



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

TEMA:

**Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia
Manglaralto.**

AUTOR (ES):

**Abudeye Luna, Lesly Nathalie
Bohórquez Cantos, Nelly Cristina**

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

TUTOR:

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 15 días del mes de marzo del año 2019



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Abudeye Luna, Lesly Nathalie y Bohórquez Cantos, Nelly Cristina, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR (A)

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 15 días del mes de marzo del año 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Abudeye Luna, Lesly Nathalie

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto, 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 15 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA

Abudeye Luna, Lesly Nathalie



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Bohórquez Cantos, Nelly Cristina

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto, 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 15 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA

Bohórquez Cantos, Nelly Cristina



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Abudeye Luna, Lesly Nathalie

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 acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA:

Abudeye Luna, Lesly Nathalie



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Bohórquez Cantos, Nelly Cristina

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 acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA:

Bohórquez Cantos, Nelly Cristina



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

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado, **Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto**, presentado por las estudiantes **Abudeye Luna, Lesly Nathalie y Bohórquez Cantos, Nelly Cristina**, 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	TT.- Abudeye_Bohorquez.docx (D47668557)
Presentado	2019-02-06 15:15 (-05:00)
Presentado por	Karla Ramirez (karla.ramirez83@gmail.com)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.urkund.com
	0% de estas 77 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
TUTOR**

Agradecimiento

Agradezco ante todo a Dios por darme la fuerza, sabiduría y entendimiento para lograr una meta más en mi vida, tanto personal como profesional. A mi mamá, María del Carmen Luna Coronel y mi papá Carlos Medardo Abudeye Vélez, por ser mis pilares fundamentales, por brindarme siempre su apoyo incondicional, por siempre estar ahí cuando más los necesitaba a lo largo de la carrea y sobre todo por ser mi ejemplo a seguir ya que son unos verdaderos guerreros que nunca se rinden a pesar de cualquier adversidad y me han enseñado siempre que hay que luchar por lo que se quiere con esfuerzo y dedicación. Todo se puede en esta vida. Gracias a mis hermanos, Jahir Eduardo Abudeye Luna, por ayudarme a corregir algunos detalles en el archivo, por conversar conmigo acerca de las ideas del proyecto y darme tips acerca de las normas APA. Y a Yasser Badith Abudeye Luna por siempre darme ánimos y creer en que lo podía lograr.

Gracias a una de las personas más importantes que pude conocer en este proceso, Nelly Cristina Bohórquez Cantos, ya que tuvimos la oportunidad de ser amigas desde el preuniversitario. Gracias por estar siempre en cada momento, en las buenas y en las malas, por darme siempre ese apoyo incondicional, por ser parte de esta experiencia de crecimiento personal y profesional. Gracias por confiar en que podíamos hacer el trabajo de titulación juntas, gracias por la paciencia y la dedicación que pusimos en este trabajo, y sobre todo gracias por ser mi persona.

Te amo.

Gracias a mi tutora y una de las mejores maestras que tiene la carrera, Karla Ramírez Iñiguez, por su gran paciencia, por cada momento en que la sacaba de quicio por algunos errores a veces horrores que salían en el proyecto, gracias infinitas por siempre corregir hasta el más mínimo detalle y hacerme caer en cuenta de los errores sea cual sea, gracias por sus consejos siempre tan precisos que me servirán para toda la vida.

Gracias a mis primos, Leonor Bedoya, Kevin Vázquez y Amhir Vázquez, que de alguna manera me ayudaron cuando necesitaba de alguna idea para el proyecto. A mis tías Ingrid Luna y Rosario Abudeye, por siempre alimentarme y preocuparse por mi salud.

Gracias a Nelly Cantos, Boris Bohórquez y Karina Tumbaco por siempre estar pendientes, alimentarme y ayudarme en todo momento mientras realizábamos el proyecto de tesis.

Gracias a mi mejor amiga, Andrea Belén Calderón Mendoza, por apoyarme en todo momento, a mis APS; Karen H., Andrea M., Andrea A., Mariuxi C., Virginia V., Lourdes M., Melisa C., Amy O., Jennifer L., y Rudy S., por estar pendientes, darme ánimos y desestresarme con cada ocurrencia cuando conversamos.

Por último, gracias a todas las personas que aportaron con su granito de arena para que este proyecto de titulación se haya podido desarrollar con mucha dedicación y empeño.

