



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TEMA:**

**Diseño de producto turístico para la camaronera Klinbac S.A.**

**AUTORA:**

**Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**

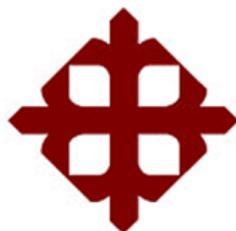
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**20 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Econ. Segura Ronquillo Shirley Carolina, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs**

**Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Diseño de Producto Turístico para la Camaronera Klinbac S.A.**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a 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.

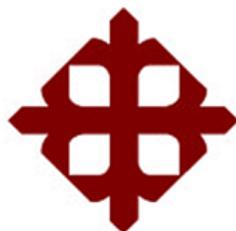
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2022**

**LA AUTORA**

---

**Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**

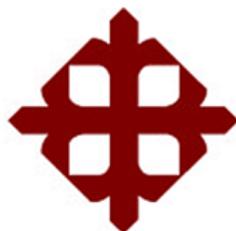
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Diseño de Producto Turístico para la Camaronera Klinbac S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

**Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
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 para la Camaronera Klinbac S.A.**, presentado por la estudiante **Zalamea Arreaga Doménica Elizabeth**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">TT Domenica.Zalamea -urkund.docx</a> (D143406137)
Presentado	2022-08-30 13:05 (-05:00)
Presentado por	Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT DOMENICA ZALAMEA <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 0% de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs  
TUTOR**

## **Agradecimiento**

*Agradezco en primer lugar a Jehová quien me ha dado la paz y sabiduría en el proceso de este proyecto. A mis padres Susana y Ángel quienes me han brindado su amor y su apoyo incondicional en cada paso de mi vida. A mi abuelita, que a pesar de ya no estar conmigo, siempre estuvo a mi lado cuidándome, protegiéndome y motivándome a lograr mis metas.*

*A mi esposo por confiar en mí y en todo lo que puedo lograr, por amanecerse conmigo y por aguatarme cada vez que me estresaba cuando no comprendía algo. A mis hijos Valentina, Lucas y Violetta que son mi motor, que con sus besos y abrazos me dan la fortaleza para continuar con mis proyectos, gracias por escogerme como madre. A mis hermanos Mayra, Ángel y Romina que han sido de gran apoyo durante este tiempo, despejando y guiando en este proyecto.*

***Doménica Elizabeth Zalamea Arreaga***

## **DEDICATORIA**

*Este logro se lo dedico primero a Jehová Dios quien me ha permitido culminar con  
éxito esta etapa de mi vida.  
A mis padres por su esfuerzo y dedicación al darnos siempre lo mejor a mis hermanos  
y a mí.  
A mis hijos por tanto cariño y amor que me brindan día a día, son y serán mi mayor  
motivación en la vida.  
A mi esposo por su paciencia por su amor por su confianza.*

***Doménica Elizabeth Zalamea Arreaga***



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ, Shirley Segura Ronquillo, Mgs**  
TUTOR

---

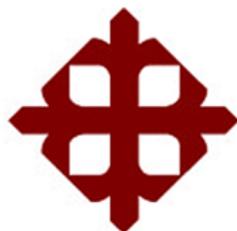
**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Ec. Luis Alban Alaña, Mgs**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Karla Ramirez Iñiguez, Mgs**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Zalamea Arreaga Doménica Elizabeth</b>	

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs  
TUTOR**

## 1 Índice

Resumen.....	XV
Abstract.....	XVI
Introducción.....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento del Problema .....	5
Formulación del Problema .....	6
Justificación.....	6
Preguntas de investigación .....	7
Objetivos de la Investigación.....	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos .....	7
Capítulo I.....	9
Marco Teórico .....	9
Turismo .....	9
Producto turístico .....	10
Sistema Turístico .....	13
Turismo vivencial .....	13
Tours o recorridos.....	14
Diseño de Producto.....	14
Procesos de producción de camarón.....	15
Marco Conceptual .....	16
Marco Referencial.....	17
Hacienda El Castillo – Tour del Cacao .....	17
Marco Legal.....	18
Capítulo II.....	26

Análisis situacional del territorio .....	26
Isla los Ingleses .....	28
Análisis situacional de la empresa Klimbac .....	29
Capítulo III.....	31
Metodología .....	31
Diseño de Investigación .....	31
Enfoque de la investigación .....	31
Tipos de Enfoque de Investigación .....	31
Método de investigación .....	32
Método deductivo.....	32
Alcance de la investigación.....	32
Alcance Exploratorio .....	32
Alcance Descriptivo.....	32
Alcance Correlacional .....	32
Alcance Explicativo .....	32
Técnicas e instrumentos de investigación.....	33
Encuestas .....	33
Población de estudio.....	33
Tamaño de la muestra .....	33
Procedimiento de muestreo .....	35
Resultados .....	35
Capítulo IV .....	46
Propuesta del producto turístico.....	46
Objetivo de la propuesta .....	46
Segmento de mercado al que va dirigida la propuesta .....	46
Diseño del Producto.....	47
Detalle del producto .....	48

Canales de promoción, comercialización y venta del producto turístico .....	53
Costo de inversión en el producto diseñado .....	54
Conclusiones.....	55
Recomendaciones .....	56
Referencias bibliográficas .....	57
Apéndices .....	61
Apéndice A. Formato de la encuesta.....	61
1 ENCUESTA.....	61
3 a 4 veces al año .....	61

## **Listado de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Cuadro para la obtención de muestra</i> .....	34
<b>Tabla 2</b> <i>Género de los Encuestados</i> .....	35
<b>Tabla 3</b> <i>Edades de los Encuestados</i> .....	36
<b>Tabla 4</b> <i>Nacionalidad de los Encuestados</i> .....	37
<b>Tabla 5</b> <i>¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?</i> .....	38
<b>Tabla 6</b> <i>¿Con quién suele realizar sus viajes?</i> .....	39
<b>Tabla 7</b> <i>¿Que actividades prefiere realizar durante su viaje?</i> .....	40
<b>Tabla 8</b> <i>Personas interesadas en realizar Turismo Vivencial</i> .....	41
<b>Tabla 9</b> <i>¿Conoce el proceso de una camaronera?</i> .....	42
<b>Tabla 10</b> <i>¿Le gustaría visitar una camaronera?</i> .....	43
<b>Tabla 11</b> <i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar un recorrido en una camaronera?</i> .....	44
<b>Tabla 12</b> <i>Segmentación según encuestas</i> .....	47
<b>Tabla 13</b> <i>Itinerario</i> .....	48
<b>Tabla 14</b> <i>Canales de distribución</i> .....	53
<b>Tabla 15</b> <i>Costo del Producto</i> .....	54

## Listado de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Efecto macroeconomico covid-19</i> .....	4
<b>Figura 2</b> <i>Camaron-Reporte de Exportaciones Totales</i> .....	5
<b>Figura 3</b> <i>Tipos de Turismo</i> .....	9
<b>Figura 4</b> <i>Componentes de un Producto Turístico</i> .....	11
<b>Figura 5.</b> <i>Etapas para el desarrollo de un producto turístico</i> .....	12
<b>Figura 6</b> <i>Elementos del Sistema Turístico</i> .....	13
<b>Figura 7</b> <i>Pasos para el Diseño del Producto</i> .....	15
<b>Figura 8</b> <i>Proceso Productivo del Camarón</i> .....	15
<b>Figura 9</b> <i>Ruta de las Siete Cascadas</i> .....	26
<b>Figura 10</b> <i>Reserva Ecología Manglares de Churute</i> .....	27
<b>Figura 11</b> <i>Centro Shuar de Aguas Termales</i> .....	27
<b>Figura 12</b> <i>Delimitación Isla los Ingleses</i> .....	28
<b>Figura 13</b> <i>Población Isla los Ingleses</i> .....	29
<b>Figura 14</b> <i>Camaronera Klinbac</i> .....	29
<b>Figura 15</b> <i>Camaronera Klinbac</i> .....	30
<b>Figura 16</b> <i>Piscinas de la Camaronera Klinbac</i> .....	30
<b>Figura 17</b> <i>Género de los Encuestados</i> .....	35
<b>Figura 18</b> <i>Edades de los Encuestados</i> .....	37
<b>Figura 19</b> <i>Nacionalidad de Encuestados</i> .....	38
<b>Figura 20</b> <i>Frecuencia de actividades turísticas</i> .....	39
<b>Figura 21</b> <i>Compañía para realizar viajes</i> .....	40
<b>Figura 22</b> <i>Preferencia de Actividades</i> .....	41
<b>Figura 23</b> <i>Interesados en Turismo Vivencial</i> .....	42
<b>Figura 24</b> <i>Conocimiento de desarrollo de una camaronera</i> .....	43
<b>Figura 25</b> <i>Interesados en visitar una camaronera</i> .....	44
<b>Figura 26</b> <i>Precio sugerido</i> .....	45
<b>Figura 27</b> <i>Punto de encuentro</i> .....	50
<b>Figura 28</b> <i>Ruta Terrestre</i> .....	50
<b>Figura 29</b> <i>Ruta Marítima</i> .....	51
<b>Figura 30</b> <i>Aves en el Rio Guayas</i> .....	51
<b>Figura 31</b> <i>Recorrido dentro de la camaronera</i> .....	52
<b>Figura 32</b> <i>Proceso de Cultivo del Camarón</i> .....	53

## **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo principal diseñar un producto turístico para la camaronera Klinbac S.A. como alternativa para un turismo vivencial, dentro de la cual se podrá hacer avistamiento de aves y se dará a conocer el proceso del cultivo y desarrollo del camarón. La metodología que orientó esta investigación fueron la investigación descriptiva, el enfoque cuantitativo, el método deductivo, aplicando el alcance descriptivo para poder determinar mediante las encuestas las características o perfiles de los demandantes. Se realizó un análisis situacional para evidenciar las condiciones físicas del sitio y se aplicaron 384 encuestas para determinar el perfil del cliente. Entre los principales hallazgos se encontró que el perfil demandante es de género masculino, con una edad comprendida entre los 32 y 38 años, quienes realizan actividad turística entre 1 y 2 veces al año en compañía de su familia. Con estas encuestas también se pudo determinar el costo del producto en base a los resultados de las mismas. Como punto final se pudo desarrollar el diseño de producto turístico en base a las necesidades del turista.

**Palabras Clave:** *Producto turístico, camaronera, turismo vivencial, turista, atractivo turístico.*

## **Abstract**

The main objective of this research is to design a tourism product for the shrimp farm Klinbac S.A. as an alternative for an experiential tourism, in which bird watching can be done and the process of cultivation and development of shrimp will be made known. The methodology that guided this research was descriptive research, quantitative approach, deductive method, applying the descriptive scope to determine through surveys the characteristics or profiles of the applicants. A situational analysis was carried out to show the physical conditions of the site and 384 surveys were applied to determine the customer profile. Among the main findings, it was found that the profile of the client is male, between the ages of 32 and 38, and that they are active in tourism between 1 and 2 times a year with their families. With these surveys it was also possible to determine the cost of the product based on their results. As a final point, it was possible to develop the design of the tourism product based on the needs of the tourist.

**Keywords:** *Tourism product, shrimp farm, experiential tourism, tourist, tourist attraction.*

## **Introducción**

El mundo del turismo ha experimentado un crecimiento año a año, siendo este uno de los sectores económicos que más crecimiento han tenido alrededor del mundo. El sector turístico ha sido de suma importancia en todos los países; desarrollados o subdesarrollados, siendo su motor de crecimiento que ofrece al mismo tiempo posibilidades de empleo. Es por eso que el turismo está considerado como una de las mayores actividades que generan ingresos económicos al país.

El objetivo de este trabajo es diseñar un Producto turístico para la camaronera KLINBAC S.A. ubicado en la provincia del Guayas en el cantón Naranjal, para lo cual se presentará un paquete turístico que incluya la visita a esta camaronera en donde se pueda apreciar el proceso de producción del camarón y finalice con una preparación de un plato típico de la costa (ceviche) para que puedan degustar.

Para el desarrollo de esta memoria, se plantean cuatro capítulos relevantes. En el primer capítulo se incluye el marco teórico y conceptual, se revisan investigaciones y se definen los elementos que permitieron la elaboración de este trabajo y le dan validez al mismo. Así mismo se determina el marco referencial, en éste se revisará diferentes memorias y proyectos con temas similares al estudio planteado en este documento. En el capítulo de marco metodológico, se definirán las herramientas que servirán como base y análisis para todo el proceso de estudio así también como la evaluación de los resultados obtenidos en las metodologías que así lo requieran. Y, por último, en el capítulo de la propuesta, se definen las respectivas soluciones para cada problema encontrado previamente en la metodología.

