Por el año 1968, en las cercanías de Santa Rosa provincia de El Oro, la actividad camaronera empieza a producir gracias a un grupo de empresarios dedicados a la agricultura que observaban como crecía el camarón en pequeños estanques cercanos a los estuarios.

En 1974 ya existían 600 ha dedicadas al cultivo. Para los 70 en las provincias de El Oro y Guayas comienza con la verdadera expansión de la industria camaronera donde se hizo de esta actividad un negocio rentable. a mediados de los 90 las empresas deciden invertir en cultivos, en la creación de empacadoras, laboratorios de lavar y fábricas de balanceado como también industrias que producen insumos para esta actividad

La camaronera tiene 32 años en producción, comenzó con dos piscinas y un precriadero.

El proceso de construcción de San Antonio demoró 3 años ya que en los años 80 era difícil trabajar con maquinaria pesada, la composición del terreno no soportaba el peso de las máquinas y se hundían en el fango. Para los años 90 el ingenio de las personas que estaban en la actividad permitió que se pueda ingresar maquinaria con la ayuda de troncos o "camas" que permitía a las máquinas desplazarse sobre ellas en el fango, acelerando la construcción de las piscinas.

## CAMARÓN

Para recordar:



### 1. Proceso del cultivo

El proceso del cultivo empieza con la selección de la larva a sembrar.

- Primero se selecciona el o los tanques donde se encuentran las larvas.
- Se toma una muestra de cada tanque y se envía a analizar para descartar posibles enfermedades ya sea de tipo bacterial, viral o parasitarias.
- Luego de verificar que esté libre de patógenos se procede a la cosecha y correspondiente despacho.
- Generalmente el peso de la larva debe estar entre 400 y 100 pl/g (post larvas por gramo) para luego transportarlas ya sea en tinas de 1 tonelada de capacidad o en fundas dentro de cartones cuya capacidad puede ser de 2000 a 6000 pl por funda.
- Luego del despacho viene la siembra para lo cual aclimatamos las pl en el agua de la piscina a sembrar por un tiempo a criterio del técnico.
- Por último, procedemos a sembrar girando la funda con cuidado y depositando todas las larvas en el agua.

## ACTIVIDADES



Para recordar:

### 1. Desarrollo de actividades – Día

- Pesca deportiva
- Degustación de platos
- Descanso



### 2. Desarrollo de actividades – Noche

- Cena
- Camping
- Fogata
- Saludo / Leyenda



Tienen una hora aproximadamente para realizar pesca deportiva. Luego degustarán de un platillo de camarón, donde el chef hará una breve explicación y demostración para realizar dicho plato.

Posterior a esto podrán dirigirse al área de descanso, donde estarán ubicadas las hamacas y asientos. Podrán alimentar a los animales que se

encuentran en los corrales y visitar el vivero.

Alrededor de las 7:00 pm podrán dirigirse al área del restaurante para cenar.

Luego de que hayan cenado, a las 9 pm se llevara a cabo la fogata y leyendas.

## SALUDO / LEYENDA POR PARTE DEL NATIVO

Para recordar:

1. Saludo

.2. Nombre

8.3 Leyendas



Buenas noches, mi nombre es (...) y esta noche estaré con ustedes contándoles leyendas que han surgido por este sector.

Me gustaría que formemos una ronda alrededor de la fogata y sentarnos sobre los troncos para así estar más cómodos e interactuar de una mejor manera con Uds.

Antes de empezar me gustaría que se presenten mencionando su nombre y que tal les ha parecido la experiencia de este lugar.

Muchas gracias a todos, ahora procederé a contarles acerca del lugar.

Cuenta la leyenda que los guardias y trabajadores de la camaronera que por las noches se pasea un hombre enano corriendo alrededor de las piscinas, este también se lo ha visto por los árboles de mangle, los moradores mencionan que se escuchan risas cuando este ente aparece, haciendo burla. Muchos se hacen preguntas de cómo pudo llegar ahí, sin respuesta alguna causa euforia en ellos y temor. Se dice que este ente no es nada más y nada menos que el duende.

La segunda leyenda que les mencionare es acerca de cómo se guardaban los tesoros o las cosas de valor en las islas.

Todo comienza hace muchos años atrás que la población que vivía apartada en islas, para guardar sus bienes materiales de valor, sembraban arboles muy grandes para poder enterrar debajo de ellos tesoros, estos tesoros comprendían joyas de valor entre otras cosas, antes que se tomen estas medidas, los piratas llegaban arbitrariamente a robar a esta población ya que en el principio tan solo se enterraba y estos tesoros se daban por perdidos ya que la gente perdía el rastro de donde estaban ubicados .

## DESPEDIDA

Para recordar:

### 1. Agradecimiento

Fue un placer para mi acompañarlos y sobretodo compartir con ustedes esta maravillosa aventura. Esperamos que nos vuelvan a acompañar en una próxima oportunidad.



## Detalle

Sant One Night comprende el paquete de dos días y una noche dentro de la camaronera, en el que incluye transporte de ida y retorno Muelle de cabotaje - Camaronera - Muelle de Cabotaje y las actividades mencionadas a continuación.

Llegarán los turistas al muelle de cabotaje donde embarcarán al bote, durante 5 minutos de viaje, empezarán con la primera actividad que es el avistamiento de aves (justo antes de ingresar a la camaronera), esto llevara a cabo 5 minutos; posterior a esta actividad, ingresarán a la camaronera donde en la entrada se encontrarán con diversos arboles de mangle. Al llegar los turistas a la camaronera procederán a desembarcar y los recibirá el gerente que les darán las respectivas indicaciones antes del recorrido por las instalaciones, en las que harán la entrega de chalecos, botas a los turistas para evitar algún riesgo, desinfectantes para evitar la contaminación del lugar, esto tomara 10 minutos. Al comenzar el recorrido procederán a separarse los turistas en grupos de 5 personas, dependiendo el tipo de recorrido a realizarse como puede ser panga, bicicleta o simplemente caminata en el que tomará un lapso de tiempo entre 35 a 40 minutos, durante el recorrido se explicará más acerca de la producción del camarón y podrán realizarse fotografías; terminando aquella actividad durante un lapso de 1 hora realizaran la actividad de pescar; luego degustarán solamente de platillos con camarón en la que tendrá un valor de hasta \$8 consumibles incluido en el paquete; se ofrecerán platos a la carta

con y sin camarón que tendrán un valor agregado, esta actividad se realizara entre 45 minutos a 1 hora.

Al finalizar el recorrido antes mencionado podrán dirigirse al área de descanso donde estarán ubicadas las hamacas y asientos para el turista; alimentar a los animales como pollos, gallos y gallinas, tendrá el costo de un dólar; podrán realizar la compra de huevos y visitar el vivero donde estarán exhibidas las distintas plantas y flores disponible a la venta.

La diferencia al paquete Sant Full Day, es que en One night se podrá acampar en la Camaronera San Antonio, incluirá el servicio de alimentación: almuerzo, cena y desayuno, fogata con malvaviscos, y leyendas contadas por nativos del lugar.

### **Tercer paquete: Sant Weekend**

#### **Dia 1**

- ❖ Llegada al Muelle de Cabotaje
- ❖ Llegada a la camaronera
- ❖ Recorrido por la camaronera (caminata, bicicleta, panga)
- ❖ Pesca deportiva
- ❖ Degustación de platillo
- ❖ Free time – Descanso
- ❖ Traslado a la Playa de Jambelí
- ❖ Disfrute sol y playa
- ❖ Museo Geomer
- ❖ Check in
- ❖ Cena
- ❖ Fogata
- ❖ Leyendas

#### **Dia 2**

- ❖ Desayuno
- ❖ Check out
- ❖ Retorno al Muelle

- ✚ 2 días y 1 noche.
- ✚ Horario de salida 1 pm.
- ✚ Tendrá un costo de 55 dólares.

Tabla 15.

*Actividades a realizarse día tres.*

<b>Actividades</b>	<b>Duración</b>
<b>Embarcación del turista</b>	5 min.
<b>Avistamiento de aves y manglares</b>	5 min
<b>Recorrido por la camaronera</b>	35 – 40 min
<b>Pesca deportiva</b>	1h.
<b>Almuerzo</b>	40 - 60 min.
<b>Área de descanso</b>	20 – 40 min.
<b>Interacción con los animales</b>	15 min.
<b>Visita al vivero</b>	15 min.
<b>Viaje a Jambelí</b>	15 min.
<b>Check in</b>	30 min.