“Bebe, danza, sueña, siente que el viento ha sido echo para ti. Vive, escucha y habla usando para ello, el corazón...” *Molinos de viento - Mägo de Oz*

Lesly Nathalie Abudeye Luna

DEDICATORIA

A mis padres María del Carmen Luna Coronel y Carlos Medardo Abudeye Vélez, por su apoyo incondicional, su amor, dedicación, ejemplo y por acompañarme, aunque a la distancia, en todo momento y más aún en este proceso de crecimiento profesional, siempre los llevo presente en mi mente y mi corazón.

A mi abuelita Dorita, Olga Inés Vélez Morán, porque a pesar de que no esté conmigo físicamente la llevo en mi corazón siempre y sé que está orgullosa de mi por cada logro, y este se lo dedico muy especialmente a ella ya que siempre quiso vernos crecer profesionalmente.

A mi persona, amiga y compañera de tesis, Nelly Cristina Bohórquez Cantos, por su paciencia, apoyo incondicional y amor con la que hicimos cada parte de este proyecto de tesis.

A mis hermanos, Jahir y Yasser Abudeye, por estar pendientes siempre de mí.

A mis abuelitos, mi mami Angelita; Angela María Coronel y mi papi Yayo; Segundo Eduardo Luna Martínez, porque han sido parte fundamental en mi vida diaria siempre aconsejándome.

A mi familia Abudeye Luna y a mis amigos en especial a mis APS.

Lesly Nathalie Abudeye Luna

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por guiarme y cuidarme en cada paso que doy, por darme paciencia, paz, por siempre cuidar de toda mi familia, por haber elegido a estos seres maravillosos que son mis papas; Nelly Maribel Cantos Loor y Boris Humberto Bohórquez Ruiz, que cada día me llenan de más amor del que me podría imaginar. Gracias a ellos que nunca me han abandonado y que siempre me cuidan, protegen, guían, aman y todo. Gracias a ellos soy quien soy, y esta es la mejor versión de mí, hasta ahora. En unos días ya seré libre y podre recuperar todo el tiempo que he estado ausente.

Gracias a mi hermano, Boris Santiago Bohórquez Cantos, aunque no conversemos siempre, cada que lo hacemos me hace reír, me apoya y se alegra por cada paso que doy. Estoy muy orgullosa de ti piojo.

A mi Kari que nos ha acompañado casi cada mañana cuidando de nosotras, viendo como peleamos o reímos.

A mi mejor amigo, aunque estemos lejos, sabemos que estamos ahí el uno para el otro, listos para mandar el siguiente meme, para chismear o retornos.

Gracias a mis profesores de la universidad, su guía y su amor por la carrera me han inculcado grandes valores y conocimientos que me transformarán en una excelente profesional.

A nuestra tutora de tesis que me ha aguantado como solo unos padres podrían hacerlo, con cada tilde o “ñ” que me ha faltado, por divagar, por mis preguntas “únicas”, por cada consejo y retada. Gracias de corazón por aguantarnos y querernos a pesar de todo, espero que este muy orgullosa de nosotras. La aprecio mucho.

A todos los que nos ayudaron en este proceso, en cada duda, información, aventón, permisos, todo... muchas gracias.

Sobre todo, gracias a mi mejor amiga, compañera de tesis, mi persona, Lesly Abudeye, gracias por tu paciencia, por tu amor, por tus locuras, por tus consejos, por tu guía, por creer que todo es posible, por retarme, por aguantar mis indecisiones, por cada alegría y carcajada que me has sacado, por todo. Tú me haces una mejor persona y estoy muy orgullosa de ti. Te amo.

Nelly Cristina Bohórquez Cantos

DEDICATORIA

Este fruto de todo mi esfuerzo y amor se lo dedico a toda mi familia por creer en mí, gracias por dejarme soñar tanto y por cuidar a mis hijos; Alana, Bonnie, Krusty, Isis, Molly, Bartolomeo, Amelia y ahora a Max. Ellos me llenan de tantas emociones que han sido uno de los pilares que me han mantenido cuerda durante este proceso.

A mi mamá, por cada consejo, llanto, tequila, comida y entre mil cosas más que me han mantenido a flote cada día de mi vida, eres mi bolita de cristal y la mejor madre de todo el universo, gracias por amarme incondicionalmente y aguantar mis locuras.