## **Antecedentes**

El turismo es uno de los sectores que abarca una amplia gama de actividades, productos y servicios que se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la economía, entre estos la agricultura, ganadería, industrias manufactureras, artesanías, comercio, hoteles y restaurantes, transporte, comunicaciones, entre otros.

Según la investigación hecha por la UIDE, el turismo aporta con cerca de 700 millones de dólares anuales, divisas frescas que llegan al Estado por medio de impuestos y tasas, pero también de manera directa a la empresa privada, a los medianos y pequeños comerciantes y prestadores de servicios, principales actores del turismo en Ecuador. (Garrido, 2020)

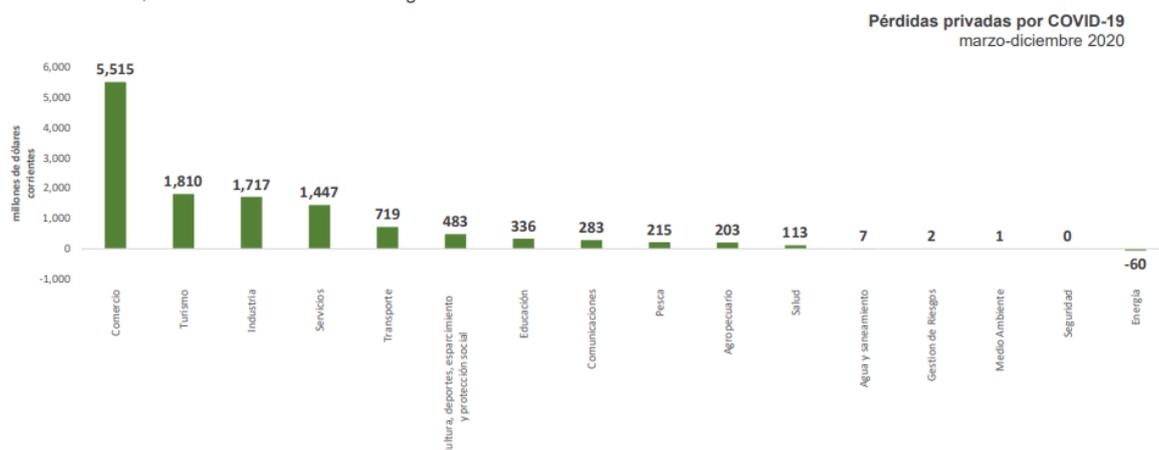
De acuerdo a los datos registrados por el Banco Central del Ecuador en el año 2019 el sector hotelero tuvo un impacto positivo del 2,3%, a diferencia del año 2018 que solo obtuvo un incremento de 1,6% en la llegada de extranjeros al país, esta información fue confirmada por el Ministerio de Turismo (MINTUR), lo que incidió en una mayor demanda de hoteles y servicios relacionados, y de restaurantes. (Banco Central del Ecuador BCE, 2020)

Para el año 2020, debido a la emergencia sanitaria mundial por causa del Covid-19, el turismo del Ecuador y del mundo entero dio un giro de 180°, afectando directamente a la economía del país, esto provocó el cierre de las fronteras y el confinamiento mundial. Un artículo publicado por Gestión Digital indica que, “como consecuencia de la pandemia, el ingreso de los extranjeros a nuestro país tuvo un decremento del 70.25% a diferencia del año 2019”. (Revista Gestion Digital, Seccion Economía y Finanzas, 2021)

El BCE en su informe de Evaluación Macroeconómica del año 2020, detalla en la figura 1 el efecto económico que tuvo el Covid -2019 en el sector turístico, según esta figura fue el segundo sector con mayor pérdida económica después del sector comercial. Para ese mismo año 2020, debido al cierre de fronteras y como menciona el MINTUR, el sector turístico tuvo un decremento del 70% a diferencia del año 2019 (Ministerio de Turismo, 2020).

**Figura 1**  
**Efecto macroeconomico covid-19**

sumaron USD 12,791 millones con la metodología PUNA.



*Fuente: Banco Central del Ecuador*

La Fundación Ciudadanía y Desarrollo indicó que:

Entre 2019 y hasta la mitad de 2020, Ecuador registró seis trimestres seguidos con resultados negativos en las tasas de crecimiento interanuales. Para el segundo trimestre de 2021 el consumo de los hogares fue mayor en un 10.5%, lo que evidencia una recuperación considerable luego de siete trimestres consecutivos de contracción. Las exportaciones crecieron al 16% gracias a un aumento de las ventas de petróleo, camarón y flores. (Fundación Ciudadanía y Desarrollo, 2021)

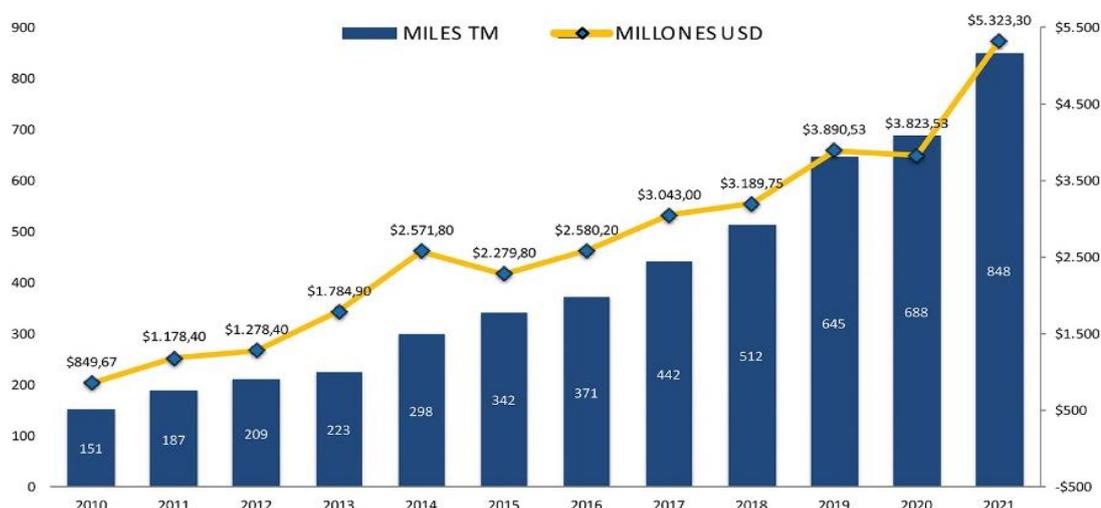
Las playas de la costa ecuatoriana y los nevados de la Sierra son de los lugares turísticos más visitados del Ecuador, es por eso que se ha visto la oportunidad de ver el sector acuícola, en específico el camarón, como parte del turismo, al ser este producto (el camarón) uno de los más consumidos por los visitantes.

En relación a la actividad camaronera, para el año 2020, la pandemia del covid-19 paralizó algunos sectores económicos y productivos, las exportaciones del Ecuador tuvieron un cambio, a pesar que fue un año crítico a nivel mundial, las exportaciones de camarón representaron el 0,7% del PIB, para este año se evidenció un 7% de libras exportadas en relación al año 2019. (Cámara Nacional de Acuicultura, 2021)

El sector camaronero exporta este producto a 67 países, principalmente China y Estados Unidos, teniendo un incremento de un 24% en los últimos doce meses; esta recuperación de las exportaciones a estos dos países se debe a que el camarón ecuatoriano tiene una alta demanda en hoteles y restaurantes; y a que los mercados internacionales prefieren el camarón ecuatoriano por su frescura y tamaño. (Datur, 2022)

### *Camarón-Reporte de Exportaciones Totales*

**Figura 2**  
*Camarón-Reporte de Exportaciones Totales*



*Fuente: Camara Nacional de Acuicultura*

Es por eso que junto con KLINBAC S.A., empresa dedicada a la cría de camarón, uno de los productos más exportados del Ecuador, que está ubicada en la provincia del Guayas en el cantón Naranjal en la isla Los Ingleses junto al pueblo de San Lorenzo, hemos visto la oportunidad de diseñar este producto para tener un nuevo sitio turístico para los visitantes.

### **Planteamiento del Problema**

Consecuencia del problema mundial generado por la pandemia del covid-19, la economía ecuatoriana se ha visto afectada en todos los sectores. Según lo mencionado previamente, uno de los sectores que más se vio impactado fue el turístico, en el cual las actividades cesaron por los cierres de fronteras y el confinamiento.

Frente a la oportunidad de generar ingresos adicionales algunos empresarios agrícolas han complementado sus actividades con el turismo, dando origen al agroturismo y el turismo vivencial que ha tenido acogida entre los turistas nacionales y extranjeros. En el sector agrícola existen diversidad de tours por los cultivos de cacao, banano, café, entre otras actividades, por lo que se ha considerado la oportunidad de evaluar el mercado y condiciones de la oferta para proponer un producto turístico que incluya la visita a una empresa camaronera, en donde se pueda observar todo el proceso y crianza del camarón, fomentado así el turismo en este sector.

Para el efecto es necesario desarrollar un diagnóstico del potencial turístico de la empresa y la zona circundante a la misma, evaluando cada componente del producto turístico que permita diseñar un tour, para que los consumidores, sean extranjeros o locales, puedan experimentar un turismo vivencial para que conozcan los diferentes ciclos de crianza y producción del camarón, generando así una fuente de ingreso adicional para la empresa Klinbac S.A. mediante el aprovechamiento de su infraestructura y recursos.

### **Formulación del Problema**

¿Qué elementos deben considerarse para el diseño de un producto turístico para la empresa Klinbac S.A.?

### **Justificación**

El camarón es uno de los principales productos de exportación del país, ocupando así el segundo lugar a nivel nacional. Debido a su gran demanda a nivel nacional e internacional, existe más de 1,300 empresas dedicadas a la crianza y comercialización del camarón por ser uno de los productos más consumidos en los diversos platos típicos ecuatorianos; al ser este un proyecto innovador busca dar a conocer este producto y así tener más consumidores en esta área.

Los procesos de producción y crianza del camarón son poco conocidos por los consumidores, debido que las instalaciones y piscinas de las camaroneras se encuentran lejos de las zonas urbanas y ciudades. Es por eso que el propósito de este proyecto es brindar a las personas a una experiencia distinta para que conozcan los

diferentes ciclos de crianza y producción del camarón, generando así ingresos económicos para la Klinbac S.A., para lo cual se diseña un producto turístico donde la empresa Klinbac S.A. sea el punto de visita principal generando así nuevos ingresos y oportunidades para la empresa Klinbac S.A.

Este proyecto es importante para la academia porque aporta con información descriptiva que permite dar forma a un producto turístico vivencial y que se ajusta a la línea de investigación de la carrera denominada “desarrollo e innovación de servicios turísticos”.

### **Preguntas de investigación**

- ¿Con qué recursos cuenta el territorio donde se va a desarrollar el producto?
- ¿Cuáles son las necesidades de los turistas con el fin de llamar la atención al consumo de este producto turístico?
- ¿Qué elementos debe incluir el producto turístico para la empresa Klinbac S.A.?

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Desarrollar un análisis de los elementos que comprenden el diseño de un producto turístico para la camaronera Klinbac S.A. en el cantón Naranjal de la provincia del Guayas para presentar la propuesta de un tour para impulsar el turismo vivencial sobre el proceso de crianza del camarón.

#### **Objetivos Específicos**

1. Desarrollar una revisión bibliográfica de los modelos teóricos para identificar los elementos que deben analizarse para conocer el estado del territorio en donde se desarrollará la propuesta.
2. Identificar las necesidades del turista con el fin de diseñar un producto que le ofrezca una experiencia diferente.

3. Diseñar el producto turístico que incluya a la camaronera Klinbac S.A. dentro de un tour propuesto con el fin de atraer a los visitantes para conocer la producción y crianza del camarón.

## Capítulo I

### Marco Teórico

#### *Turismo*

Se parte definiendo la palabra turismo, según Mongenroth (Aproximacion teorica del objeto de estudio del turismo, 1929) el turismo es el tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con el objeto de satisfacer sus necesidades vitales y culturales, para Glusckman (Turismo, 1935) es la suma de las reacciones existentes entre personas que se encuentran pasajeraamente en un lugar de estancia relacionándose con los nativos. La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1994) indica que “el turismo son las actividades recreativas que realizan los visitantes durante su estadía en lugares distintos al de su entorno natural, por menos de un año con fines de negocios, estudios, otros” (Cambridge Spanish, 2014).