<b>Playa</b>	4h
<b>Cena</b>	40 – 60 min.
<b>Fogata</b>	2h
<b>Cuento de leyendas</b>	30min.
<b>Desayuno</b>	40 - 60 min
<b>Retorno al Muelle</b>	15 min

### **Guión Turístico - Paquete #3: Sant Weekend**

#### **SALUDO DEL GUIA A LOS TURISTAS**



##### 1.1 Saludo

##### 1.2 Nombre

Buenos días, mi nombre es (...), le doy la más cordial bienvenida a la embarcación. Hoy seré su guía durante el recorrido, cualquier duda o inquietud no duden en hacérmela saber.

## RECOMENDACIONES DEL GUIA

Para recordar:

1. Materiales que ofrecemos a los turistas.



Antes de subir a la embarcación, les voy a dar ciertas recomendaciones que serán de gran ayuda.

Pensando en su seguridad les voy a entregar un chaleco salvavidas, llevo además un botiquín de primeros auxilios.

Durante el viaje podrán hacer uso de su cámara fotográfica.

Al llegar a la camaronera, el bote se estacionará junto a las escaleras de desembarque, donde serán recibidos por el Gerente y el resto de guías.

## SEGUNDO SALUDO POR PARTE DEL GERENTE

Para recordar:

.1 Saludo

.2 Nombre



Buenos días, mi nombre es (...) bienvenidos a la camaronera San Antonio, estamos muy contentos por tenerlos en este lugar.

#### 4. RECOMENDACIONES DEL GERENTE

Para recordar:



1. Materiales que deben llevar los turistas
2. Materiales que ofrecemos a los turistas

Durante el recorrido les recomiendo que lleven: ropa de baño, gafas, protector solar, cámara fotográfica, y muchas ganas de disfrutar esta gran aventura.

Por favor no llevar materiales desechables para evitar

la contaminación del mar.

A continuación, se dividirán 3 grupos con su guía correspondiente a la actividad a realizarse:

**Ciclismo:** Se les hará la entrega de la bicicleta con su respectivo casco, rodilleras y chaleco salvavidas.

**Panga:** Se les proporcionara chalecos salvavidas y botas.

**Caminata:** se les hará la entrega de botas, chalecos y desinfectante de pies y manos.

#### DATOS HISTORICOS



Para recordar:

1. Inicio de la producción camaronera en el Ecuador.

2. Inicios de la camaronera

El cultivo del camarón empieza a desarrollarse en la región costa donde

se adapta adecuadamente para el desarrollo de la acuicultura. Por el año 1968, en las cercanías de Santa Rosa provincia de El Oro, la actividad

camaronera empieza a producir gracias a un grupo de empresarios dedicados a la agricultura que observaban como crecía el camarón en pequeños estanques cercanos a los estuarios.

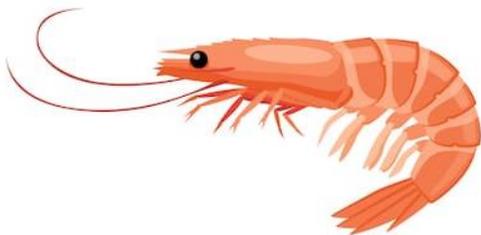
En 1974 ya existían 600 ha dedicadas al cultivo. Para los 70 en las provincias de El Oro y Guayas comienza con la verdadera expansión de la industria camaronera donde se hizo de esta actividad un negocio rentable. a mediados de los 90 las empresas deciden invertir en cultivos, en la creación de empacadoras, laboratorios de lavar y fábricas de balanceado como también industrias que producen insumos para esta actividad

La camaronera tiene 32 años en producción, comenzó con dos piscinas y un precriadero.

El proceso de construcción de San Antonio demoró 3 años ya que en los años 80 era difícil trabajar con maquinaria pesada, la composición del terreno no soportaba el peso de las máquinas y se hundían en el fango. Para los años 90 el ingenio de las personas que estaban en la actividad permitió que se pueda ingresar maquinaria con la ayuda de troncos o "camas" que permitía a las máquinas desplazarse sobre ellas en el fango, acelerando la construcción de las piscinas.

## CAMARÓN

Para recordar:



### 1. Proceso del cultivo

El proceso del cultivo empieza con la selección de la larva a sembrar.

- Primero se selecciona el o los tanques donde se encuentran las larvas.
- Se toma una muestra de cada tanque y se envía a analizar para descartar posibles enfermedades ya sea de tipo bacterial, viral o parasitarias.

- Luego de verificar que esté libre de patógenos se procede a la cosecha y correspondiente despacho.
- Generalmente el peso de la larva debe estar entre 400 y 100 pl/g (post larvas por gramo) para luego transportarlas ya sea en tinas de 1 tonelada de capacidad o en fundas dentro de cartones cuya capacidad puede ser de 2000 a 6000 pl por funda.
- Luego del despacho viene la siembra para lo cual aclimatamos las pl en el agua de la piscina a sembrar por un tiempo a criterio del técnico.
- Por último, procedemos a sembrar girando la funda con cuidado y depositando todas las larvas en el agua.

### ACTIVIDADES



Para recordar:

#### 1. Desarrollo de actividades – Dia

- Pesca deportiva
- Degustación de platos
- Descanso

Tienen una hora aproximadamente para realizar pesca deportiva. Luego degustarán de un platillo de camarón, donde el chef hará una breve explicación y demostración para realizar dicho plato.

Posterior a esto podrán dirigirse al área de descanso, donde estarán ubicadas las hamacas y asientos. Podrán alimentar a los animales que se encuentran en los corrales y visitar el vivero.

Alrededor de las 3:00 pm nos encontraremos en el punto de desembarque para ir rumbo al balneario Jambelí.

## DESPEDIDA DEL GERENTE

Para recordar:



### 7.1 Agradecimiento

Fue un placer para mi acompañarlos y compartir con ustedes esta experiencia inolvidable. Esperamos que nos vuelvan a acompañar en una próxima oportunidad y logren disfrutar del resto del día en la playa Jambelí y de las actividades a realizarse.

## ACTIVIDADES

Para recordar:



### 1. Desarrollo de actividades – Tarde -Noche Playa

- Check in
- Sol y Playa
- Cena
- Fogata
- Leyenda

Bienvenidos al Balneario Jambelí, Ahora nos direccinaremos al hotel para realizar el check in, luego tendrán el resto de la tarde libre y a las 7:00 pm nos encontraremos en el restaurante del hotel.

Luego de que hayan cenado, a las 9 pm se llevara a cabo la fogata en la playa.

## SALUDO / LEYENDA POR PARTE DEL NATIVO

Para recordar:

1. Saludo
2. Nombre
3. Leyendas



Buenas noches, mi nombre es (...) y esta noche estaré con ustedes contándoles leyendas que han surgido por este sector.

Me gustaría que formemos una ronda alrededor de la fogata y sentarnos sobre los troncos para así estar más cómodos e interactuar de una mejor manera con Uds.

Antes de empezar me gustaría que se presenten mencionando su nombre y que tal les ha parecido la experiencia de este lugar.

Muchas gracias a todos, ahora procederé a contarles acerca del lugar.

Cuenta la leyenda que los guardias y trabajadores de la camaronera que por las noches se pasea un hombre enano corriendo alrededor de las piscinas, este también se lo ha visto por los árboles de mangle, los moradores mencionan que se escuchan risas cuando este ente aparece, haciendo burla. Muchos se hacen preguntas de cómo pudo llegar ahí, sin respuesta alguna causa euforia en ellos y temor. Se dice que este ente no es nada más y nada menos que el duende.

La segunda leyenda que les mencionare es acerca de cómo se guardaban los tesoros o las cosas de valor en las islas.

Todo comienza hace muchos años atrás que la población que vivía apartada en islas, para guardar sus bienes materiales de valor, sembraban arboles muy grandes para poder enterrar debajo de ellos tesoros, estos tesoros comprendían joyas de valor entre otras cosas, antes que se tomen estas medidas, los piratas llegaban arbitrariamente a robar a esta población ya que en el principio tan solo se enterraba y estos tesoros se daban por perdidos ya que la gente perdía el rastro de donde estaban ubicados .

## **DESPEDIDA**

Para recordar:



### **1. Agradecimiento**

Fue un placer para mi acompañarlos y sobretodo compartir con ustedes esta maravillosa aventura. Esperamos que nos vuelvan a acompañar en una próxima oportunidad.

## **Detalle**

Sant Weekend es el paquete de dos días y una noche, donde el primer día realizarán actividades dentro de la camaronera durante un periodo de 4 horas máximo, posterior a esto se embarcan nuevamente al bote para dirigirse al balneario Jambelí, donde llegarán a disfrutar el resto del día del sol y playa, al caer la noche se hospedarán en un hotel de la isla Jambelí.