A mi papá, mi super genio y el amor eterno de mi vida, cada abrazo tuyo me llena el corazón como no tienes ni idea, cada risa y locura que se nos ocurre me encanta, eres mi orgullo e inspiración en este proyecto, te amo.

A mi piojo, estoy tan orgullosa de la calidad de persona que eres. Espero que esto sea una motivación para seguir tus sueños.

A Lesly, que con su hermoso corazón me ha enseñado tantas cosas buenas y me ha apoyado en cada paso que he dado desde que conversamos en el bus en el viaje a naranjal.

Nelly Cristina Bohórquez Cantos



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTOR

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

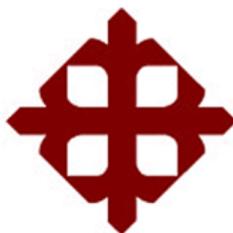
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. José Medina Crespo, Mgs.

OPONENTE



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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Abudeye Luna Lesly Nathalie	
Bohórquez Cantos Nelly Cristina	

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTOR

Índice General

Tabla de Contenido

Introducción	2
Planteamiento del problema	3
Pregunta de investigación.....	3
Justificación.....	4
Antecedentes	5
Objetivos.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
Capítulo 1.....	7
Marcos de la Investigación	7
Marco Teórico	7
Teoría de los Sistemas Turísticos	7
Modelo de Sergio Molina	11
Teoría de los Sistemas Turísticos	12
Marco conceptual.....	14
Turismo	14
Acuicultura.....	14
Acuícola	14
Acuicultura.....	15
Turismo experiencial.....	15
Visitantes internos.....	15
Visitantes.....	15
Visitante interno.....	15
Actividad (principal).....	16

Actividad (productiva)	16
Actividad/actividades.....	16
Actividades características del turismo.....	16
Establecimiento.....	16
Gasto turístico	17
Turismo interno.....	17
Turismo nacional	17
Turismo receptor.....	17
Turista (o visitante que pernocta).....	17
Viaje/viajero.....	17
Viaje en un grupo.....	18
Viaje turístico.....	18
Viaje turístico interno	18
Visita	18
Visitante	18
Visitante de negocios	18
Visitante del día (o excursionista).....	18
Visitante internacional	19
Visitante interno.....	19
Turista	19
Excursionista.....	19
Comunidad.....	19
Desarrollo.....	20
Atractivo turístico	20
Comunidad receptora.....	20
Equipamiento e instalaciones.....	20
Superestructura	20

Turismo mariner.....	21
Turismo creativo	21
Oferta de servicios	22
Infraestructura	22
Demanda	22
Atractivos	22
Marco referencial.....	23
La acuicultura en el Ecuador.....	23
Organismos reguladores de la acuicultura del Ecuador	24
Cámara Nacional de Pesquería (CNP).....	24
Cámara Nacional de Acuicultura (CNA)	25
Instituto Nacional de Pesca.....	25
Programa De Desarrollo Económico Con Enfoque Territorial En La Zona Sur Occidental De El Salvador: Acuicultura Y Turismo.....	26
Jornada Turismo, Naturaleza, Pesca y Acuicultura	28
Marco legal	30
Constitución de la República	30
Reglamento general de la ley de turismo	34
Ley de Turismo	34
Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales.....	37
Reglamento para los centros turísticos comunitarios.....	41
Plandetur Ecuador al 2020	42
Capítulo 2.....	44
Diagnóstico del sistema turístico de la comuna Río Chico	44
Datos generales	44
Oferta de servicios	45
Infraestructura de servicios básicos.	47

Gobernanza	48
Comunidad receptora	49
Atractivos	50
Capítulo 3.....	52
Desarrollo de estudio de mercado.....	52
Diseño de la investigación	52
Tipo de investigación.....	52
Investigación de Campo.....	52
Investigación exploratoria.....	52
Investigación descriptiva.....	53
Técnica de recolección de datos	53
Observación directa.....	53
Entrevista	54
Desarrollo de la entrevista	54
Resumen de la entrevista.....	58
Encuesta	59
Población.....	59
Muestra	60
Resultado de las encuestas.....	61
Conclusión de las encuestas realizadas.....	75
Capítulo 4.....	76
Diseño del Producto Turístico Acuícola.....	76
Diseño del producto de acuerdo con los Elementos del Sistema Turístico	76
Señalización Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador.....	77
Análisis financiero	80
Escenarios	82
Conclusión del análisis financiero	83