Por su parte Arthur Bormann (Introduccion al turismo, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objetivo es de placer, comercial o profesional, durante el cual se aleja de su residencia habitual. (ECOTEC, 2020)

#### *Tipos de del Turismo*

Se puede definir los tipos de turismo, dependiendo de que quieras ver y cuales sean tus preferencias, en la siguiente tabla se detalla los cinco tipos de turismo más conocidos. (CESAE, 2019)

#### **Figura 3**

#### *Tipos de Turismo*

TURISMO SOL Y PLAYA	TURISMO RURAL	TURISMO GASTRONOMICO	TURISMO DE NATURALEZA	TURISMO CULTURAL
La gente aprovecha el buen tiempo para huir de las ciudades o del frio y viajar hasta lugares cálidos, para disfrutar de piscinas, playa, sol y arena	Las personas deciden alejarse de la ciudad para aventurarse a conocer pueblos y aldeas, donde se vive de otra forma.	La gente aprovecha a probar recetas, platos y productos de otros lugares, esta es una de las experiencias mas gratificantes y sorprendente que existen.	Es ideal para los amantes de la naturaleza y lo salvaje.	Las personas viajan movidas por el interés de aprender algo cultural de otro país o lugar

*Fuente: CESAE*

### ***Producto turístico***

Según la OMT, el producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, infraestructura, servicios, atractivos turísticos, y demás. También indica que un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución. (OMT, s.f.)

Los productos turísticos se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos. De esta manera en términos de la temática referida a los productos turísticos, es importante destacar que el turista generalmente compra la combinación de paquetes turísticos que incluya no solamente los atractivos de interés para él, sino también aquellas actividades que son complementarias en el país o región que pretende conocer. (Cejas, 2015)

#### ***Componentes de un Producto Turístico***

El producto turístico se integra principalmente de tres componentes, que son sus atractivos, las facilidades que permiten su uso y los accesos que garantizan el ingreso adecuado para su consumo. Gonzales (2009) indica que estos tres componentes son muy importantes porque los turistas suelen percibirlo de forma integrada, por ejemplo; si una playa que tiene un atractivo interesante, pero sus servicios son malos, esta playa puede ser desvalorizada.

**Figura 4**  
*Componentes de un Producto Turístico*



*Fuente: Manuel Gonzales, Editorial CEP*

*Elaborado: Domenica Zalamea A*

### ***Características de los Productos Turísticos***

Según menciona Colina (2009) hay características de los productos turísticos que deben ser tomados en cuenta a la hora de su comercialización, estas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.

- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos

Es por eso que al momento de adquirir un producto turístico se crea desconfianza de parte del consumidor, ya que, si la experiencia no satisface sus necesidades, no podrá devolver este producto turístico. Por eso es de suma importancia contar con profesionales de prestigio que puedan transmitir al cliente la suficiente información al viajero.

### ***Desarrollo de un Producto Turístico***

En esta fase, el desarrollo de un producto turístico se divide en tres etapas diferenciadas: planificación, implementación y comercialización y marketing. Se puede observar en el siguiente recuadro los pasos y elementos complementarios para desarrollar un producto turístico. (MINCETUR, 2014)

**Figura 5.**

*Etapas para el desarrollo de un producto turístico*

PLANIFICACION	IMPLEMENTACION	COMERCIALIZACION Y MARKETING
1. Análisis del destino	Implementación de las actividades programadas en el plan de trabajo validado por los actores involucrados	Comercialización del producto turístico
2. Conceptualización del producto turístico		
3. Diseño del producto turístico		
4- Plan de acción para el desarrollo del producto turístico		

*Fuente: MINCETUR*

### ***Sistema Turístico***

Según la OMT (1994) indica que el sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística. Este sistema está compuesto por los siguientes elementos: (CEUPE Magazine)

**Figura 6**  
*Elementos del Sistema Turístico*



*Fuente: OMT*

*Elaborado: Domenica Zalamea A*

### ***Turismo vivencial***

Del Reguero (1994) menciona que:

El turismo vivencial se refiere a todas las actividades que tiene la posibilidad de desarrollarse en el ámbito rural y que estas son importantes para los habitantes de los lugares visitados. En este tipo de turismo las familias se dedican a actividades agropecuarias y pesca artesanal, esto permite al visitante la oportunidad de adentrarse a estas actividades, para que sean parte de ellas y puedan aprender de la misma.

Para Bonilla (2018) indica que el turismo vivencial:

Es un tipo de turismo que se relaciona con el turismo comunitario, etnoturismo, agroturismo, ecoturismo y el turismo rural, pero este tipo de turismo, le da al turista la oportunidad de desarrollarse en un entorno rural formando así un apego directo con los nativos y también de involucrarse en sus actividades cotidianas, con el objetivo de que el turista aprenda el modo de vida

de la población y que así pueda tener experiencias inolvidables. Esto a su vez genera fuentes de ingresos y empleos a la población.

En el artículo “El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural” escrito por Rivera (2013), hace énfasis en la experiencia cultural, que es aquí donde el turista puede experimentar y disfrutar de las comunidades locales, pudiendo así conocer sobre sus costumbres y tradiciones que tiene la población.

### ***Tours o recorridos***

Es en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad s un recorrido o desplazamiento. (DATATUR)

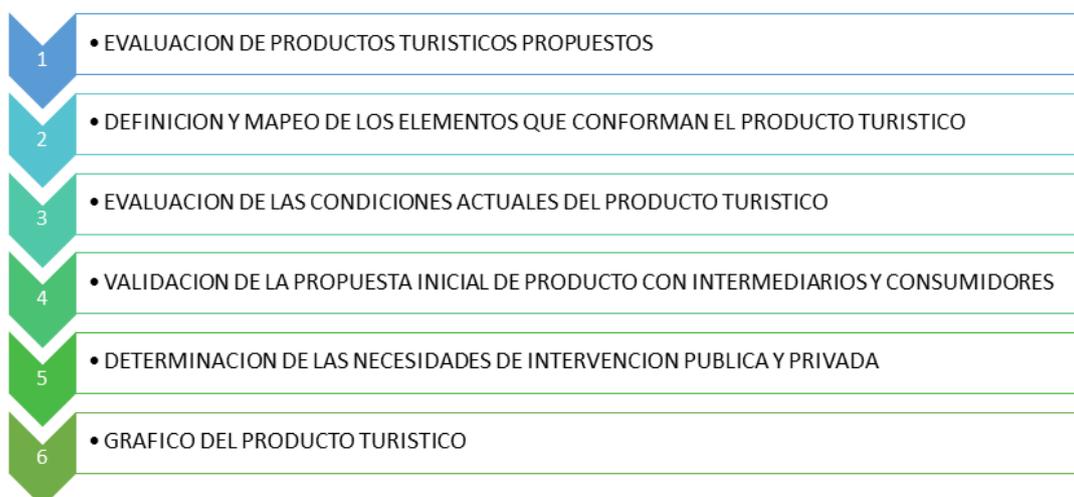
### ***Diseño de Producto***

Es la concepción de nuevas ideas y su selección. Esto supone una búsqueda de nuevas ideas para generar productos turísticos, estas ideas debes estar diseñadas de una manera en la que incluyan las preferencias, gustos, tendencias, infraestructura, y demás. (Machado, 2007)

### ***Pasos para el Diseño de Producto Turístico***

Existen varios pasos que se detallan en la figura 5, que se deben realizar en este proceso, ya que es aquí donde se va a reconocer que se necesita para llevar a cabo este producto turístico. (MINCETUR, 2014)

**Figura 7**  
*Pasos para el Diseño del Producto*



*Fuente: MINCETUR*

*Elaborado: Domenica Zalamea A*

### ***Procesos de producción de camarón***

El proceso producto del cultivo de camarón tiene tres etapas fundamentales, así como lo indica la figura 5 a continuación.

**Figura 8**  
*Proceso Productivo del Camarón*



*Fuente: ONUDI*

*Elaborado: Domenica Zalamea A*

### ***Laboratorio***

Se lleva el camarón hembra ovada de la granja, ahí permanece incubada de 28 a 35 días en agua salada, hasta que se produce la fase de post larvas de camarón. Cuando el camarón ha madurado es llevado a granjas de engorde.

### ***Cosecha***

Los camarones son puestos en ayuno unas 24 horas antes de ser cosechados, luego de eso ocurre un proceso extenso con las maquinarias adecuadas para la cosecha

y finalmente se pesa el camarón cosechado y se procede a enhielarlo en los bins de transporte del camión.

### ***Proceso***

Se realizan pruebas para determinar las concentraciones de los diversos agentes utilizados en el camarón. También debe ser inspeccionado por el laboratorio de control de calidad para así asegurar que tenga la frescura adecuada y esté libre de contaminantes olores y sabores extraños.

### **Marco Conceptual**

Con el fin de saber en qué ámbito se va a desarrollar este tema, es necesario conocer los siguientes términos y conceptos básicos

#### ***Acuicultura***

Es el cultivo de organismos acuáticos, pueden ser peces, crustáceos, molusco o plantas acuáticas. Este cultivo implica el proceso de cría para aumentar la producción. (FAO, 1997)

#### ***Atractivo Turístico***

Se los considera la base del sistema turístico, estos pueden ser naturales o culturales, que, dependiendo a su capacidad de generar una demanda, pueden ser jerarquizados. (Ricaurte, 2019)

#### ***Demanda Turística***

Comprende un grupo de personas con diferentes características, motivación y experiencias que debido a su interés y necesidades pueden y están dispuestos a disfrutar de los atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Socateli, 2013)

#### ***Producto Turístico***

“Es un conjunto de componentes de elemento materiales e inmateriales como recursos o atractivos turísticos, recursos naturales infraestructura, actividades, recreativas, que contiene un lugar” (Organización Mundial del Turismo).

#### ***Turismo***

Según Datatur se denomina al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia en lugares distintos al de su entorno habitual”. (DATATUR, 2020)

#### ***Turismo Sostenible***

Se lo define como “el turismo respetuoso con el ecosistema con mínimo impacto con el medio ambiente y la cultura local.” (BBVA, 2020)

## **Marco Referencial**

### **Hacienda El Castillo – Tour del Cacao**

En la década de 1930, el Conde alemán Ludwig Weber Von Wagenfüer vino al Ecuador y se casó con la Señora María Angélica Calero. A mediados del siglo pasado, el Conde Weber Von Wagenfüer y su esposa construyeron una casa de campo, conocida como El Castillo, esta tenía un terreno de 1,600 hectáreas que están alrededor del Recinto San Isidro.

La hermosura de esta zona, además de su ambiente pacífico, buen clima y privilegiada situación geográfica, la convertía en el sitio ideal para el Conde. El Castillo se asentaba en una de las lomas más altas de la región, desde donde se favorecía a la vista. Estaba construido de concreto en las bases, y tenía dos pisos altos hechos de madera. El Conde Von Wagenfüer y su familia pasaron muchos años de su vida en El Castillo, hasta su muerte en 1967. Inmediatamente después, El Castillo fue saqueado por pobladores de la zona, quedando en ruinas. Con el pasar del tiempo, la edificación se fue deteriorando y la familia del Conde perdió la propiedad de las tierras una vez que la fortuna de los Calero desvaneció.

A fines de la década de 1980, nuevos propietarios compraron parte de lo que hoy forma la HACIENDA EL CASTILLO, en donde se encontraban las ruinas de El Castillo. Que está ubicado en el km 55 vía a la Costa - Cerecita. Aquí se encuentra el valle de Cerecita que está ubicado al Oeste de Guayaquil, el aire marino tiene una influencia muy particular en el clima de la zona, que por lo general es seco y los cultivos son solo posibles con sistemas de riego avanzados.

Esta es una ventaja importante en el cultivo de cacao; la sequedad de la zona hace más difícil la propagación de las enfermedades que afectan al cacao, ya que la mayoría de estas necesitan mucha humedad para subsistir. Estas condiciones climatológicas y geográficas del valle de Cerecita, lo ha convertido en un clúster cacaotero en continuo desarrollo.

Es así que nace el tour del cacao que, por más de 20 años, este negocio familiar se ha convertido en una operación agrícola-turística-industrial, contribuyendo al desarrollo de la zona. Todo esto con un absoluto respeto a la naturaleza, buscando la excelencia en nuestros servicios y productos y convirtiéndose en una experiencia vivencial muy concurrida.