Este paquete incluye transporte de ida y retorno: Muelle de cabotaje - Camaronera – Jambelí - Muelle de Cabotaje, y las actividades mencionadas a continuación.

El viaje empieza desde el muelle de Cabotaje, embarcándose el turista al bote, el cual zarpará hacia la camaronera San Antonio; luego de 5 minutos de viaje, ingresarán a la camaronera donde en la entrada se encontrarán con diversos arboles de mangle. Al llegar los turistas a la camaronera procederán a desembarcar y los recibirá el gerente que les darán las respectivas indicaciones antes del recorrido por las instalaciones, en las que harán la entrega de chalecos, botas a los turistas para evitar algún riesgo, desinfectantes para evitar la contaminación del lugar, esto tomara 10 minutos. Al comenzar el recorrido procederán a separarse los turistas en grupos de 5 personas, dependiendo el tipo de recorrido a realizarse como puede ser panga, bicicleta o simplemente caminata en el que tomará un lapso de tiempo entre 35 a 40 minutos, durante el recorrido se explicará más acerca de la producción del camarón y podrán realizarse fotografías; terminando aquella actividad durante un lapso de 1

hora realizaran la actividad de pescar; luego degustarán solamente de platillos con camarón en la que tendrá un valor de hasta \$8 consumibles incluido en el paquete; se ofrecerán platos a la carta con y sin camarón que tendrán un valor agregado, esta actividad se realizara entre 45 minutos a 1 hora.

Al finalizar el recorrido, podrán dirigirse al área de descanso donde estarán ubicadas las hamacas y asientos para el turista; alimentar a los animales como pollos, gallos y gallinas, tendrá el costo de un dólar; podrán realizar la compra de huevos y visitar el vivero donde estarán exhibidas las distintas plantas y flores disponible a la venta.

La diferencia al paquete Sant One Night, es que en Sant Weekend luego de haber terminado las actividades dentro de la camaronera, se dirigirán al balneario Jambelí en bote donde podrán disfrutar de turismo de sol y playa y del museo Geomer. Este viaje durará aproximadamente 15 minutos de viaje y 5 de avistamiento de aves.

Lo que incluye Sant Weekend es el servicio de alimentación: almuerzo, cena y desayuno, hospedaje, fogata con malvaviscos, y leyendas contadas por nativos del lugar.

### **Inversión**

Dentro de la inversión inicial, se tiene previsto incluir todos los gastos y costos relacionados con la implementación de varias áreas dentro de la camaronera San Antonio. Cabe resaltar que el dueño de la camaronera se encuentra dispuesto a invertir en las mejoras de la camaronera para así ofrecer un mejor servicio a sus clientes, a su vez también de ofrecer más productos dentro del espacio de recreación.

La inversión inicial que compromete las mejoras del área de la cocina, áreas verdes, zona de camping, implementación de equipos para facilitar la actividad turística y demás suministros y objetos que hacen falta en el lugar, se calculó un presupuesto de \$31.532,52.

Tabla 16.

*Inversión Inicial*

<b>Inversión Inicial</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Q</b>	<b>C.U</b>	<b>C.T.</b>
<b>Caja y banco</b>	<b>Sueldos 6 primeros meses</b> <i>Se requieren 3 guías + 1 coordinador de operaciones</i>	4	2400	9600
	<b>Servicios básicos</b> <i>Corresponde a costos referenciales estimados por el uso de agua, energía eléctrica e internet de una oficina de recepción y coordinación</i>	1	100	100
	<b>Entrenamiento y capacitación</b> <i>Corresponde a capacitación de orientación inicial y establecimiento de manual de procedimientos para la operación de la actividad</i>	1	200	200
<b>Total</b>				<b>9900</b>
<b>Edificio</b>	Complementos de madera		200.00	200
	Enlucidos		98.00	98
	Boquetes		129.00	129
	Pinturas		187.00	187
	Instalaciones eléctricas		150.00	150
	Instalaciones sanitarias		120.00	120
	Pisos		800.00	800
	Cerrajería		200.00	200
	Adecuaciones extras		500.00	500
	Cocina		432.00	432
	Platos	12	0.99	11,88
	Vasos	12	0.99	11,88
	Cubiertos	12	0.99	11,88
	Equipos y herramientas de cocina		645.00	645
	Refrigeradora	1	289.00	289
	Playground para niños	1	322.00	322
	Césped sintético		523.00	523
	Tachos de basura	5	5.32	26,6
	Cañas de pescar	12	12.21	145,5 2
	Chalecos	12	9.31	111,7 2
Botas	12	5.72	68,64	
Equipo de emergencia	5	12.54	62,7	

Cotización referencial de proforma: VNS Arquitectura y Construcción - Constructora

	Hamacas	10	9.32	93,2
	Adecuaciones en área de camping		1,000.00	1000
	Adecuaciones en la cocina		1,283.00	1283
	Adecuaciones en zonas verdes		1,932.00	1932
	Plano de distribución de espacio		899.00	899
	Bicicletas	25	150	3750
	Tiendas de acampar	20	8	160
	Decoración		3000	3000
	<b>Total</b>			<b>17163,02</b>
<b>Equipo y suministro de oficinas</b>	Teléfono inalámbrico	1	34.00	34
	Computadora de escritorio	1	342.00	342
	Silla giratoria	1	67.00	67
	Resmas	12	4.50	54
	Plumas	12	0.75	9
	Cuadernos	5	1.50	7,5
	Impresora	1	276.00	276
	<b>Total</b>			<b>789,5</b>
<b>Equipos electrónicos</b>	Televisión pantalla plana	2	321.00	642
	Aire acondicionado	2	423.00	846
	Cámara de seguridad	4	298.00	1192
	<b>Total</b>			<b>2680</b>
<b>Gasto de constitución</b>	Tasas y permisos		500.00	500
	Asesoría legal		500.00	500
	<b>Total</b>			<b>1000</b>
<b>TOTAL</b>				<b>31532,52</b>

En base a las personas encuestadas que mencionaron que “si” visitarían una camaronera, el porcentaje fue de 85%, convirtiendo en números ordinales un total de 274 personas, dispuesta a visitar una camaronera, las cuales están dispuestas a gastar entre \$10 a \$20 por visitar el atractivo turístico. Por ello, en base a estos dos datos se determina que el precio por los recorridos, el primer paquete de \$20, el segundo paquete a \$35 y el último paquete a \$55 por persona.

Solo los ingresos por el primer paquete, se obtendría un ingreso de \$5480 por mes, un total anual de \$65,760. A continuación, se presenta una tabla en donde se podrá encontrar los ingresos que tendría el establecimiento el primer año.

Tabla 17.

*Ingresos del primer año*

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<i>Venta de paquetes</i>	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
<i>Personas</i>	274	274	274	274	274	274	274	274	274	274	274	274
<i>Precio Unitario</i>	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
<i>Total</i>	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00	\$ 5,480.00

## **Conclusión**

Al crear un producto turístico en el archipiélago Jambelí se puede decir que permite una mayor demanda por parte de los turistas ya que dentro de los paquetes turísticos se asocia la isla, a su vez para que no sea solo un lugar de paso sino también de estadía y así no solo se beneficia la camaronera, sino también los comuneros.

De acuerdo a las encuestas realizadas, el interés por parte de los turistas fue altamente positiva, porque les pareció que sería un producto interesante, innovador y educativo ya que se va a dar a conocer la importancia y la historia del producto en este caso el camarón, y más aún si en el Ecuador es uno de los lugares que tiene un apoderamiento importante en la exportación y producción del camarón, el desarrollo de este producto turístico tiene altas expectativas al realizarlo, puesto que en el mercado tan competitivo de la exportación de camarón Ecuatoriano es necesario ofrecer un valor agregado para sobresalir y poder incentivar este tipo de turismo experiencial a los competidores.

Cabe recalcar que se realizarán diversas actividades de recreación y degustación del camarón para poder llamar la atención del turista, así poder tener una mayor aprobación por parte de ellos y brindar una experiencia exclusiva debido a que en el Ecuador no se ofrece este tipo de turismo experiencial.

## Recomendaciones

Para crear este producto, se recomienda implementar el equipamiento necesario para llevar cabo las actividades basadas en el turismo experiencial, ya que se ofrecerá una gran variedad de actividades de recreación como la pesca deportiva, ciclismo, panga, etc.