Resumen del diseño	83
Ficha de diseño del producto turístico acuícola:.....	84
Información del producto.....	85
Ubicación	89
Ubicación del terreno	90
Marketing Mix	93
Estrategia de comercialización y promoción del producto.....	94
Conclusión	96
Recomendaciones	97
Referencias Bibliográficas.....	98
Glosario	105
Apéndices.....	109

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Elementos del sistema turístico. Adaptado de <i>Organización Mundial de Turismo</i> . 2013	8
<i>Figura 2.</i> Modelo propuesto de Sergio Molina. Adaptado de: <i>Teoría general del turismo</i> , por Pérez & Villa, 2011	11
<i>Figura 3.</i> Logo de la Cámara Nacional de Pesquería del Ecuador. Tomado de la página web de: <i>Cámara Nacional de Pesquería</i> , en visita realizada noviembre del 2018....	24
<i>Figura 4.</i> Logo de la Cámara Nacional de Acuicultura del Ecuador. Tomado de la página web de: <i>Cámara Nacional de Acuicultura</i> , en visita realizada noviembre del 2018.....	25
<i>Figura 5.</i> Logo de la Instituto Nacional de Pesca del Ecuador. Tomado de la página web de: <i>Acuicultura y Pesca</i> , en visita realizada noviembre del 2018.	25
<i>Figura 6.</i> Portada del Informe Final Acuicultura y Turismo FUNDES del Salvador. Tomado de la página web de: <i>FUNDES, Programa de Desarrollo Económico con Enfoque Territorial en la Zona Suroccidental de El Salvador: Turismo y Acuicultura</i> , en visita realizada noviembre del 2018.....	26
<i>Figura 7.</i> Logo de la Jornada Turismo, Naturaleza, Pesca y Acuicultura. Tomado de la página web de: <i>Grupo de Acción Local do sector Pesquero Cimacanarias</i> , en visita realizada noviembre del 2018.	28
<i>Figura 8.</i> Mapa de la Parroquia Manglaralto, tomada de <i>la Dirección provincial MAGAP</i> , en visita realizada en enero del 2019.....	45
<i>Figura 9.</i> Hostería “Puerto del Sol” ubicada en la comuna Río Chico, tomada de página <i>Plusvalias.com</i> visita realizada el 5 de marzo del 2019.....	46
<i>Figura 10.</i> Río Chico Beach Resort foto tomada de <i>página web del complejo</i> , el 5 de marzo del 2019.....	46
<i>Figura 11.</i> Mantenimiento en vías principales de la comuna Río Chico, foto tomada de <i>El Diario La Primera</i> , reportaje del 13 de julio del 2017.	47

<i>Figura 12.</i> Entrega de Mejoramiento de Comuna Río Chico, tomado de <i>página web GAD Parroquial Manglaralto</i> , en visita realizada enero 2019.....	48
<i>Figura 13.</i> Reunión en comuna Río Chico con participación artística de jóvenes pertenecientes a la comuna, foto tomada de: <i>página web del GAD Parroquia Manglaralto</i> , en visita realizada enero 2019.....	50
<i>Figura 14.</i> Mingas de recolección de basura en la parroquia Manglaralto, con participación de los estudiantes de los colegios. Foto tomada de: <i>página web del GAD Parroquia Manglaralto</i> , en visita realizada enero del 2019.	50
<i>Figura 15.</i> Vista amplia hacia la playa de la comuna Río Chico, tomada de: <i>página web Ocean View Hills</i> , en visita realizada en enero del 2019.....	50
<i>Figura 16.</i> Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, tomada de: <i>página web Padresam</i> , en visita realizada el 5 de marzo del 2019.	51
<i>Figura 17.</i> Edad de los encuestados.....	61
<i>Figura 18.</i> Género de los encuestados.	62
<i>Figura 19.</i> Tipo de turista que visita Río chico.	63
<i>Figura 20.</i> Lugar de residencia de los encuestados	64
<i>Figura 21.</i> Encuestados que viajan a la provincia de Santa Elena.....	65
<i>Figura 22.</i> En compañía de quien viajan los encuestados	66
<i>Figura 23.</i> Frecuencia de visita al norte de Santa Elena.....	67
<i>Figura 24.</i> Época de visita de los encuestados	68
<i>Figura 25.</i> Motivo para hacer turismo en Santa Elena	69
<i>Figura 26.</i> ¿Conocen los encuestados la comuna de Río Chico?	70
<i>Figura 27.</i> ¿Conocen los encuestados que es el turismo acuícola?	71
<i>Figura 28.</i> Interés para realizar turismo acuícola en la comuna de Río Chico.....	72
<i>Figura 29.</i> Precio sugerido por los encuestados	74