Este tour está dirigido por un guía especializado que recibe a los turistas brindándoles un jugo típico de cacao acompañado de patacones con cuajada de la zona.

Luego de haber disfrutado del paisaje se da inicio al recorrido donde los turistas podrán apreciar el proceso del cultivo de cacao, desde la semilla hasta el producto final “EL CHOCOLATE”.

Durante el recorrido los visitantes podrán observar cada uno de los pasos como: el sembrado, la plantación, la cosecha, la fermentación, y el secado llegando así a estar listo para ser procesado en nuestra fábrica de chocolate en donde podrán saborear este delicioso producto. Terminado el recorrido se disfruta de un almuerzo típico ofrecido en la casa principal rodeado de un ambiente tranquilo y acogedor.

## **Marco Legal**

*Ley del Turismo* (Ministerio de Turismo, 2002)

### ***Capítulo I: 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 afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

- 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;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

### ***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. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

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

### ***Capítulo VII: De los incentivos y beneficios en general***

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

- 1) Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Unica de Funcionamiento de la empresa turística

será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

- 2) Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala, así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.
- 3) Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia. Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley. El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

### ***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. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- 1) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- 2) El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- 3) El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- 4) El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
5. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
6. Los demás determinados en otras leyes.

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, 2002)

## *Ley Orgánica para el Desarrollo de la Acuicultura y Pesca (2020)*

### *Capítulo I Disposiciones Generales*

Art. 1.- Objeto. La presente Ley tiene por objetivo establecer el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades acuícolas y pesqueras en todas sus fases de extracción, recolección, reproducción, cría, cultivo, procesamiento, almacenamiento, distribución, comercialización interna y externa, y actividades conexas como el fomento a la producción de alimentos sanos; la protección, conservación, investigación, explotación y uso de los recursos hidrobiológicos y sus ecosistemas, mediante la aplicación del enfoque ecosistémico pesquero de tal manera que se logre el desarrollo sustentable y sostenible que garantice el acceso a la alimentación en armonía con los principios y derechos establecidos en la Constitución de la República, y respetando los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales.

Art. 2.- Ámbito de aplicación. La presente Ley es de orden público, de jurisdicción nacional y de cumplimiento obligatorio para todas las entidades, organismos y dependencias que comprenden el sector público, personas naturales y jurídicas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos que desarrollen actividades acuícolas, pesqueras y conexas, ejercidas dentro de los espacios terrestres y acuáticos-jurisdiccionales. En los espacios que constituyen el Sistema Nacional de Áreas Protegidas regulado por la Autoridad Ambiental Nacional, las actividades de acuicultura y pesca se coordinarán con el ente rector competente en esta materia. Las disposiciones de la presente Ley, dentro del ámbito pertinente, son de aplicación a la sanidad de los cultivos y a la calidad e inocuidad de los productos acuícolas y pesqueros para el consumo humano directo e indirecto, sin perjuicio de las normas aplicables en materia de salud pública.

Art. 2.- Ámbito de aplicación. La presente Ley es de orden público, de jurisdicción nacional y de cumplimiento obligatorio para todas las entidades, organismos y dependencias que comprenden el sector público, personas naturales y jurídicas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos que desarrollen actividades acuícolas, pesqueras y conexas, ejercidas dentro de los espacios terrestres y acuáticos jurisdiccionales. En los espacios que constituyen el Sistema Nacional de Áreas Protegidas regulado por

la Autoridad Ambiental Nacional, las actividades de acuicultura y pesca se coordinarán con el ente rector competente en esta materia. Las disposiciones de la presente Ley, dentro del ámbito pertinente, son de aplicación a la sanidad de los cultivos y a la calidad e inocuidad de los productos acuícolas y pesqueros para el consumo humano directo e indirecto, sin perjuicio de las normas aplicables en materia de salud pública.

Art. 53.- Ejercicio de la actividad acuícola. Para ejercer la actividad acuícola en todas sus fases, la persona natural o jurídica, nacional o extranjera, deberá contar con el respectivo título habilitante otorgado por el ente rector, conforme esta Ley, el reglamento y demás normativa secundaria que se emita para el efecto.

Las disposiciones previstas en este Capítulo, serán aplicables, en lo que sea pertinente, a las fases de reproducción, cría, cultivo, procesamiento, comercialización y actividades conexas de la actividad acuícola. Art. 54.- Ordenamiento Acuícola. Se establecerán medidas de ordenamiento, en el marco de gobernanza que concilie el principio de sostenibilidad de los recursos hidrobiológicos, con la obtención de mayores beneficios económicos y sociales, atendiendo a los lineamientos de soberanía alimentaria y a las políticas dictadas por las autoridades nacionales en materia productiva, económica, ambiental y de seguridad alimentaria. Las fases de reproducción, cría y cultivo de especies hidrobiológicas podrán efectuarse en cuerpos de agua dulce o marina, zonas de playa y bahía, y en tierras privadas, conforme con lo establecido en la presente Ley, su reglamento y demás normativa secundaria. Las medidas de ordenamiento en materia de acuicultura de especies exóticas se adoptarán previo informe del Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca y de la autoridad ambiental, con base en la mejor evidencia científica y principio precautorio que eviten o minimicen impactos ambientales. El ordenamiento acuícola se realizará a través de un proceso de zonificación que planifique los espacios marinos y terrestres en función de las compatibilidades e incompatibilidades con los múltiples usos que en ellos se efectúen; así como se definirá las características de construcción, implantación, operación, retiro entre áreas, sistemas de cultivo, empresas y límites de extensión y en concordancia con los instrumentos de planificación sobre el Espacio Marino Costero. Las medidas de ordenamiento serán establecidas conforme lo

determine el reglamento de esta Ley y demás normas técnicas. Art. 55.- Cadena productiva. Las personas involucradas en cada eslabón de la cadena productiva, deberán implementar y mantener una trazabilidad documentada y sistematizada en las etapas que le correspondan, de conformidad con la normativa que se expida.

Art. 56.- Autorizaciones y permisos. Para ejercer la actividad acuícola de reproducción, cría y cultivo en tierras privadas y concesiones en zona de playa y bahía; y, zonas marinas, se requiere autorización por parte del ente rector previo al cumplimiento de los requisitos que se establezcan en el reglamento de la presente Ley, y demás normativa que se establezca para el efecto.

Art. 58.- De la función ambiental. Las autorizaciones y concesiones otorgadas por el Estado, en zonas de playa y bahía, deberán cumplir con la función ambiental. Su aprovechamiento contribuirá al desarrollo sustentable, al uso racional de los recursos hidrobiológicos de tal manera que se conserve el recurso y la biodiversidad acuícola para mantener la producción y productividad. El cumplimiento de la función ambiental conlleva también el respeto a los derechos ambientales individuales, colectivos y los derechos de la naturaleza.

El cumplimiento de la función ambiental permite que se mantenga una producción sostenible y sustentable para garantizar la seguridad y soberanía alimentaria, la generación de trabajo familiar o de empleo, el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de producción, industria y exportación acuícola, de conformidad con la Ley.

## Capítulo II

### Análisis situacional del territorio

#### *Cantón Naranjal*

Este Cantón está ubicado en la provincia del Guayas, tiene una superficie de 2015 km<sup>2</sup> y su población de 53.800 habitantes. Es un cantón eminentemente agrícola, donde se produce el arroz, café, caña de azúcar, banano cacao, tabaco. Cabe destacar de que este territorio es bendecido por la naturaleza con baños de aguas termales y medicinales, hermosas cascadas y ríos. Además de su mega diversa flora y fauna que lo convierte en un paraíso, La producción agrícola y de pesca de este cantón, es utilizado como vía para el turismo de esta ciudad. Entre las actividades comerciales locales está dedicado a la compra y venta de productos que provee de insumos necesarios para la actividad camaronera, agrícola y ganadera. Según el INEC (2010) el 58.8% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

Entre sus atractivos turísticos se encuentra la ruta de las Siete Cascadas, según datos obtenidos por Diario el Universo, los visitantes a este lugar promedian de 30 a 50 por día, y cuando son feriados el número de turistas aumenta a 800 por día. También está la Reserva Ecológica Manglares Churute, es la primera área protegida de manglar de la costa continental ecuatoriana. Otro atractivo es el centro Shuar de Aguas Termales, famosas por sus aguas termales y su alto poder curativo.

#### **Figura 9**

*Ruta de las Siete Cascadas*



*Fuente: Diario El Universo*

**Figura 10**  
*Reserva Ecología Manglares de Churute*



*Fuente: Ministerio de Ambiente*

**Figura 11**  
*Centro Shuar de Aguas Termales*



*Fuente: Diario El Comercio*

Debido a lo antes mencionado el Cantón Naranjal es un atractivo turístico por su diversidad de flora, fauna y actividades al aire libre que puede realizar el turista nacional y extranjero.

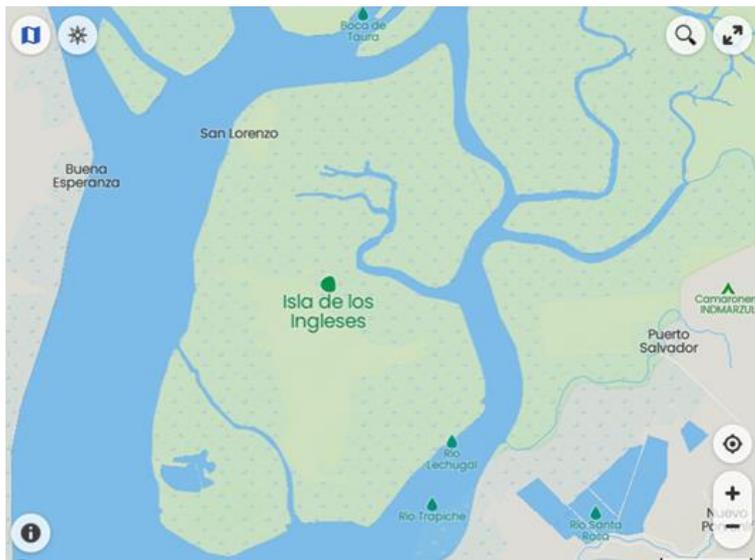
## *Isla los Ingleses*

Ubicado entre la Latitud  $-2,57997^{\circ}$  o  $2^{\circ} 34' 48''$  sur y la Longitud  $-79,76206$  o  $79^{\circ} 45' 43''$ , a una altitud de 10 metros sobre el nivel del mar, en el golfo de Guayaquil, que tiene como jurisdicción el Cantón Naranjal, es considera como un área de reserva.

Existe una comuna de 19 familias que habitan en el lugar. Esta isla aglutina la mayor concentración de aves acuáticas y costeras migratorias y locales de la reserva, que están en el estero El Potrero. Para llegar a la isla se requiere de 30 minutos partiendo de un muelle ubicado en una camaronera privada cerca de la Reserva Ecológica Churute. La Isla los Ingleses está a unos 48km, 1 hora y 30 minutos de distancia de Guayaquil, partiendo del muelle de la Caraguay. Esta isla tiene una riqueza natural, es por eso que aquí se asientan 8 camaroneras. Entre estas Klinbac S.A.

### **Figura 12**

*Delimitación Isla los Ingleses*



**Norte:** Reserva Ecológica Manglares Churute

**Sureste:** El Guabo

**Noroeste:** San Lorenzo

**Oeste:** Hacienda Chuguin Chico

**Figura 13**  
*Población Isla los Ingleses*

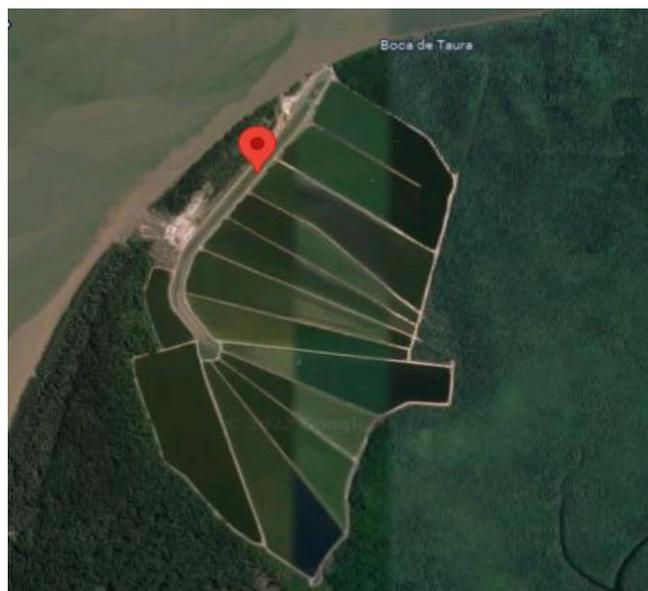


*Fuente: Diario El Universo*

***Análisis situacional de la empresa Klimbac***

La empresa fue fundada desde agosto del 2006, ubicada en la Isla los Ingleses junto al pueblo de San Lorenzo. Está ubicado entre la latitud 2°32'20.4" S y longitud 70°46'44.7" W. El acceso a la camaronera es vía marítima, generalmente el ingreso es por el Recinto Puerto Baquerizo ubicado en el Cantón Naranjal.