De esta manera alcanzar un óptimo funcionamiento del establecimiento, logrando incentivar al turista a visitar y conocer de cerca el desarrollo del mismo, pretendiendo tener un buen alcance de turistas a causa de lo que se les ofrecerán sin tener ningún tipo de problema en las áreas que se piensa consolidar.

Se debe tomar las medidas de bioseguridad necesarias al ingresar el turista al establecimiento, donde tendrán a disposición estaciones de CAL VIVA o HIDROXIDO DE CALCIO para desinfectar su calzado y así no causar ningún impacto negativo en la camaronera.

El desarrollo del proyecto deberá procurar la menor afectación e impactos negativos sobre el ecosistema, la contaminación que se puede generar por parte de los turistas al botar basura en el agua de las piscinas de la camaronera, puede afectar grandemente a la producción del camarón, por lo tanto, se tomaran medidas estrictas para evitar que lleven consigo durante el recorrido alimentos o algo que provoque basura. La tala de manglares es necesaria para poder crear una camaronera, por lo tanto, se sugiera que se siembren árboles mangle esporádicamente ya que estos demoran años en crecer.

## Referencias bibliográficas

- (OMT). O. M. (2018). Memorando de Cooperación. Obtenido de <https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/world-tourism-organization>
- AquaHoy. (2020). Ecuador es el segundo exportador de camarón en el mundo. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.aquahoy.com/mercado/general/30419-ecuador-es-el-segundo-exportador-de-camaron-en-el-mundo>
- AquaHoy. (2020). Importaciones de camarón ecuatoriano a rusia crecieron en 2014. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.aquahoy.com/mercado/importaciones/28472-importaciones-de-camaron-ecuadoriano-a-rusia-crecieron-en-104>
- Blanco, J. M. (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística: Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-158-2003-pag5-41-91949.pdf>
- Brenner, E. L. (2006). Obtenido de <http://age.ieg.csic.es/boletin/42/15-LA%20MOTIVACION.pdf>
- Bullon, R. (2018). Obtenido de <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>
- Busca Palabras. (2019). Pangas. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.buscapalabra.com/definiciones.html?palabra=pangas>
- Casanovas, J. (2015). Reflexiones sobre la definición de excursionista. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.visionesdelturismo.es/excursionista/>
- Centro Europeo de Postgrado. (2019). Oferta turística. . (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/oferta-turistica.html>
- Estudios de Turismo. (2009). Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico. (Lectura en línea). Recuperado de:

<http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

Eumed. (2018). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>

FonturColombia. (2019). Glosario. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

Franco, Y (2014) Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. Venezuela Disponible: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html> <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

García, M., Martínez, G., Martín, C. & Sánchez, L. (2016). (Lectura en línea). Recuperado de: [http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jambelí. (Lectura en línea). Recuperado de: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0760030760001\\_DIAGNOSTICO\\_ACTUALIZADO\\_30-10-2015\\_13-20-06.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0760030760001_DIAGNOSTICO_ACTUALIZADO_30-10-2015_13-20-06.pdf)

Ministerio de Acuicultura y Pesca. (2018). Acuerdo Nro. MAP-SUBACUA 2018-005-A. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/ACUERDO-005.pdf>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2017). Plan Nacional del Buen Vivir 2027-2021. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

- Ministerio de turismo. (2002). Ley de Turismo. (Lectura en línea). Recuperado de:  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Navarro, D. (2015). Recursos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de Turismo, (35),335-357.[fecha de Consulta 11 de Febrero de 2020]. ISSN: 1139-7861. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=398/39838701014>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación. (2020). Visión general del sector acuícola nacional. (Lectura en línea). Recuperado de:  
[http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso\\_ecuador/es#tcN7009C](http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_ecuador/es#tcN7009C)
- Panosso, A. & Lohmann, G. (2017). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. (Lectura en línea). Recuperado de:  
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teoría-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Real Academia Española. (2019). Diccionario español jurídico. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://dej.rae.es/lema/archipiélago>
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. (Lectura en línea). Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>
- Rodríguez, A. (2015). Elementos del producto turístico. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/253162392/Elementos-Del-Producto-Turistico>
- Ruíz, M., Borboa, M. & Rodriguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. (Lectura en línea). Recuperado de:  
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021. (Lectura en línea). Recuperado de: Toda una Vida <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>

Turismo. (2014). turismo en teoria. Obtenido de

<http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>

Universidad para la Cooperación Internacional. (2019). (Lectura en línea).

Recuperado de:: Conceptos fundamentales del turismo.

<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.2.pdf>

Valera, H., Elizalde, B., Solórzano, S. & Valera, G. Exportación de camarón de la provincia de El Oro en el contexto del Tratado Comercial con la Unión Europe. Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015 Vol. 38 (Nº 61) Año 2017.

Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. (Lectura en línea). Recuperado de:

<http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

## Apéndices A. Ficha para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos – Camaronera San Antonio

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	7	1	2	5	2	M	C	0	3	0	3	0	2	0	0	0			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
<b>1. DATOS GENERALES</b>																				
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																				
CAMARONERA SAN ANTONIO																				
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>												
MANIFESTACIONES_CULTURALES				REALIZACIONES_TÉCNICAS_Y_CIENTÍFICAS				EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS Y PESQUERAS												
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																				
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>												
EL_ORO				SANTA_ROSA				JAMBELÍ (SNTA ROSA)												
<b>2.4 Calle Principal</b>				<b>2.5 Número</b>				<b>2.6 Transversal</b>												
S/N				S/N				S/N												
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>																
ARCHIPELAGO JAMBELI / ESTEROS LOS PUROS				PUERTO BOLÍVAR																
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>				<b>2.11 Altura (msnm)</b>												
3° 15' 33" S				80° 00' 59" W				4 MSNM												
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>				SI				NO				S/I								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				CAMARONERA SAN ANTONIO																
Observaciones:																				
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																				
SI				NO				S/I												
3.1 Clima <b>CALIDO</b>				3.2 Temperatura(°C) <b>28°</b>				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)												
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																				
SI				X				NO				S/I								
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>				SI				NO				S/I								
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)		0		4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)		2		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)		0										
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				0				b. Hasta \$								
				a. Efectivo				b. Dinero Electrónico												
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				c. Tarjeta de Débito				d. Tarjeta de Crédito												
				e. Transferencia Bancaria				f. Cheque												
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:				0:00				b. Hora de Salida:				0:00				
				a. Todos los días				3				c. Fines de Semana y Feriados				0				
4.1.5 Atención (U):				b. Sólo días hábiles				0				d. Otro.				0				
												e. Especifique:								
Observaciones: <b>EL HORARIO VARIA DEPENDIENDO LA MAREA</b>																				

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	NO	X	S/I	
a. Alta (meses)	Especifique:					
b. Baja (meses)	Especifique:					
Observaciones:						
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M)</b>		SI	0	NO	X	S/I
a. Rampas	b. Baterías Sanitarias adecuadas	c. Personal Calificado				
d. Sistema Braille	e. Otro	Especifique: e.				
Observaciones:						
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	NO	S/I		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	1	NO	S/I	
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo
	b. Segundo Orden	0		Bueno	Regular	Malo
	c. Tercer Orden	0		Bueno	Regular	Malo
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	1	Describir: <a href="#">MEDIANTE LANCHAS O BOTES POR EL MUELLE DE CABOTAJE</a>			
	b. Lacustre	0	Describir:			
	c. Fluvial	0	Describir:			
5.1.3 Aéreo	0	Describir:				
Observaciones:						
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	X	NO	S/I	
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	b. Móvil	X	c. Satelital	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	b. Cable	c. Satélite		
		d. Redes inalámbricas	e. LMDS	f. Telefonía Móvil	X	
5.2.3 Radio Portátil (U)	1	SI	X	NO		
Observaciones:						
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	X	NO	S/I	
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo	
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	X	Regular	Malo
Observaciones:						
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	X	NO	S/I	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <a href="#">PUERTO BOLIVAR</a>						
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	1.2	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:05	horas/ minutos	
Observaciones:						
<b>5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)</b>		SI	X	NO	S/I	
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia					

<b>c. De recorrido y descanso</b>	Torres de observación de salvavidas							
	Senderos							
	Estaciones de sombra y descanso							
	Áreas de Acampar							
	Puentes de acceso a senderos							
	Refugio de alta montaña							
<b>d. De servicio</b>	Muelle							
	Área de servicio de alimentación							
	Garitas de guardianía							
	Baterías sanitarias							
	Estacionamientos							

e. Otros Especifique e:

Observaciones:

<b>6.3 Complementarios (M)</b>	SI	0	NO	S/I
--------------------------------	----	---	----	-----

a. Casa de cambio b. Alquiler y venta de equipo especializado c. Venta de Artesanías y merchandising

f. Cajero automático e. Taxis h. Otro Especifique e:

Observaciones:

<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO /</b>	SI	X	NO	S/I
------------------------------------------------------------	----	---	----	-----

<b>7.1 Atractivo (U)</b>	SI	X	NO	S/I
--------------------------	----	---	----	-----

a. Conservado 0 b. Alterado 5 c. En proceso de deterioro 0 d. Deteriorado 0

Observaciones:

<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI	X	NO	S/I
----------------------------------------	----	---	----	-----

<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>		
a. Erosión	X	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales
b. Humedad		d. Actividades Extractivas / Minería	e. Actividades Industriales	f. Negligencia / Abandono
c. Desastres Naturales		g. Huaquearías	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición
d. Flora/Fauna		j. Escaso o nulo mantenimiento	k. Contaminación X	l. Generación de residuos
e. Clima		m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /

Otro Especifique:

Observaciones: EXISTE UN PLAN PARA EVITAR LA CONTAMINACION

<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>	SI	X	NO	S/I
--------------------------------	----	---	----	-----

a. Conservado 4 b. Alterado 0 c. En proceso de deterioro 0 d. Deteriorado 0

Observaciones:

<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI	X	NO	S/I
----------------------------------------	----	---	----	-----

7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)				
a. Erosión	X	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales		
b. Humedad		d. Actividades Extractivas / Minería	e. Actividades Industriales	f. Negligencia / Abandono		
c. Desastres Naturales		g. Huaquearías	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición		
d. Flora/Fauna		j. Falta de mantenimiento	k. Contaminación	l. Generación de residuos		
e. Clima		m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /		
Otro	Especifique:					
Observaciones:						
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	X	NO	S/I	
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	2	NO		
Observaciones:						
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	0	NO	X	S/I
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:				
Observaciones:						
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI		NO	X	S/I
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>		<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>				
a. Sismos		a. Huracanes				
b. Erupciones volcánicas		b. Deslizamientos				
c. Movimientos en masa-		c. Marejadas				
d. Fallas Geológicas		d. Inundaciones				
Otro	Especifique:					
Observaciones:						
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	X	NO	S/I	
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	2	NO	S/I	
a. Potable	b. Pozo	c. Tanquero		X		
d. Entubada	e. Río, vertiente, acequia o canal	f. Lluvia		X		
g. Otro	Especifique:					
Observaciones: ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE DESDE PUERTO BOLIVAR						
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	2	NO	S/I	
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	X	b. Panel Solar	c. Generador de corriente eléctrica			
d. Otro	Especifique:					
Observaciones:						
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI		NO	X	S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	2	d. Con descarga directa al mar, río o		
e. Letrina	f. Otro	Especifique:				
Observaciones:						
<b>8.4 Gestión de residuos</b>						

<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad</b>		SI	0	NO	S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada		d. Quema de basura	
e. Basura arrojada al río, acequia o canal		f. Basura enterrada		g. Otro	X Especifique:
Observaciones: <b>BASURA SE SACA A LA CIUDAD</b>					
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	1	NO	S/I
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	0
				d. Personal Capacitado en	1
Observaciones: <b>ESTOS ESTABLECIMIENTOS SE ENCUENTRAN EN PUERTO BOLIVAR</b>					
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	2	NO	S/I
a. Privada	X	b. Policía Nacional		2	c. Policía Metropolitana /
d. Otra	Especifique:	<b>GUARDIANIA DENTRO DE LA CAMARONERA</b>			
Observaciones:					
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI		NO	X S/I X
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	0	NO	X Especifique: Terreno privado
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	0	NO	X Especifique: Aún no se realizan actividades turísticas
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		<b>LEONARDO GUZMAN</b>			
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>					
a. Público	b. Privado	X	c. Comunitario	d. Otro	Especifique:
<b>9.5. Contacto</b>					
a. Nombre:		<b>LEONARDO GUZMAN</b>		b. Teléfono/Celular:	<b>0992631614</b>
c. Correo Electrónico:			d. Página WEB:		
Observaciones:					
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>		SI	X	NO	S/I
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	X	NO	S/I
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	0	NO	X S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / lacustre		X	c. Kayak de Río	
d. Kite Surf	e. Rafting		f. Snorkel		
g. Surf	h. Tubing		i. Regata		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	X	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí		l. Banana / Inflables	
m. Pesca Deportiva	X	n. Otro		Especifique:	
Observaciones: <b>SE PUEDEN REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES DENTRO DE LA CAMARONERA</b>					
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	0	NO	X S/I
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente		d. Otro	Especifique:
Observaciones:					
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	0	NO	S/I

10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	SII
a. Montañismo					
b. Escalada					
c. Senderismo					
d. Cicloturismo	X				
e. Canyoning					
f. Exploración de cuevas					
g. Actividades Recreativas					X
h. Cabalgata					
i. Caminata					X
j. Camping	X			X	
k. Pícnic					X
l. Observación de flora y fauna					X
m. Fotografía	X				
n. Otro				Especificar e:	

Observaciones: SE PUEDEN REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES DENTRO DE LA CAMARONERA

10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	NO	X	SII
10.2.1 Tangibles (M)		SI	NO	X	SII
a. Recorridos Guiados / Autoquiados	0		0		0
b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y			0		0
c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,			0		0
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0		0		1
e. Muestras Audiovisuales			0		0
f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas			0		0
g. Fotografía	0.5		0		0
h. Información del lugar			0		0
i. Visita a Talleres			0		0
j. Otro	0				
Especifique:					

Observaciones:

10.2.2 Intangibles (M)		SI	X	NO	SII
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	X			
	b. Histórico				
	c. Contemporáneo				
10.2.2.2. Simbolis				10.2.2.3. Fecha de celebración	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	X			
	b. Ocasión:				
	c. Otro				

10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	X			
	b. Colectivo				
	c. Instituciones				
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:			0		
				NO	X
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:					
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0		
				NO	X
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno		0		
	b. Regular				
	c. Malo				0

Observaciones:

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	X	SII
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	NO	X	SII
a. Local					
b. Regional			0		
c. Nacional			0		
d. Internacional					0

Observaciones:

11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	NO	SII
a. Página WEB	URL:			
b. Red Social	Nombre:			
c. Revistas Especializadas	Nombre:			
d. Material POP	Nombre:			
e. Oficina de Información Turística	Nombre:			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:			
g. Otro	Especifique:			

g. Otro  Especifique:

Observaciones:

11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)				
	SI	NO	SII	
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
MUSEO MARINO GEOMER	4	0:20:00	03° 14,9' 00" S	80° 03' 00" O
LA PUNTA DEL FARO JAMBELI	5,50	0:55:00	03° 12,7' 00" S	80° 01,6' 00" O
ISLA COSTA RICA	27,00	1:45:00	03° 22' 00" S	80° 14' 00" O
ISLA SAN GREGORIO	5,00	2:35:00	03° 22' 00" S	80° 16' 00" O

Observaciones: LA DISTANCIA Y TIEMPO ES APROXIMADA

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)										
	SI				NO		X		SII	
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)				12.3 Frecuencia (U)					
a. Local	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
c. Extranjera	a. Turista	0	b. Excursionista	0,5	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0

Observaciones:

13. RECURSO HUMANO										
	SI		X		NO		SII			
13.1 Personal especializado en turismo (U):	SI	0	No	X	Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (U)	Primaria	0	Secundaria	Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	4	Otro	0	Especifique:
13.3 Manejo de Idiomas (M)	a. Inglés	X	b. Alemán	c. Francés	d. Italiano	e. Chino	f. Otro			

Observaciones:

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO			
	SI	NO	SII

LA CAMARONERA SAN ANTONIO SE ENCUENTRA UBICADA EN EL ARCHIPIELAGO DE JAMBELI, A CINCO MINUTOS DE PUERTO BOLIVAR. EN LA CAMARONERA SE REALIZA LA SIEMBRA DE CAMARON Y TODO EL PROCESO DE PRODUCCION Y COSECHA PARA LA VENTA DEL MISMO. ES IDEAL PARA PERSONAS QUE NECESITEN UN DESCANSO Y DESCONECTARSE CON LA CIUDAD.