<i>Figura 30.</i> Ejemplos de Pictogramas de Restricción. Tomado del <i>Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011</i> . Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.....	77
<i>Figura 31.</i> Ejemplo de pictograma con poste. Tomado del <i>Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011</i> . Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.	78
<i>Figura 32.</i> Ejemplo de Señalética en atractivo, pictograma. Tomado de la <i>Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador, 2017</i> . Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.	78
<i>Figura 33.</i> Ejemplo de Señalización de aproximación informativa de destino. Tomado del <i>Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011</i> . Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.	79
<i>Figura 34.</i> Ejemplo de Señal de madera de aproximación. Tomado de la <i>Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador, 2017</i> . Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.	79
<i>Figura 35.-</i> Ciclo de vida del camarón Peneido, tomado del <i>Manual de Laboratorio para el Cultivo de Larvas de Camarón Peneido (1993)</i>	87
<i>Figura 36.-</i> Logo de empresas asociadas, donde se propone realizar el proyecto.	89
<i>Figura 37.-</i> Mapa Camaroneras Tomado del <i>GAD de Santa Elena</i> , visita realizada al municipio de Santa Elena, noviembre 2018.....	90
<i>Figura 38.-</i> Planos de Laboratorio de larvas, tomado de: <i>Calinauplio S.A.,2018</i>	91
<i>Figura 39.-</i> Planos para nueva área para turismo acuícola hecho por el <i>Ing. Boris Bohórquez, 2018</i>	92
<i>Figura 40.-</i> Plantilla para promoción de producto Turístico Acuícola, 2019.....	94
<i>Figura 41.-</i> Logo del Producto elaborado por <i>Ericka Castro Montoya encargada de marketing de la empresa Calinauplio</i> , enero 2019.....	95
<i>Figura 42.-</i> Prototipo para APP de la empresa Calinauplio del <i>Ing. Boris Bohórquez, 2018</i>	95

Figura 43.- Demostración gafas de realidad virtual tomada de la página de: *Samsung*, en visita realizada a la página web, 2018..... 95

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Género de los Encuestados</i>	61
Tabla 2 <i>Tipo de Turista que Visita Río Chico</i>	62
Tabla 3 <i>Lugar de Residencia de los Encuestados</i>	63
Tabla 4 <i>Encuestados que Viajan a la Provincia de Santa Elena</i>	64
Tabla 5 <i>En Compañía de Quien Suelen Viajan los Encuestados</i>	65
Tabla 6 <i>Frecuencia de Visita al Norte de Santa Elena</i>	66
Tabla 7 <i>Época de Visita de los Encuestados</i>	67
Tabla 8 <i>Motivo para Hacer Turismo en Santa Elena</i>	69
Tabla 9 <i>¿Conocen los Encuestados la Comuna de Río Chico?</i>	70
Tabla 10 <i>¿Conocen los Encuestados que es el Turismo Acuícola?</i>	71
Tabla 11 <i>Interés para Realizar Turismo Acuícola en la Comuna de Río Chico</i>	72
Tabla 12 <i>Precio Sugerido por los Encuestados</i>	73

Índice de Apéndices.

Apéndice A. Ficha de caracterización turística de comunidades	109
Apéndice B. Formato de encuesta.....	118
Apéndice C. Inversión Inicial	121
Apéndice D. Balance Inicial	123
Apéndice E. Depreciación.....	123
Apéndice F. Sueldos año uno.....	124
Apéndice G. Incremento anual de precios y ventas	125
Apéndice H. Ingresos del escenario optimista	125
Apéndice I. Detalles de gastos	128
Apéndice J. Costos operacionales	131
Apéndice K. Estado de resultados.....	133
Apéndice L. Flujo de caja	134
Apéndice M. Evaluación Financiera	135
Apéndice N. Ratios Financieros.....	135
Apéndice O. Escenarios.	136

Resumen

Río Chico es una comunidad perteneciente a la provincia de Santa Elena, es un lugar muy transitado por turistas que viajan hacia el norte por la ruta Spondylus, siendo este un lugar muy transitado se ha convertido en una comuna de paso para llegar a lugares turísticos como Montañita, Olón, Puerto López, Manta, entre otros.