**Figura 14**  
*Camaronera Klinbac*



*Fuente: Google Maps*

Como se puede observar en la figura 12, tiene 100 hectáreas de espejo de agua, cuenta con 12 piscinas divididas para cada uno de los procesos de cría y cultivo. Cuenta con un campamento en donde duermen y comen los trabajadores de la camaronera. Las vías de comunicación, en su mayoría son por radio portátil, la existencia de telefonía móvil es muy baja. En lo que respecta a la higiene y seguridad, la camaronera cuenta con generadores y paneles de energía solar, no existe agua potable proveniente de tuberías, pero el agua que utilizan es por medio de tanqueros que llegan a la isla en gabarras. Cuenta con un campamento con baño y bodega en donde los trabajadores comen y duermen.

**Figura 15**  
*Camaronera Klinbac*



*Fuente: Klinbac*

**Figura 16**  
*Piscinas de la Camaronera Klinbac*



*Fuente: Klinbac*

## **Capítulo III**

### **Metodología**

En este capítulo se detallan los métodos que van a servir como guía para la investigación de este diseño de producto para la camaronera Klinbac S.A.

#### ***Diseño de Investigación***

Sampieri (1991, p. 100 ) indica “El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar las interrogantes que se ha planteado y analizar la certeza de la(s) hipótesis formuladas en un contexto en particular.”

En el presente proyecto se llevó a cabo la investigación descriptiva con esta se pretende obtener datos después de haber realizado las encuestas de campo.

#### ***Enfoque de la investigación***

Se define el enfoque de investigación como “el proceso investigativo en el que el investigador se aproxima al objetivo de estudio, para poder determinar qué tipo de técnica va a utilizar en la investigación.” (Equipo Editorial, 2020).

#### ***Tipos de Enfoque de Investigación***

Generalmente existe dos tipos de enfoques de investigación: Cualitativo, en este tipo de enfoque el investigador comienza examinando el mundo social y este proceso desarrolla una teoría coherente con los datos, la cual es denominada teoría fundamentada, sus técnicas para recolectar datos pueden ser la observación, entrevistas abiertas, revisión de documentos no estructuradas, discusión de grupo, evaluación de experiencias personales; por su parte el enfoque Cuantitativo se refiere al estudio de la realidad de manera objetiva, externa e independiente, esta investigación debe ser lo más objetiva posible. Y en las últimas décadas, investigadores han visto considerable añadir un tipo de enfoque, mixto, que integra ambos enfoques, argumentando que probar una teoría a través de los 2 métodos puede obtenerse resultados más confiables. (Coria, 2019)

El tipo de enfoque que se utilizó en esta investigación es el enfoque cuantitativo, ya que en este proyecto se propuso recolección de datos, a través de encuestas, para predecir la demanda de los consumidores.

### ***Método de investigación***

Los métodos de investigación son un conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean problemas científicos y se ponen a prueba hipótesis e instrumentos de trabajo investigados. Existen varios métodos de investigación (Cabeza, Andrade, & Torres, 2018) y el que se ajusta a este proyecto es el método deductivo.

### ***Método deductivo***

Este método se fundamenta en el razonamiento formal en el que la conclusión se obtiene por la forma del juicio, del que se parte. Para poder aplicar este método a este proyecto, se debe partir desde lo desconocido hasta hacer que estos hechos sean probables.

Con este método se pretende revisar las condiciones del territorio e identificar el mercado al cual se va a dirigir este proyecto. Todo esto con el fin de desarrollar este diseño de producto turístico con las características adecuadas.

### ***Alcance de la investigación***

Los alcances de investigación indican el resultado que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados.

### ***Alcance Exploratorio***

Este se realiza cuando el tema que se va analizar es un problema desconocido o poco estudiado. (Sampieri, 1991)

### ***Alcance Descriptivo***

La meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, es decir, detallar como son y como se manifiestan.

### ***Alcance Correlacional***

Tiene como propósito conocer la relación que existe entre dos o más conceptos categorías o variables en contexto en particular.

### ***Alcance Explicativo***

Estos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos y sociales.

El alcance de este proyecto es de nivel descriptivo, porque la intención es reconocer las características y perfiles de las personas y procesos a los que está enfocado este proyecto. Con este se pretende recoger información para este proyecto.

### ***Técnicas e instrumentos de investigación***

#### ***Encuestas***

Esta técnica es ampliamente utilizada para como procedimiento de investigación porque permite obtener y elabora datos de manera rápida y eficaz, basada en una serie de preguntas que elabora el investigador para obtener una respuesta u opinión. Como indica García Ferrando (1993), es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio del que se pretende explorar y/o explicar una serie de características. Con esta técnica se va adquirir información de parte de los encuestados para obtener diferentes puntos de vista en cuanto al proyecto

#### ***Población de estudio***

La población es el número total de elementos o individuos que son tomados en cuenta para un estudio, éstos deben poseer características comunes o ciertos elementos que los relacionen entre sí. Estas características las define el investigador según los requerimientos del estudio que se va a realizar. Para este estudio se va a tomar la información que se accedió a través del INEC, que indica que 250.230 personas registraron su ingreso a Ecuador entre los meses enero y julio del año 2022.

#### ***Tamaño de la muestra***

Una muestra es una parte de una población que fue seleccionada para realizar un estudio. Tamayo (1997) define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176). Se estableció el tamaño de muestra con la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = tamaño de muestra

N = población o universo

Z = nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error muestral

**Tabla 1**

*Cuadro para la obtención de muestra*

VARIABLE	DESCRIPCION	VALOR
Z	Nivel de confianza	1,96
N	tamaño de universo	250.230
E	error	0,05
P	probabilidad de confianza	0,5
Q	probabilidad en contra	0,5

*Fuente: Elaboración Propia*

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 250.230}{0,05^2 \cdot (250.230 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 250.230}{0,0025 \cdot (250.229) + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{240,321}{626 + 0.9604}$$

$$n = \frac{240.3214}{627}$$

n = 384 encuestas

### ***Procedimiento de muestreo***

Después de realizar el tamaño de muestra, se utilizó el tipo de muestreo probabilístico estratificado. La población está dividida en subgrupos de acuerdo a la edad, en este caso entre 18 y 63 años.

### ***Resultados***

Se realizaron las encuestas al público en general, con el fin de obtener datos para saber si este diseño de producto es de la aceptación del público.

#### **Pregunta 1.**

**Tabla 2**

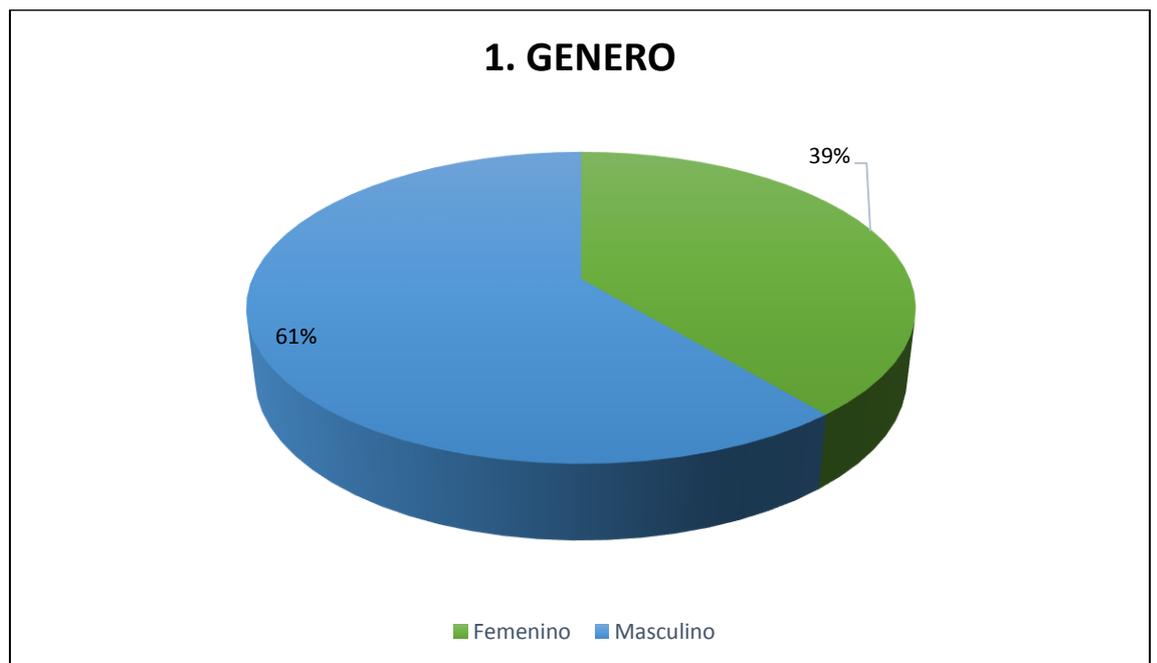
*Género de los Encuestados*

<b>GENERO</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FEMENINO	150	39%
MASCULINO	234	61%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 17**

*Género de los Encuestados*



*Fuente: Elaboración Propia*

Según los resultados de las encuestas, se obtuvo que el 61% de los encuestados son hombres y el 39% restante son mujeres.

## **Pregunta 2.**

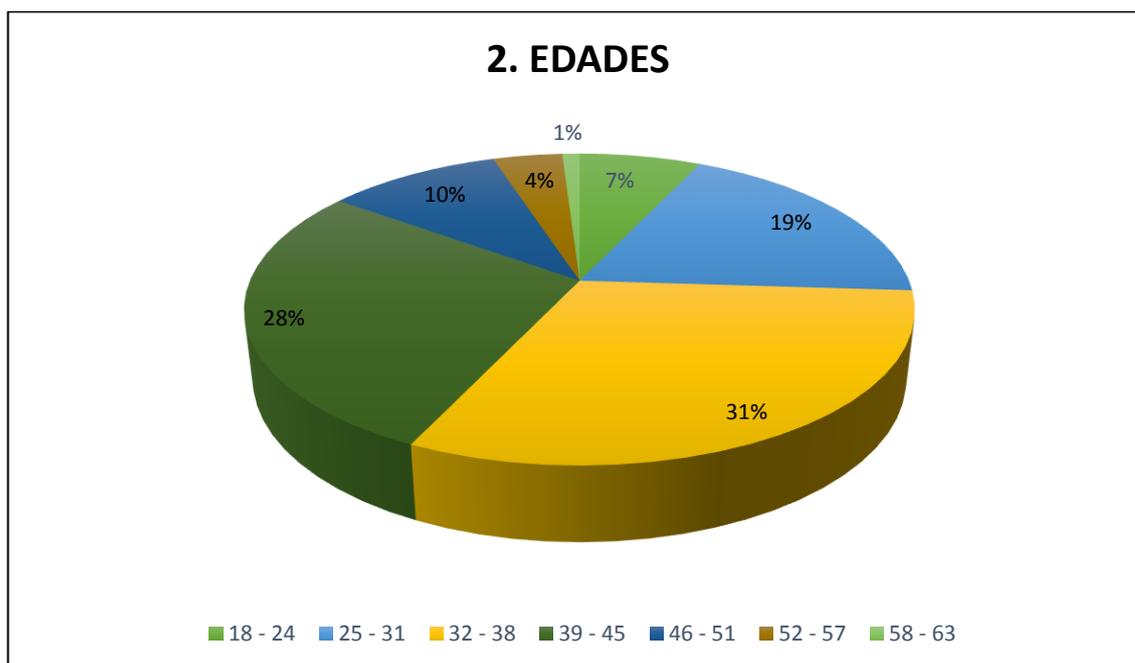
### *Edades de los Encuestados*

**Tabla 3**  
*Edades de los Encuestados*

<b>EDADES</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
18 – 24	27	7%
25 – 31	73	19%
32 – 38	119	31%
39 – 45	108	28%
46 – 51	38	10%
52 – 57	15	4%
58 – 63	4	1%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 18**  
Edades de los Encuestados



*Fuente: Elaboración Propia*

De acuerdo a las encuestas realizadas los datos estadísticos de las edades de los encuestados quedan de la siguiente manera: 32 – 38 años es el mayor porcentaje con 31%, 39 – 45 años comprende el 28%, 25 – 31 años un 19%, 46 – 51 años el 10%, y los porcentajes más bajos están entre los rangos de 18 – 24 con 7%, 52 – 57 años con el 4% y por último de 58 – 63 el 1%

**Pregunta 3.**

**Tabla 4**  
Nacionalidad de los Encuestados

NACIONALIDAD	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ECUATORIANO	319	83%
EXTRANJERO	65	17%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 19**  
*Nacionalidad de Encuestados*



*Fuente: Elaboración Propia*

Del total de las encuestas realizadas se puede observar que el 83% de los encuestados son ecuatorianos, y solo el 17% son extranjeros.