**EN LA CAMARONERA SE REALIZ  
LA SIEMBBA DE CAMARON Y**

SI

NO

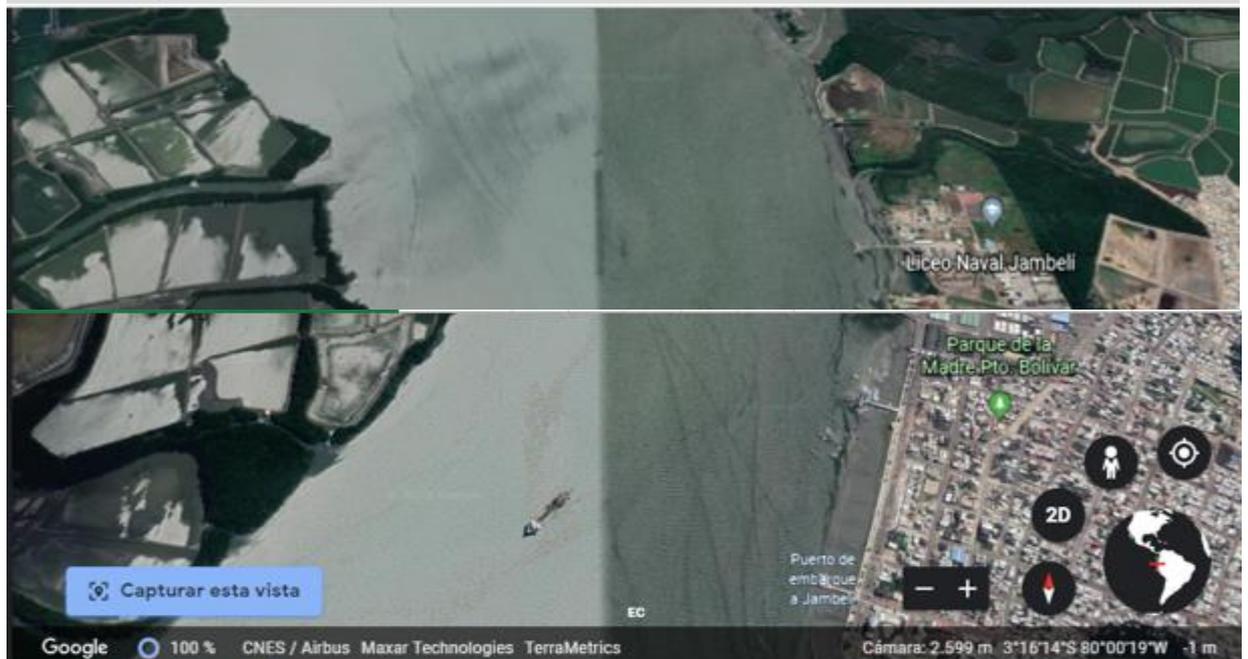
SI/

**a. Archivo Fotográfico (dos)**



**Fuente:**

**c. Ubicación gráfica del Atractivo**



**Fuente:** GOOGLE EARTH

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## Apéndice B. Ficha para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos - Jambelí

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	1	2	0	3	A	N	1	0	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
ISLA JAMBELI																	
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>							
ATRACTIVOS_NATURALES					COSTAS_O_LITORALES					PLAYA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>							
EL_ORO					SANTA_ROSA					BALNEARIO JAMBELÍ (SATÉLITE)							
<b>2.4 Calle Principal</b>					<b>2.5 Número</b>					<b>2.6 Transversal</b>							
S/N					S/N					S/N							
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>					<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>												
COMUNA JAMBELI					PUERTO BOLIVAR												
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b>					<b>2.11 Altura (msnm)</b>							
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:					PLAYAS DE JAMBELI												
Observaciones:																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																	
SI					NO					S/I							
3.1 Clima					3.2 Temperatura(°C)					3.3 Precipitación Pluvióométrica (mm)							
					22°												
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																	
SI					X					NO							
S/I					NO					S/I							
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>																	
SI					X					NO							
S/I					NO					S/I							
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)							
0					0					1							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					b. Hasta \$							
					0,25					0							
					a. Efectivo					b. Dinero Electrónico							
					X												
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito					d. Tarjeta de Crédito							
					e. Transferencia Bancaria					f. Cheque							
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso:					b. Hora de Salida:							
					7:30					18:00							
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días					c. Fines de Semana y Feriados							
					3					0							
					b. Sólo días hábiles					d. Otro. e. Especifiqu e:							
					0					0							
Observaciones:																	
<b>4.2 Temporalidad (M)</b>																	
SI					X					NO							
S/I					NO					S/I							
a. Alta (meses)					Especifiqu e:					MARZO - ABRIL - JULIO - AGOSTO - SEPTIEMBRE							

4.2 Temporalidad (M)		SI	X	NO	S/I	
a. Alta (meses)	Especifiqu e:	MARZO - ABRIL - JULIO - AGOSTO - SEPTIEMBRE				
b. Baja (meses)	Especifiqu e:	RESTO DEL AÑO				
Observaciones: EL TURISMO INCREMENTA MUCHO EN FERIADOS						
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M)		SI	0	NO	X S/I	
a. Rampas	b. Baterías Sanitarias adecuadas	c. Personal Calificado				
d. Sistema Braille	e. Otro	Especifiqu e:				
Observaciones: NO SE HAN CONTEMPLADO ESTE TIPO DE FACILIDADES DENTRO DE LA PLANIFICACION TURISTICA TERRITORIAL						
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	X	NO	S/I	
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	S/I	
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo
	b. Segundo Orden	0		Bueno	Regular	Malo
	c. Tercer Orden	0		Bueno	Regular	Malo
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	1	Describir:	LOS TURISTAS SE TRASLADAN MEDIANTE BOTES QUE PARTEN DESDE EL MUELLE DE CABOTAJE		
	b. Lacustre	0	Describir:			
	c. Fluvial	0	Describir:			
5.1.3 Aéreo	0	Describir:				
Observaciones:						
5.2 Comunicación (M)		SI	X	NO	S/I	
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	X	b. Móvil	X	c. Satelital
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica		b. Cable		c. Satélite
		d. Redes inalámbricas	X	e. LMDS		f. Telefonía Móvil
5.2.3 Radio Portátil (U)	1	SI		X		NO
Observaciones:						
5.3 Señalización (M)		SI	X	NO	S/I	
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo	
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	X	Regular	Malo
Observaciones:						
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	X	NO	S/I	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: PUERTO BOLIVAR						
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	6,2	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:30	horas/ minutos	
Observaciones:						
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	X	NO	S/I	
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia					
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus						

b. Busetas	
c. Automóvil	
d. 4x4	
e. Tren	
f. Barco	
g. Lancha / Canoal Bote	X
h. Avión	
i. Avioneta	
j. Helicóptero	
k. Otro	Especifiqu e:

Observaciones:

<b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>	SI	X	NO	SII
<b>6.1 Planta Turística (M)</b>	SI	X	NO	SII
f. Guianza	0	Especifiqu e:		
g. Otros	0	Especifiqu e:		

Observaciones:

<b>6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)</b>		SI	0	NO	SII	X		
<b>6.2.1 Categoría</b>	<b>6.2.2. Tipo (M)</b>	<b>6.2.3 Cant.</b>	<b>6.2.4 Administrador</b>	<b>6.2.5 Coordenadas</b>		<b>6.2.6 Estado</b>		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
<b>a. De apoyo a la gestión turística</b>	Punto de Información abierto							
	Punto de información cerrado							
	I-Tur							
	Centro de interpretación							
	Centro de facilitación turística							
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes							
<b>b. De observación y vigilancia</b>	Miradores							
	Torres de avistamiento de aves							
	Torres de observación de salvavidas							
<b>c. De recorrido y descanso</b>	Senderos							
	Estaciones de sombra y descanso							
	Áreas de Acampar							
	Puentes de acceso a senderos							

<b>Recomiendo y descanso</b>	Puentes de acceso a senderos							
	Refugio de alta montaña							
	Muelle							
<b>d. De servicio</b>	Área de servicio de alimentación							
	Garitas de guardiana							
	Baterías sanitarias							
	Estacionamientos							

e. Otros  
e: Especifique

Observaciones:

<b>6.3 Complementarios (M)</b>	SI	3	NO	S/I
--------------------------------	----	---	----	-----

a. Casa de cambio      b. Alquiler y venta de equipo especializado      c. Venta de Artesanías y merchandising      X

f. Cajero automático      e. Taxis      h. Otro      Especifique e:

Observaciones:

<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO /</b>	SI		NO	S/I
------------------------------------------------------------	----	--	----	-----

<b>7.1 Atractivo (U)</b>	SI		NO	S/I
--------------------------	----	--	----	-----

a. Conservado      7      b. Alterado      0      c. En proceso de deterioro      0      d. Deteriorado      0

Observaciones:

<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI	X	NO	S/I
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>	<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>			

a. Erosión	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales
b. Humedad	d. Actividades Extractivas / Minería	e. Actividades Industriales	f. Negligencia / Abandono
c. Desastres Naturales	g. Huaquearías	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento	k. Contaminación      X	l. Generación de residuos
e. Clima	m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /

Otro      Especifique:

Observaciones:

<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>	SI		NO	S/I
--------------------------------	----	--	----	-----

a. Conservado      4      b. Alterado      0      c. En proceso de deterioro      0      d. Deteriorado      0

Observaciones:

<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI		NO	S/I
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>	<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>			

a. Erosión	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales
b. Humedad	d. Actividades Extractivas /	e. Actividades Industriales	f. Negligencia / Abandono
c. Desastres Naturales	g. Huaquearías	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición
d. Flora/Fauna	j. Falta de mantenimiento	k. Contaminación      X	l. Generación de residuos      X
e. Clima	m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /

e. Clima	m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /
Otro	Especifiqu e:		
Observaciones:			
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>	SI	X	NO S/I
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	2	NO
Observaciones:			
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>	SI	0	NO X S/I
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:	
Observaciones:			
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>	SI	NO	S/I
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>	<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>		
a. Sismos	a. Huracanes		
b. Erupciones volcánicas	b. Deslizamientos		
c. Movimientos en masa-deslizamientos	c. Marejadas		X
d. Fallas Geológicas	d. Inundaciones		X
Otro	Especifiqu e:		
Observaciones: MAREJADAS QUE PROVOCAN INUNDACIONES			
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	SI	X	NO S/I
<b>8.1 Agua (M)</b>	SI	2	NO S/I
a. Potable	b. Pozo	X	c. Tanquero
d. Entubada	e. Río, vertiente, acequia o canal	f. Lluvia	
g. Otro	Especifiqu e:		
Observaciones:			
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>	SI	2	NO S/I
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	X	b. Panel Solar	c. Generador de corriente eléctrica
d. Otro	Especifiqu e:		
Observaciones:			
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>	SI	0	NO X S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	d. Con descarga directa al mar, río o
e. Letrina	f. Otro	Especifiqu e:	
Observaciones: DESECHOS VAN AL MAR			
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad</b>	SI	2	NO S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	X	c. Terreno baldío o quebrada
d. Quema de basura			
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro	Especifiqu e:
Observaciones: BASURA SE SACA A LA CIUDAD			

<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	3	NO	S/I		
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en	1
Observaciones:							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	2	NO	S/I		
a. Privada		b. Policía Nacional		2	c. Policía Metropolitana /		
d. Otra	X	Especifique:		POLICIA MARINA			
Observaciones:							
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI		NO	S/I		
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	5	NO	Especifique:		
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	5	NO	Especifique:		
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		GAD PARROQUIAL JAMBELI					
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>							
a. Público	X	b. Privado	c. Comunitario	d. Otro	Especifique:		
<b>9.5. Contacto</b>							
a. Nombre:		MIGUEL CRUZ CHAVEZ			b. Teléfono/Celular:		
c. Correo Electrónico:					d. Página WEB: JAMBELI.GOB.EC		
Observaciones:		INFORMACION SUSTRADA DE LA PAGINA GAD JAMBELI					
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>		SI	X	NO	S/I		
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	X	NO	S/I		
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	3	NO	S/I		
a. Buceo		b. Kayak de mar / lacustre	X	c. Kayak de Río			
d. Kite Surf		e. Rafting		f. Snorkel			
g. Surf	X	h. Tubing		i. Regata			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	X	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	X	l. Banana / Inflables	X		
m. Pesca Deportiva	X	n. Otro		Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	3	NO	S/I		
a. Alas Delta		b. Canopy		c. Parapente	X	d. Otro	Especifique:
Observaciones:							
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	3	NO	S/I		
a. Montañismo		b. Escalada		c. Senderismo			
d. Cicloturismo		e. Canyoning		f. Exploración de cuevas			
g. Actividades Recreativas		h. Cabalgata	X	i. Caminata			
j. Camping	X	k. Pícnic		l. Observación de flora y fauna	X		

m. Fotografía	X	n. Otro	Especifica:
---------------	---	---------	-------------

Observaciones:

<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>	SI	X	NO	S/I
---------------------------------------	----	---	----	-----

<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>	SI	X	NO	S/I
-----------------------------	----	---	----	-----

a. Recorridos Guiados / Autoquiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1
-------------------------------------	---	-----------------------------------------------------	---	-------------------------------------------------	---

d. Presentaciones o Representaciones en vivo	1	e. Muestras Audiovisuales	1	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	1
----------------------------------------------	---	---------------------------	---	----------------------------------------	---

g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0
---------------	-----	--------------------------	---	----------------------	---

j. Otro	0	Especifica:	
---------	---	-------------	--

Observaciones:

<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>	SI	NO	S/I
-------------------------------	----	----	-----

10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico	c. Contemporáneo
-------------------	--------------	--------------	------------------

10.2.2.2. Simbolis	X	10.2.2.3. Fecha de celebración	13 JUNIO / 15 AGOSTO
--------------------	---	--------------------------------	----------------------

10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	X	b. Ocasión:	c. Otro
-------------------------	----------	---	-------------	---------

10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivo	X	c. Instituciones
-----------------------	---------------	--------------	---	------------------

10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	4	NO
----------------------------------------------	----	---	----

10.2.2.7. Características Específicas distintivas:			
----------------------------------------------------	--	--	--

10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	X
------------------------------------------------------	----	---	----	---

10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	2	c. Malo	0
----------------------------------	----------	---	------------	---	---------	---

Observaciones:

<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	SI	NO	S/I
---------------------------------------------------------	----	----	-----

<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)</b>	SI	NO	S/I
--------------------------------------------------	----	----	-----

a. Local	0	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
----------	---	-------------	---	-------------	---	------------------	---

Observaciones:

<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>	SI	0	NO	S/I
----------------------------------------------------	----	---	----	-----

a. Página WEB	X	URL:	https://ww
---------------	---	------	------------

b. Red Social	X	Nombre:	FACEBOOK
---------------	---	---------	----------

c. Revistas Especializadas	Nombre:
----------------------------	---------

d. Material POP	Nombre:
-----------------	---------

e. Oficina de Información Turística	Nombre:
-------------------------------------	---------

f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	X	Especifica:	EL UNIVERSO
-----------------------------------------------	---	-------------	-------------

g. Otro	Especifica:
---------	-------------

Observaciones:

<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>	SI	NO	S/I
---------------------------------------------------------	----	----	-----

a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
MUSEO MARINO GEO MER	0,5	0:05:00	03° 14,9' 00" S	80° 03' 00" O

LA PUNTA DEL FARO JAMBELI	4,00	0:40:00	03° 12,7' 00" S	80° 01,6' 00" O
ISLA COSTA RICA	25,70	1:30:00	03° 22' 00" S	80° 14' 00" O
ISLA SAN GREGORIO	30,00	2:15:00	03° 22' 00" S	80° 16' 00" O

Observaciones:

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	X	NO	SI						
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)	12.3 Frecuencia (U)									
a. Local	X	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0,5	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	X	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
c. Extranjera	X	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0,2

Observaciones:

13. RECURSO HUMANO		SI	NO	SI						
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	0	No	X	Especifique:				
13.2. Nivel de instrucción (U)						Especifique:				
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Otro	0	Especifique:
13.3 Manejo de Idiomas (M)										
a. Inglés	b. Alemán	c. Francés	d. Italiano	e. Chino	f. Otro					

Observaciones:

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	NO	SI
<p>Jambelí, acogedora isla, ubicada a 30 minutos en lancha desde Puerto Bolívar. Esta es la playa de mar abierto más grande del archipiélago de Jambelí y también la más poblada; en ella se cuenta con varios restaurantes, lugares de hospedaje, recreación y deportes acuáticos; y por supuesto del encantador clima y paisajes. Además Jambelí cuenta con un museo marino, conocido como Geo-Mer, espacio muy interesante donde el visitante puede conocer la fauna marina en una muestra que incluye corales, moluscos, hueso de ballenas, crustáceos, etc. La Playa de Jambelí cuenta con un amplio panorama, la misma que nos permite observar hermosos paisajes naturales en contraste con la infraestructura arquitectónica. En la arena se encuentran ubicados parasoles típicos con mesa construidas de bamba y techos de hojas de palma, así como torres salvavidas.</p> <p>Brinda grandes aventuras ecológicas, en este lugar se observan hermosos paisajes de las islas e islotes que entre esteros, manglares, crustáceos y aves se complementa la tranquilidad del archipiélago. Extensión</p> <p>La Playa de Jambelí cuenta con una extensión de 20 metros de ancho aproximadamente.</p> <p>Población</p> <p>Cuenta con 1310 habitantes aproximadamente.</p> <p>Ubicación</p>				