Debido a que los turistas desconocen la ubicación, el siguiente proyecto busca crear un producto turístico acuícola experiencial. Además, se busca crear un valor agregado a uno de los productos estrella que exporta el Ecuador el cual es reconocido a nivel mundial por su excelente sabor y producción; el camarón.

Para dicho proyecto se tuvo en cuenta distintas investigaciones acerca de la acuicultura en el Ecuador, el turismo en general y actividades de turismo acuícola que se realicen en otras partes del mundo. Mediante la ficha de “Caracterización Turística de Comunidades” del Manual para el Diagnóstico Turístico Local (Ricaurte Quijano, 2009), se procedió a analizar las condiciones en la que se encuentra la comuna Río Chico. También se utilizó una entrevista a un Ingeniero Acuicultor y encuestas como herramientas metodológicas para conocer si estuviesen interesados en esta propuesta, y con toda la información recolectada se obtuvo el perfil del visitante y elementos a tomar en cuenta al momento de diseñar el producto de excursión de turismo acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto.

Palabras claves: Comuna de Río Chico, turismo acuícola, turismo experiencial, producto turístico.

Abstract

Río Chico is a community belonging to the province of Santa Elena, is a very busy place for tourists who travel north on the route Spondylus, being this a busy place, it has become a commune in passing to reach tourist places such as Montañita, Olón, Puerto Lopez, Manta, among others.

Because tourists are unaware of the location, the following project seeks to create an experiential aquatic tourism product. In addition, it seeks to create an added value to one of the flagship products exported by Ecuador which It is recognized worldwide for its excellent taste and production; the shrimp.

This project considered various research on aquaculture in Ecuador, tourism in general and aquaculture tourism activities in other parts of the world. By means of the "tourist characterization of communities" form of the Manual for the Local Tourist Diagnostic (Ricaurte Quijano, 2009), We proceeded to analyses the conditions in which the commune Río Chico is located. An interview with an aquaculture engineer and surveys as methodological tools was also used to know if they were interested in this proposal, and with all the information collected was obtained the profile of the visitor and elements to be considered when designing the product of excursion of aquatic tourism in the commune Río Chico of the parish Manglaralto.

Keywords: Río Chico Commune, aquaculture tourism, experiential tourism, tourist product.

Introducción

El Ecuador es un país productor acuícola, el cual principalmente desarrolla sus cultivos a base de camarón blanco y tilapia. El camarón ocupa el primer puesto de los productos no petroleros, que se exportan en el país principalmente en la región Costa, donde se concentra la mayor producción a nivel nacional. Además, Ecuador es el segundo exportador de crustáceos y moluscos a nivel mundial.

Siendo la costa uno de los puntos principales donde se realiza la acuicultura en el país podemos decir que también es uno de los lugares favoritos para ir a pasear, conocer y aventurarse de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Con puntos como estos, se fusionará uno de los productos de exportación más importantes, con la actividad turística, teniendo como resultado el turismo acuícola, centrándose en una de las comunidades pertenecientes a la provincia de Santa Elena.

La comunidad Río Chico pertenece a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. La comuna limita al norte con la parroquia Manglaralto, al Sur con la comuna Cadeate, al este la comuna Pajiza y al oeste con el Océano Pacífico.

Al momento de diseñar el producto se tomó en cuenta tendencias y factores importantes para el mercado objetivo y factores claves en la producción del camarón, basándose en el turismo experiencial, donde los turistas podrán conocer y ser parte de un nuevo tipo de turismo nunca vista en el país, el cual los atraerá a conocer un poco más acerca del proceso de uno de los productos estrella del Ecuador.

Planteamiento del problema

Actualmente, la comuna Río Chico, perteneciente a la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, no cuenta con un atractivo que lo caracterice como lo tiene Cadeate al ser reconocido por la elaboración de panes o Montañita la cual es mundialmente reconocida por ser la sede de competencias internacionales de surf.