**Pregunta 4.**

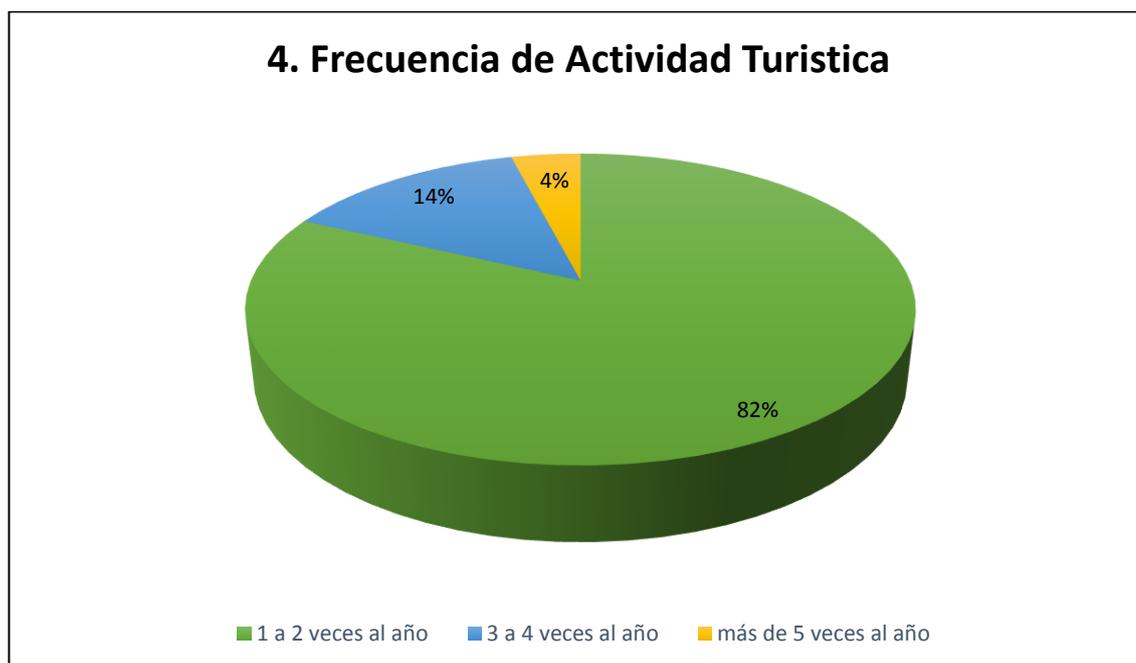
**Tabla 5**  
*¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?*

FRECUENCIA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 – 2 VECES AL AÑO	315	82%
2 – 3 VECES AL AÑO	54	14%
MAS DE 5 VECES	15	4%

*Fuente: Elaboración Propia*

*Frecuencia de actividades turísticas*

**Figura 20**  
*Frecuencia de actividades turísticas*



*Fuente: Elaboración Propia*

Como se puede observar según los encuestados la mayoría con un 82%, prefieren realizar viajes de turismo entre 1 a 2 veces al año, el 14% suele realizar estos viajes entre 3 a 4 veces al año, y el restante con un 4% realizan turismo más de 5 veces al año.

**Pregunta 5.**

**Tabla 6**  
*¿Con quién suele realizar sus viajes?*

COMPAÑÍA PARA VIAJAR	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SOLO	4	1%
AMIGOS	84	22%
FAMILIA	223	58%
PAREJA	73	19%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 21**  
Compañía para realizar viajes



*Fuente: Elaboración Propia*

El 58% de los encuestados prefieren viajar en familia, el 22% suele hacerlo con sus amigos, los que prefieren viajar en pareja son el 19% y a quienes les gusta viajar solos es un 1%.

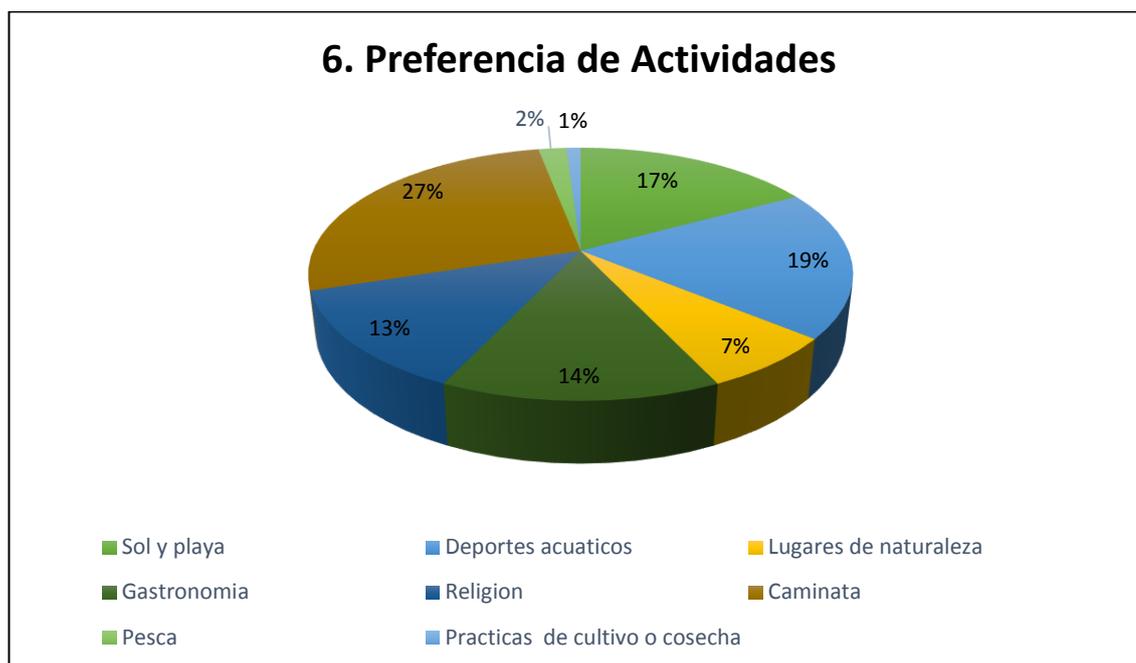
**Pregunta 6.**

**Tabla 7**  
*¿Que actividades prefiere realizar durante su viaje?*

PREFERENCIA DE ACTIVIDADES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SOL Y PLAYA	65	17%
DEPORTES ACUATICOS	73	19%
LUGARES DE NATURALEZA	27	7%
GASTRONOMIA	54	14%
RELIGION	50	13%
CAMINATA	103	27%
PESCA	8	2%
PRACTICA DE CULTIVO Y COSECHA	4	1%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 22**  
*Preferencia de Actividades*



*Fuente: Elaboración Propia*

Se ha realizado esta pregunta para saber que actividades realizan los encuestados durante sus viajes, de los 151 personas encuestada, el 27% prefieren realizar caminatas, el 19% lo tiene las actividades que incluyen deportes acuáticos, el 17% sol y playa, el 14% pertenece a la gastronomía el 13% la religión, el 7% las actividades de naturaleza, el 2% la pesca y el 1% las prácticas de cultivo y cosecha.

**Pregunta 7.**

**Tabla 8**  
*Personas interesadas en realizar Turismo Vivencial*

INTERESADOS EN TURISMO VIVENCIAL	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	330	86%
NO	54	14%

*Fuente: Elaboración Propia*

*Interesados en Turismo Vivencial*

**Figura 23**  
*Interesados en Turismo Vivencial*



*Fuente: Elaboración Propia*

En esta pregunta el 86% de los encuestados contestaron que, si les interesaría realizar turismo vivencial, mientras que el 14% indico que no.

**Pregunta 8.**

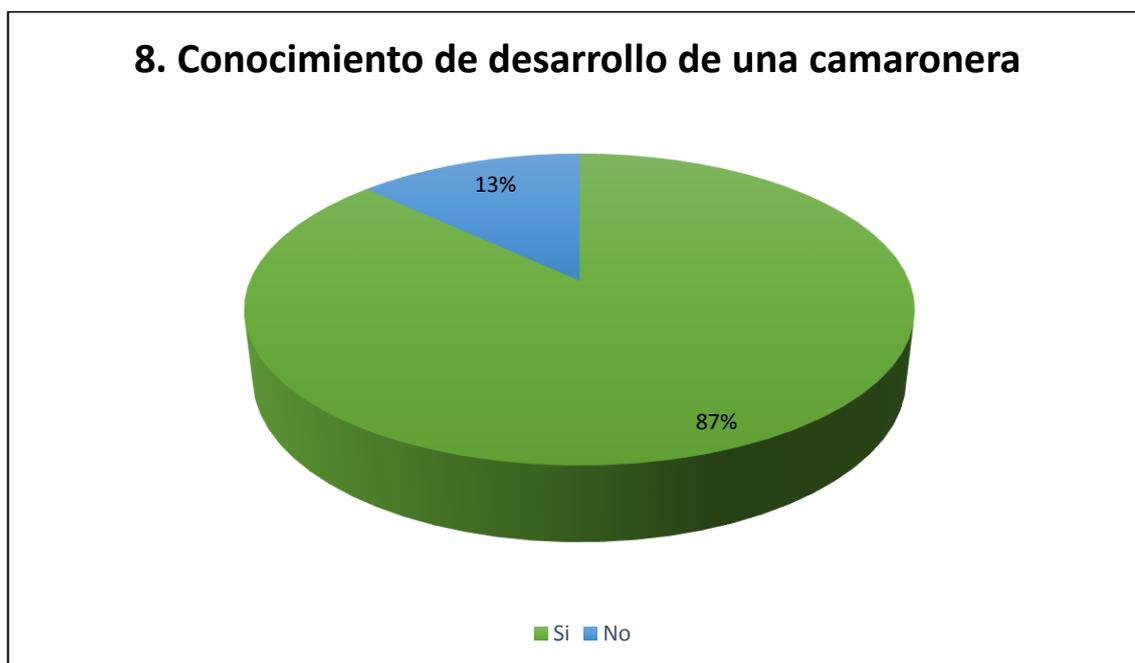
**Tabla 9**  
*¿Conoce el proceso de una camaronera?*

CONOCIMIENTO DE UNA CAMARONERA	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	334	87%
NO	50	13%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 24**

*Conocimiento de desarrollo de una camaronera*



*Fuente: Elaboración Propia*

Según los encuestados el 87% tiene conocimiento del desarrollo de una camaronera, el 13% restantes no tiene conocimiento del mismo.

**Pregunta 9.**

**Tabla 10**

*¿Le gustaría visitar una camaronera?*

INTERESADOS EN VISITAR UNA CAMARONERA	N° EN CUESTADOS	PORCENTAJE
SI	315	82%
NO	69	18%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 25**

*Interesados en visitar una camaronera*



*Fuente: Elaboración Propia*

En esta pregunta se puede observar que el 82% si está interesado en realizar una visita a una camaronera para conocer sus procesos, y el 18% indico que no están interesados en realizar esta actividad.

**Pregunta 10.**

**Tabla 11**

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar un recorrido en una camaronera?*

PRECIO SUGERIDO	Nº ENCUESTADO	PORCENTAJE
\$30 - \$35	227	59%
\$40 - \$45	42	11%
\$50 - \$55	19	5%
OTRO	96	25%

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 26**  
*Precio sugerido*



*Fuente: Elaboración Propia*

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 59% de los encuestados están dispuestos a pagar \$30 - \$35 por el recorrido, el 25% indicó que están interesados en pagar otro valor, el 11% sugiere \$40 - \$45 por el recorrido y el 5% indico que puede cancelar el valor de \$50 - \$55.