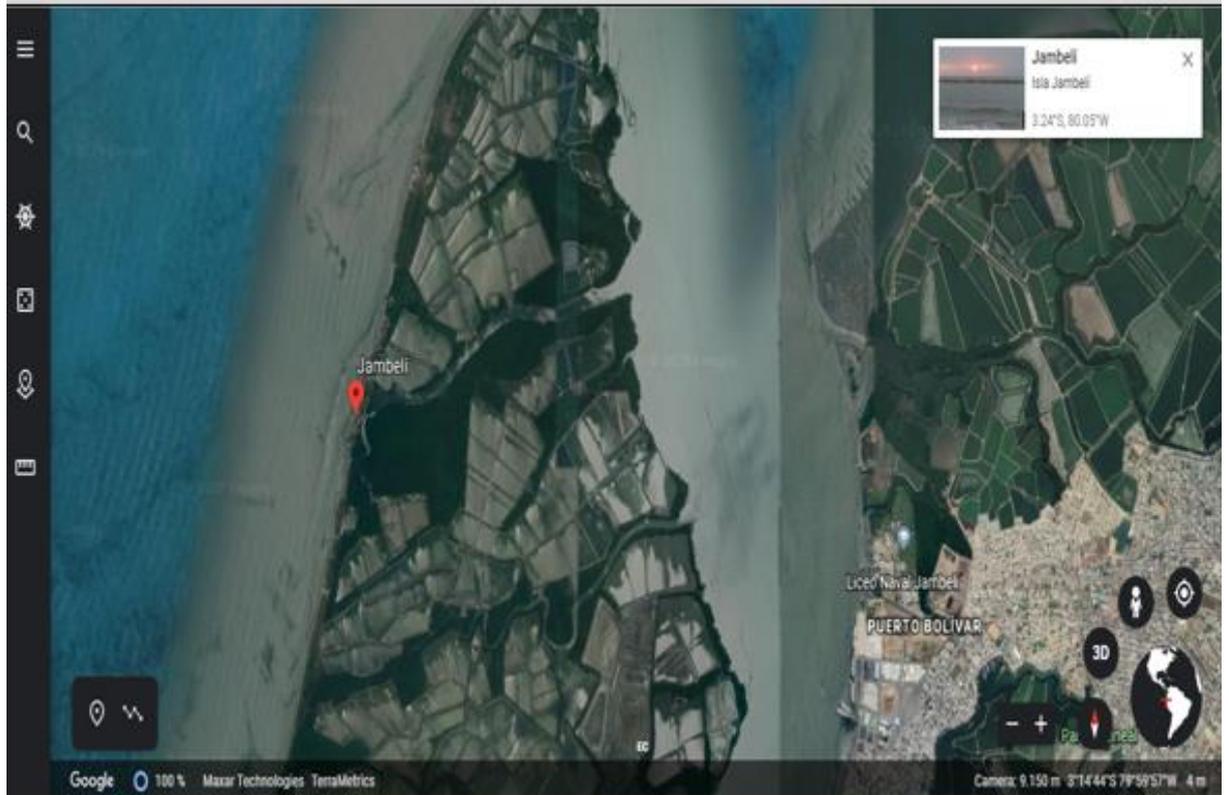
15. ANEXOS		SI	NO	SI
a. Archivo Fotográfico (dos)				



Fuente: DIARIO TELEGRAFO Y EXPRESO

Fuente: DIARIO TELEGRAFO Y EXPRESO

### c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GOOGLE EARTH

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## **Apéndice C. Entrevista al Ing. Leonardo Guzmán González.**

### **¿ESTÁ INTERESADO QUE SE REALICEN ACTIVIDADES TURÍSTICAS DENTRO DE SU CAMARONERA?**

Si estoy interesado, ya que en un futuro se podrá fomentar actividades turísticas dentro de la camaronera como la exposición de crustáceos, de tal manera que el cliente/ turista los pueda elegir para su menú

### **¿UD ESTA DISPUESTO A INVERTIR EN FACILIDADES Y EQUIPAMIENTO NECESARIO PARA PODER REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DENTRO DE LA CAMARONERA?**

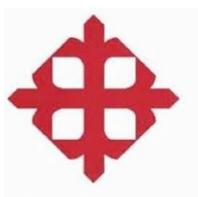
Sí, porque sería darle un valor agregado a la maricultura, y hacia allá tenemos que direccionarnos los productores camaroneros.

### **¿CREE UD QUE LOS TURISTAS SERÍAN ALGÚN PROBLEMA AL REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES DONDE PUEDAN GENERAR ALGÚN PROBLEMA O IMPACTO AMBIENTAL QUE AFECTE AL CAMARÓN?**

Si, pero para evitar aquello se deberán implementar medidas de bioseguridad en las granjas de tal forma que el impacto sea mínimo.

Una de las medidas de bioseguridad seria colocarse desinfectante en polvo en el calzado de los visitantes como Cal Viva o Hidróxido de Calcio, desinfectantes de manos, etc.

## Apéndice D. Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil:

Diseño de un producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio de la provincia de El Oro

1. Edad: \_\_\_\_\_

2. Genero

Masculino

Femenino

3. Turista

Nacional

Extranjero

4. Lugar de residencia: \_\_\_\_\_

5. ¿Con que frecuencia viaja a Jambelí?

1 a 2 veces al año

3 a 4 veces al año

Mas de 5 veces al año

6. ¿Durante el año, en que fechas viaja?

Vacaciones Costa

Vacaciones Sierra

Feriados

Navidad

Fin de Año

Tiempos libres

7. ¿Con quién viaja?

Solo

Pareja

Amigos

Familia

8. ¿Tiene conocimientos acerca de una camaronera (el desarrollo de la misma)?

Si

No

9. ¿Le gustaría visitar una camaronera?

SI

No

SI respondió si, responda la siguiente pregunta.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar un recorrido en la camaronera en la cual se llevarán actividades como conocer el proceso de siembra, alimentación, cosecha del camarón, paseo en panga, pesca deportiva, descanso en hamacas, avistamiento de aves, degustación de platos con el producto estrella camarón, etc.?

\$ 5.00

\$ 10.00

\$ 15.00

\$ 20.00

\$25.00

Otro valor (especifique): \_\_\_\_\_

11. Si respondió no, especifique el por qué:

\_\_\_\_\_



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Guzmán Morales, María Paula**, con C.C: # 0706919032 y **Encarnación Vera, Gissel Diana**, con C.C: # 0918320169 autoras del trabajo de titulación: **Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 04 de marzo del 2020**

---

**Guzmán Morales, María Paula**  
C.C: **0706919032**

---

**Encarnación Vera, Gissel Diana**  
C.C: **0918320169**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Diseño de producto turístico experiencial para la camaronera San Antonio en la provincia de El Oro		
<b>AUTOR(ES)</b>	Guzmán Morales, María Paula Encarnación Vera, Gissel Diana		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lic. Mariela Pinos		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	04 de marzo de 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	90
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tendencias actuales del mercado turístico Turismo consciente y sostenible Gestión de productos y servicios complementarios para el turismo		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Jambelí, Camaronera San Antonio, Producto Turístico, Turismo Experiencial.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente proyecto está orientado en crear una alternativa relacionada al turismo experiencial en donde ofertan tres distintos paquetes acoplados de acuerdo a los requerimientos del demandante, de esta manera alcanzaremos a cumplir con todas las expectativas, brindando mediante aquellas vivencias experiencias inigualables. Se impartirá conocimiento del proceso del camarón en reservorios, se llevarán a cabo actividades turísticas -avistamiento de aves, degustación de platos, ciclismo, fotografía, etc.- en las instalaciones de la camaronera previamente reacondicionada para tales fines. De acuerdo con el diagnóstico presentado para este proyecto, durante las salidas de campo, se levantó información eficaz observando de cerca el estado de los atractivos, además se realizaron 323 encuestas y una entrevista para poder obtener datos previos a la obtención del perfil del demandante que va direccionado el producto, dando como resultado una aceptación favorable de parte de los turistas para el desarrollo del proyecto.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593959452718 +593-959452718	E-mail: pauguzmorales@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Salazar Raymond María Belén</b>		
	<b>Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049</b>		
	<b>E-mail: <a href="mailto:maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec">maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec</a></b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			