Siendo la Ruta Spondylus unas de las rutas más recorridas turísticamente por turistas nacionales como extranjeros, la idea de crear algo innovador y atractivo que le dé un plus a el producto que ocupa el primer lugar de las exportaciones no petroleras del Ecuador, siendo el Ecuador el segundo país con la mayor producción de camarón a nivel mundial,

Pregunta de investigación

¿De qué manera, permitirá diversificar la oferta turística de Río Chico crear un producto turístico que se base en la producción del camarón?

Justificación

En el Ecuador no existe un producto turístico enfocado al camarón, el cual, desde enero a septiembre de 2017 “representa el 25% del total de la exportación no petrolera, siendo el primer producto que se envía al exterior seguido del banano con el 22%” (Ministro de Comercio Exterior), además, de que el Ecuador es el “segundo país con mayor producción y exportación de camarón del mundo” (Campana Sáenz, 2017). Por lo que la idea de diseñar este producto turístico es atractivo e innovador no solo para los turistas, sino también para los productores que son los encargados de generar millones de divisas al año y miles de plazas de trabajo, lastimosamente no todos los reconocen con la misma grandeza que el cacao que se convirtió en un producto turístico en varias haciendas cacaoteras realizando recorridos donde se conoce su plantación, producción, recolección y posterior transformación para producir el famoso cacao ecuatoriano de fino aroma.

Adicional a ello, el Ing. Luis Falconí Tello Viceministro de Turismo, en la última reunión que sostuvo con la academia de la ciudad de Guayaquil, expresó la necesidad de darle un valor agregado a los productos que se exportan en el país, el cual es justo la intención de este proyecto que creara afinidad y valoración al producto acuícola, además de participar de algunos procesos, aprender y conocer sobre tan mundialmente reconocido producto.

Antecedentes

De acuerdo con los Movimientos Internos: GEOVIT (MinTur), en el 2018 el Ecuador recibió a 112'153.552 millones de turistas, 1'226.330 millones de los turistas pernoctaron en Santa Elena, de los cuales 615.128 mil provienen de la ciudad de Guayaquil, encabezando la lista. Según el informe de Contribución Económica Directa del Turismo (MinTur, 2017), en el 2015 el turismo aportó con \$1'334.934 millones de dólares al PIBDT (Producto Interno Bruto Directo Turístico) y \$1'212.989 millones de dólares al VABDT (Valor Agregado Bruto Directo Turístico). Dichos datos corroboran que el turismo contribuye de manera directa el 2% al PIB del Ecuador, e ingresa \$2'392.1 millones de dólares de divisas en turismo receptor.

Mientras que de acuerdo con (The Observatory of Economic Complexity, 2017) los principales exportadores de crustáceos y moluscos son India, Canadá, Ecuador, Indonesia y China, por lo cual no es de sorprenderse de que el camarón ocupe el segundo lugar en las exportaciones no petroleras, seguidas del banano. En la actualidad, la acuicultura está dominando en los países de Asia y del Océano Pacífico. China recibe el 62% de la producción de camarón ecuatoriano. Sin embargo, el Ministerio de Comercio Exterior indicó que; desde enero a septiembre de 2017 el camarón “representa el 25% del total de la exportación no petrolera, siendo el primer producto que se envía al exterior seguido del banano con el 22%”, además, de que el Ecuador es el “segundo país con mayor producción y exportación de camarón del mundo” (Campana Sáenz, 2017).

El Instituto Nacional de Pesca del país, es el encargado del área acuícola, orientado a la búsqueda de la diversificación de los productos obtenidos gracias a esta actividad acuícola. Cabe recalcar que este organismo representa al gobierno nacional en la investigación bioacuática.

En el 2001 los precios del camarón ecuatoriano cayeron un 22% aproximadamente debido principalmente al virus de la mancha blanca que afectó brutalmente a los productores ecuatorianos. A partir del 2003 los precios aumentaron año a año llegando así al 2018 donde se exportaron 1.100 millones de libras de camarón lo cual representa \$3.198.715.523 millones de dólares. Datos según la Visión general del sector acuícola nacional Ecuador (FAO, 2006)

Objetivos

Objetivo general

Diseñar el producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto, para generar una nueva oferta turística en este destino.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar el sistema turístico de la comuna Río Chico para identificar las potencialidades de turismo acuícola presentes.
2. Desarrollar un estudio de mercado para analizar las necesidades y expectativas de los turistas que transitan por Río Chico
3. Diseñar el producto turístico acuícola en la comuna Río Chico, basado en los recursos presentes en la comunidad y las necesidades detectas de los turistas para generar una nueva oferta en este destino.