## Capítulo IV

### **Propuesta del producto turístico**

En este capítulo se va detallar los métodos que van a servir como guía para la investigación de este diseño de producto para la camaronera Klinbac S.A. Este producto de turismo vivencial tiene como punto principal la camaronera Klinbac S.A. de esta manera se generará mayores ingresos para la empresa. La iniciativa de este proyecto ha tenido una gran acogida por parte de los encuestados. Dentro de esta propuesta se creará un itinerario detallado con las actividades a realizarse.

### ***Objetivo de la propuesta***

Brindar una nueva experiencia a los turistas mediante un recorrido turístico por las instalaciones productivas de la camaronera Klinbac S.A. como una alternativa para generar ingresos adicionales.

### ***Segmento de mercado al que va dirigida la propuesta***

Después de haber realizado las encuestas y obtener los resultados, se llegó a la siguiente conclusión del perfil del consumidor potencial dirigido primordialmente al segmento de visitantes nacionales, de género masculino, que son personas con una edad promedio entre 32 y 38 años, quienes tienen como preferencia realizar actividades turísticas familiares, de una a dos veces al año, priorizando las caminatas; la mayoría de los encuestados están interesados en realizar turismo vivencial, también se pudo conocer que la gran mayoría tiene conocimiento del desarrollo de producción de una camaronera, a su vez también indicaron que si les gustaría realizar una visita a una camaronera, por la cual estarían dispuestos a cancelar el valor de \$30 - \$35 por el tour.

**Tabla 12**  
*Segmentación según encuestas*

<b>PREGUNTA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>GENERO</b>	MASCULINO	234	61%
<b>EDAD</b>	32 – 38 AÑOS	119	31%
<b>NACIONALIDAD</b>	ECUATORIANO	319	83%
<b>FRECUENCIA ACTIVIDAD TURISTICA</b>	1 – 2 VECES AL AÑO	315	82%
<b>PREFERENCIA DE COMPAÑÍA</b>	FAMILIA	223	58%
<b>PREFERENCIA DE ACTIVIDADES</b>	CAMINATA	103	27%
<b>INTERESADOS EN TURISMO VIVENCIAL</b>	SI	330	86%
<b>CONOCIMIENTO DE DESARROLLO DE CAMARONERA</b>	SI	334	87%
<b>INTERESADOS EN CONOCER DESARROLLO DE CAMARONERA</b>	SI	315	82%
<b>PRECIO SUGERIDO</b>	\$30 - \$35	227	59%

*Fuente: Elaboración Propia*

Con los datos que se obtuvo con las encuestas realizadas se procede a realizar el diseño de producto turístico para la camaronera Klinbac S.A.

### ***Diseño del Producto***

En este producto el atractivo principal es la camaronera Klinbac S.A., está ubicada en la Isla Los Ingleses, perteneciente al cantón Naranjal, con una extensión de 100 hectáreas de espejo de agua, dividida en 12 piscinas para su respectivo proceso. Su actividad principal es la acuicultura, principalmente el camarón, que es el segundo producto más exportación del Ecuador.

Se propone este producto turístico en la cual se aprovechará la infraestructura de la empresa que a su vez ayudará a incrementar los ingresos de la camaronera, con la finalidad de que el turista o visitante pueda aprovechar esta oportunidad de realizar una experiencia diferente en el turismo vivencial.

**Tabla 13**  
*Itinerario*

<b>Nombre del Producto</b>		
<b>AVENTURA EN LA CAMARONERA</b>		
Duración 7 horas	Dirigido Turistas Nacionales / Extranjeros	N° de Pax 10 personas
<b>ITINERARIO</b>		
<b>HORA DE INICIO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	
8:30	Salida desde el Malecón 2000	
9:00	Arribo al Muelle del Mercado Caraguay	
9:15	Embarque de turistas	
10:45	Arribo y recibimiento de los turistas a la Isla Los Ingleses	
11:00	Inicio de recorrido por la camaronera	
12:00	Llegada al campamento de la camaronera	
12:15	Degustación de platillos	
13:15	Free time – descanso	
13:30	Regreso al muelle de la Isla los Ingleses	
13:45	Embarque y Retorno al Mercado Caraguay	
15:00	Arribo al muelle del Mercado Caraguay y desembarque	
15:30	Retorno al Malecón 2000	
<b>OBSERVACIONES</b>		
<b>INCLUYE</b>	Transporte terrestre y marítimo	
	Almuerzo	
	Guianza Turística	
<b>NO INCLUYE</b>	Propina	
	Desayuno	
<b>RECOMENDACIONES</b>	Ropa cómoda	
	Documentos personales	
	Cámara fotográfica	
	Protector Solar	
	Gafas de sol	

*Fuente: Elaboración Propia*

***Detalle del producto***

Este producto está diseñado para máximo 10 personas al día, con una duración de 7 horas, donde los turistas podrán observar el proceso y desarrollo de la camaronera. En el paquete “Aventura en la Camaronera” está incluido el transporte de ida y retorno de la Isla los Ingleses.

La actividad inicia partiendo desde el Malecón 2000, a la altura del Hemiciclo La Rotonda, hacia el Mercado la Caraguay por la calle Chile, con un tiempo estimado de 30 minutos, de ahí se embarcaran en el bote que los llevara hasta la Isla los Ingleses, durante este recorrido de 1 hora con 30 minutos, podrán realizar avistamiento de aves que recorren el Rio Guayas como la Garza Nocturna Cangrejera, Garceta Azul, Ibis Blanco, Garza Rosada Pico de Espátula,, Saltarin Barbiblanco, entre otros, terminado el recorrido en bote arribaran al muelle de la Isla los Ingleses, donde les darán la bienvenida de parte de la camaronera y las debidas indicaciones para el recorrido, se inicia el recorrido a pie, como muestra la figura 28, con una duración de 60 minutos por cada una de las piscinas de la camaronera donde se explicara a detalle el proceso de producción del camarón, dentro de este recorrido podrán realizar fotos y videos de los mismos; luego de esto procederán a degustar un platillo ecuatoriano preparado por el chef, que tendrá un valor de \$8 incluido en el paquete, este platillo está compuesto por un ceviche de camarón, chifles; y bebida (agua o cola).

Antes de finalizar el recorrido tendrán un descanso de 15 minutos, en la cual podrán hacer uso de este tiempo para utilizar los baños y prepararse para el retorno, luego regresaran al muelle de la Isla los Ingleses donde se embarcarán en el bote para ir de regreso a Guayaquil, arribaran al muelle del Mercado de la Caraguay, donde para finalizar el viaje serán trasladados en el bus hasta el Malecón 2000. El punto de encuentro con los turistas será en el Hemiciclo la Rotonda en el Malecón 2000, de ahí partiremos al Muelle del Mercado la Caraguay.

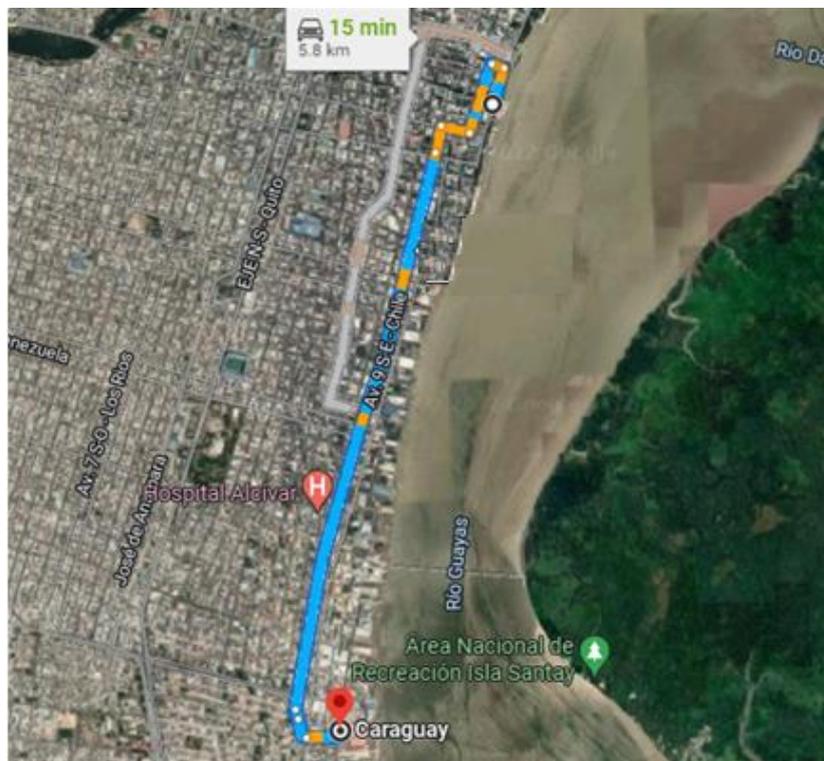
**Figura 27**  
*Punto de encuentro*



*Fuente : Ruta Viva*

La ruta terrestre (figura 26) inicia desde la Av. 9 de Octubre y Malecón, tomando la calle Chile hasta llegar al Mercado de la Caraguay.

**Figura 28**  
*Ruta Terrestre*



*Fuente: Google Maps*

En la figura 27 se muestra el trayecto que realizará el bote que saldrá desde el Muelle del Mercado de la Caraguay hasta la Isla los Ingleses.

**Figura 29**  
*Ruta Marítima*



*Fuente: Google Maps*

Estas son algunas de las aves que se podrán observar mediante todo el recorrido que se realice en bote.

**Figura 30**  
*Aves en el Rio Guayas*



*Fuente: Aviturismo-22 Guayas*

En la figura 29 se tiene una visualización satelital del recorrido a pie que se realizaría por las piscinas.

**Figura 31**  
*Recorrido dentro de la camaronera*



*Fuente: Google Earth*

En la figura 30 se presenta el proceso de cultivo del camarón en cada una de sus etapas.

**Figura 32**  
*Proceso de Cultivo del Camarón*



*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Canales de promoción, comercialización y venta del producto turístico***

Después de haber realizado la propuesta de este producto turístico, se presentará los canales de promoción que son los medios o las formas estratégicas mediante los cuales se busca promocionar este producto con el fin de atraer a turistas nacionales y extranjeros a vivir una nueva experiencia turística.

Para el presente proyecto se utilizarán los canales directos e indirectos para la distribución del mismo, con estos se pretende llegar al cliente de una manera más efectiva, brindando así la información necesaria para ofertar este producto.

**Tabla 14**  
*Canales de distribución*

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MEDIOS</b>
<b>Canal Directo</b>	Redes sociales, pagina web
<b>Canal Indirecto</b>	Agencia de Viajes

*Fuente: Elaboración Propia*

Como muestra la tabla precedente, estos son los medios que se utilizará para dar a conocer el producto; se utilizará las redes sociales que en la actualidad son más utilizadas por las personas como Instagram, Facebook, página web como anuncios, donde este producto capte la atención del cliente. De la misma manera debe intervenir la Agencia de Viajes donde presentara este producto mediante afiches, volantes, entre otros, a sus consumidores.

### *Costo de inversión en el producto diseñado*

En la tabla 16 se detalla la tabla de costos del paquete turístico.

**Tabla 15**  
*Costo del Producto para 10 personas*

<b>CANT</b>	<b>COSTOS</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	TRANSPORTE TERRESTRE	\$50,00	\$50,00
1	TRANSPORTE MARITIMO	\$50,00	\$50,00
1	GUIANZA	\$20,00	\$20,00
10	ALMUERZO	\$8,00	\$80,00
2	ALMUERZO GUIA / CAPITAN DE BOTE	\$8,00	\$16,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>		\$136,00	\$216,00
GASTOS GENERALES 15%			\$32,40
PRESUPUESTO TOTAL DE OPERACIONES			\$248,40
UTILIDAD 15%			\$37,26
<b>TOTAL</b>			\$285,66
<b>PVP</b>			\$28,57
<b>IVA</b>			\$3,43
<b>PVP TOTAL UNITARIO</b>			\$31,99

*Fuente: Elaboración Propia*

Este costo fue hecho en base a la capacidad de personas que caben en el transporte terrestre y marítimo.

## Conclusiones

- La finalidad de este estudio es diseñar un producto turístico para la camaronera Klinbac S.A. con el propósito de que el turista conozca a detalle del proceso de cultivo del camarón. Este diseño de producto se toma como referencia a lo que existe actualmente en la ciudad, conocido como el Tour del Cacao, donde se hace un recorrido por los cultivo y producción del cacao, producto que ocupa el cuarto puesto de los productos más exportados del Ecuador, de esta manera se sugiere implementar un recorrido por la camaronera de la empresa Klinbac S.A., donde se podrá observar el proceso de producción del camarón, más aun sabiendo que este producto (el camarón) es el segundo producto más exportado por el Ecuador.
- La presente investigación permitió conocer que las personas, como indicaron las encuestas, conocen el proceso del camarón, pero también demostrando un gran interés y están dispuestos a realizar un recorrido por una camaronera, para saber a profundidad del proceso de cultivo y desarrollo del camarón. Esto le atribuye un valor agregado al producto en el mercado exterior.
- Al crear este producto permite al turista tener más opciones de actividades a realizar mientras realiza turismo, en este caso es un turismo vivencial. Con este producto también se está aprovechando los recursos naturales que tiene el cantón, en este caso el Rio Guayas, por donde navegarán los turistas hasta llegar a la camaronera, y podrán hacer avistamiento de aves.
- Otro punto importante es que con este producto se pretende aumentar los ingresos de la empresa, sacándole provecho a los recursos que tiene la misma.

## **Recomendaciones**

Después de haber concluido con la propuesta de este producto se considera oportuno recomendar a la camaronera Klinbac S.A. los siguientes puntos:

- Hacer las adecuaciones necesarias dentro de la camaronera para que se pueda llevar a cabo el recorrido dentro de la misma.
- Realizar un estudio económico financiero con el propósito de que se pueda solventar este proyecto.
- Tomar las medidas de bioseguridad necesarias dentro de la camaronera para que el recorrido con los turistas no afecte en el proceso de producción del camarón.

Las recomendaciones en cuanto a futuras investigaciones referentes al tema se sugieren:

- Ampliar estos recorridos a otras empresas en las que intervenga la acuicultura.
- Que este producto turístico sirva de referencia para las otras empresas camaroneras y tomen como ejemplo esta actividad que se va a realizar.

## Referencias

- Asamblea Nacional. (2020). *Ley Organica para el Desarrollo de la Acuicultura y Pesca*. Obtenido de <https://camaradepesqueria.ec/wp-content/uploads/2020/04/Ley-de-Acuicultura-y-Pesca-2019.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2020). *La economía ecuatoriana creció 0,1% EN 2019*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019#:~:text=El-a-1o-2019-cerro-con,el-Banco-Central-del-Ecuador.>
- BBVA. (2020). *Que es el turismo sostenible*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>
- Bonilla, M. (2018). *Turismo Vivencial*. Obtenido de Green Action CR: [http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo\\_Vivencial.pdf](http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_Vivencial.pdf)
- Borman. (1930). *Introduccion al turismo*. Obtenido de ECOTEC: [https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2020A1\\_TUR162\\_01\\_136180.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2020A1_TUR162_01_136180.pdf)
- Cabeza, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigacion Científica*. Obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas: <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion-a-la-Metodologia-de-la-investigacion-cientifica.pdf>
- Cámara Nacional de Acuicultura. (2021). *Reporte de Exportaciones Totales*. Obtenido de Camara Nacional de Acuicultura: <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>
- Cambridge Spanish. (2014). *El Turismo*. Obtenido de Cambridge: [https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample\\_Chapter\\_--\\_Temas\\_de\\_Turismo.pdf](https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_--_Temas_de_Turismo.pdf)
- Cejas, N. &. (2015). *Diseño de Productos Turísticos y Facilidades*. Obtenido de UNIBE: [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-y-cejas-diseño-de-productos-turisticos-y-sus-facilidades.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-y-cejas-diseño-de-productos-turisticos-y-sus-facilidades.pdf)
- CESAE. (2019). *Tipos de Turismo*. Obtenido de CESAE: <https://www.cesae.es/blog/tipos-de-turismo-rural-gastronomico-cultural>

- CEUPE Magazine. (s.f.). *Estructura de Mercado Turístico*. Obtenido de CEUPE:  
<https://www.ceupe.com/blog/estructura-del-mercado-turistico.html?dt=1655876813424>
- Colina, J. M. (2009). *El concepto del producto turístico*. Obtenido de Universidad para la Cooperación Internacional:  
[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
- Coria, E. C. (2019). *Enfoques y Tipos de Investigación*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/icea/asignatura/turismo/2020/formas-tipos-investigacion.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/icea/asignatura/turismo/2020/formas-tipos-investigacion.pdf)
- Datur. (2022). *Ecuador superó los USD 5.000 millones en exportación de camarón en 2021*. Obtenido de <https://www.datur.com/ecuador-supero-los-usd-5-000-millones-en-exportacion-de-camaron-en-2021/#:~:text=Ecuador-supero-los-USD-5.000-millones-en-exportacion-de-camaron-en-2021,--Ene-2022&text=El-camaron>
- DATATUR. (2020). *Glosario*. Obtenido de DATATUR:  
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- ECOTEC. (2020). *Introducción al Turismo*. Obtenido de ECOTEC:  
[https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2020A1\\_TUR162\\_01\\_136180.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2020A1_TUR162_01_136180.pdf)
- Equipo Editorial. (2020). *Enfoque de la investigación: tipos y características*. Obtenido de LIFEDER: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
- FAO. (1997). *Portal Terminológico de la FAO*. Obtenido de <https://www.fao.org/fishery/es/aquaculture>
- Ferrando, G. (1993). *La encuesta como técnica de investigación*. Obtenido de Unidad Docente Multiprofesional:  
<http://www.unidaddocentemfyciaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Fundación Ciudadanía y Desarrollo. (2021). *La economía ecuatoriana registra un crecimiento sostenido*. Obtenido de Ciudadanía y Desarrollo:  
<https://www.ciudadaniaydesarrollo.org/2021/12/03/la-economia-ecuatoriana-registra-un-crecimiento-sostenido/>

- Garrido, C. (2020). *Beneficios del Turismo para el país*. Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador: <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/#:~:text=El-turismo-aporta-con-cerca,actores-del-turismo-en-Ecuador.>
- Glusckman. (1935). *Turismo*. Obtenido de Camara de Diputados: [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/d\\_turismo.htm#\[Citar-como\]](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#[Citar-como])
- Gonzales, M. (2009). *Turismo para Agentes Emprendedores de Negocios en PyMes*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/268515567\\_Turismo\\_para\\_Agentes\\_Emprendedores\\_de\\_Negocios\\_en\\_PyMES](https://www.researchgate.net/publication/268515567_Turismo_para_Agentes_Emprendedores_de_Negocios_en_PyMES)
- Machado, H. (2007). *Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba*. Obtenido de Universidad de la Rioja: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463.pdf>
- MINCETUR. (2014). *Manual para la Planificación de Productos Turísticos*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2002). *Ley del Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Rendición de Cuentas 2020*. Obtenido de Ministerio de Turismo Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacion-Informe-de-Rendicion-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Mongenroth. (1929). *Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/270/3381#:~:text=El-turismo-es-una-actividad-que-lleva-el-trafico-depersonas,genero-proximo-y-su-diferencia-especifica.>
- OMT. (1994). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Universidad Tecnológica Nacional Carreras de Turismo y Hotelería: <http://www.utntyh.com/wp->

content/uploads/2011/09/Introduccion-al-turismo-OMT.pdf

OMT. (2009). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

OMT. (s.f.). *Desarrollo del Producto*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Segun-la-definicion-de-la,de-interes-que-representa-la>

ONUDI. (s.f.). *Guia de Recursos Eficientes y Produccion mas Amplia Sector Camaronero*. Obtenido de Organizacion de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial: <https://open.unido.org/api/documents/13020765/download/Guia-para-la-eficiencia-de-recursos-y-produccion-mas-limpia-en-el-sector-camaronero.pdf>

Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Desarrollo de Productos*. Obtenido de OMT: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>

Reguero, D. (1994). *Ecoturismo: Nuevas formas de turismo en el espacio rural*.

Revista Gestion Digital, Seccion Economía y Finanzas. (Octubre de 2021). *El turismo en el Ecuador aun esta lejos de recuperarse*. Obtenido de Revista Gestion Digital: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-turismo-en-el-ecuador-aun-esta-lejos-de-recuperarse>

Ricaurte, C. (2019). *Manual para el Diagnostico Turistico Local*. Obtenido de Escuela Superior Politecnica del Litoral: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1656477501&Signature=>

Rivera, M. (2013). *Turismo experiencial como una forma de turismo responsable e intercultural*. Universidad de La Rioja.

Sampieri, R. H. (1991). *Metodologia de la Investigacion*. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata: <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Sistema Turistico. (s.f.). Obtenido de Sistema Turistico: <https://sistema-turistico.site123.me/teorias-del-sistema-turistico/el-sistema-turistico-segun-roberto-bullon>

Socateli, M. (2013). *Mercadeo Amplio al Turismo*. Obtenido de Universidad para la Cooperacion Internacional: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

## Apéndices

### Apéndice A. Formato de la encuesta

#### 1 ENCUESTA

Esta encuesta es una herramienta que se utilizara para la recolección de datos para un proyecto de tesis con el tema:

**“Diseño de un Producto Turístico para la Camaronera Klinbac S.A.”**

Por favor conteste las siguientes preguntas según su criterio

1.- Genero

Femenino

Masculino

2.- Edad

18-24

25-31

32-38

39-45

46-51

52-57

58-63

3.- Nacionalidad

Ecuatoriano (a) \_\_\_\_\_

Extranjero \_\_\_\_\_

4.- Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

1 a 2 veces al año

3 a 4 veces al año

más de 5 veces al año

5.- con quien suele realizar sus viajes?

Solo

amigos

familia

pareja

6.- Preferencia de actividades durante su viaje?

Sol y playa  deportes acuáticos   
lugares de naturaleza  Gastronomía   
religión  caminata   
pesca  Prácticas de cultivo o cosecha

7.- le gustaría realizar turismo vivencial?

Si  no

8.- ¿Conoce usted el proceso de una camaronera para obtener su producto final que es el camarón?

Si  no

9.- ¿le gustaría visitar una camaronera para conocer el proceso de crianza y cultivo de camarón?

Si  no

10.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por realizar un recorrido en una camaronera, en la que se realizaran actividades como proceso de siembra, alimentación, ¿transporte en bote desde Guayaquil hasta la camaronera, elaboración y degustación de ceviche de camarón con los productos de camarón recolectados por usted en la camaronera?

\$30 - \$35  \$40 - \$45   
\$50 - \$55  otro

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**, con C.C: # **0927289595** autora del trabajo de titulación: **Diseño de Producto Turístico para la Camaronera Klinbac S.A.**, 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, a los 20 del mes de septiembre del año 2022**

---

**Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth**

**C.C: 0927289595**



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Diseño de Producto Turístico para la Camaronera Klinbac S.A.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Zalamea Arreaga, Doménica Elizabeth</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Segura Ronquillo, Shirley Carolina</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>20 de septiembre del 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>62</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Turismo Vivencial, Recursos Naturales, Ecoturismo</b>		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	<b>Producto Turístico, Camaronera, Turismo Vivencial, Turista, Atractivo Turístico</b>		
<b>RESUMEN:</b>	<p>La presente investigación tiene como objetivo principal diseñar un producto turístico para la camaronera Klinbac S.A. como alternativa para un turismo vivencial, dentro de la cual se podrá hacer avistamiento de aves y se dará a conocer el proceso del cultivo y desarrollo del camarón. La metodología que orientó esta investigación fueron la investigación descriptiva, el enfoque cuantitativo, el método deductivo, aplicando el alcance descriptivo para poder determinar mediante las encuestas las características o perfiles de los demandantes. Se realizó un análisis situacional para evidenciar las condiciones físicas del sitio y se aplicaron 384 encuestas para determinar el perfil del cliente. Entre los principales hallazgos se encontró que el perfil demandante es de género masculino, con una edad comprendida entre los 32 y 38 años, quienes realizan actividad turística entre 1 y 2 veces al año en compañía de su familia. Con estas encuestas también se pudo determinar el costo del producto en base a los resultados de las mismas. Como punto final se pudo desarrollar el diseño de producto turístico en base a las necesidades del turista.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>SI</b>	<input type="checkbox"/> <b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-939865965	<b>E-mail:</b> dzalamea8590@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Knezevich Pilay Teresa Susana		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<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>			