Capítulo 1

Marcos de la Investigación

Marco Teórico

Teoría de los Sistemas Turísticos

Según la Organización Mundial del Turismo, dice que el sistema turístico es “El resultado de las relaciones entre diferentes factores que debe ser considerada desde una óptica sistémica compuesta de cuatro elementos: los operadores, la oferta, la demanda y el espacio geográfico” (1988). Esto se refiere a que la actividad turística es un resultado particular de interrelaciones de distintos factores que se debe considerar en conjunto con los elementos que se van a ir relacionando entre sí evolucionando dinámicamente.

Según la Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial de Turismo, 2013) el sistema turístico se compone de cuatro elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. Por su parte Bullon propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades.

Los cuatro elementos principales básicos en el concepto de actividades turísticas son:

- La demanda.
- La oferta.
- Las operadoras del mercado.
- El espacio geográfico.



Figura 1. Elementos del sistema turístico. Adaptado de *Organización Mundial de Turismo*. 2013

Por su parte Bullon propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades.

- **La demanda:** es el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que se viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación. Desde un punto de vista socioeconómico, la demanda está determinada por la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas. En contrapartida las sociedades con grandes polarizaciones en la concentración de la riqueza generarán una demanda turística limitada o restringida.
- **La oferta:** es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la plata turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico).

- **Los recursos y atractivos turísticos:** son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor.
- **La planta turística:** son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.
- **La infraestructura:** son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local, pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible. Estos son las carreteras, los ferrocarriles, los puertos, los aeropuertos, las comunicaciones, las redes de energía, las de agua potable y residual, los sistemas de recogida de residuos, etc. Algunos autores hacen la distinción entre infraestructura e infraestructura de apoyo, refiriéndose a la primera como aquellos elementos estáticos y a la segunda como los que se van transformando de acuerdo con las necesidades.
- **Los elementos institucionales:** son la legislación turística en general, los entes de turismo públicos, privados o mixtos, las acciones de promoción, la facilitación a empresas privadas, es decir, toda aquella actividad que realiza el sector público en materia de turismo. Este elemento también es denominado como superestructura y es el encargado velar por el buen funcionamiento en general de todo el sistema. De esto se deduce que cuanto más importante sea la actividad turística para la región, más fuerte y eficiente debería ser la superestructura que gestione dichos territorios.
- **Interacciones:** Tal como se mencionó, el sistema turístico es un sistema dinámico y flexible y esto no solo se debe a la naturaleza de sus componentes, sino que dichas características se deducen de la interacción entre dichos componentes. Así, esta interacción se da de manera natural, aunque dependiendo del destino analizado, dicho dinamismo se presentará en mayor o menor medida. Esto último depende de muchos factores, tanto internos como externos.

- **La fase de desarrollo del destino:** si el destino se encuentra en una fase inicial puede presentar cierta rigidez a nivel estructural o social. En cambio, si es un destino consolidado puede presentar un sistema turístico muy dinámico. En contrapartida si se encuentra en decadencia puede evolucionar degenerativamente hacia la rigidez. En este factor influye de manera importante como se haya diseñado el plan de desarrollo del destino.
- **El entorno:** este factor puede influir tanto de forma positiva como negativa en la fluidez del sistema turístico. El comportamiento de los mercados mundiales, conflictos globales, manifestaciones climáticas, son todos elementos que afectan a la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico y si bien su naturaleza (la del sistema) es la adaptabilidad a estos fenómenos, resulta claro el impacto de éstos en la actividad turística.
- **Una superestructura ineficiente:** como se menciona arriba, la superestructura es el componente que funciona como lubricante de todo el sistema; es el que vela por la dinámica correcta y el equilibrio dentro del sistema turístico. En este sentido, una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico y podría generar cierta rigidez a nivel estructural, social, económico, etc.
- **El desarrollo sostenible:** en los últimos años se ha hablado de que el turismo es una actividad degenerativa o "degeneradora" por sí misma, por lo cual podría aducirse que, si en una fase inicial el desarrollo turístico puede generar mayores beneficios que impactos, en muchos destinos luego de un tiempo esta situación se ha revertido, generando tensiones sobre todo sociales entre la comunidad local y el resto del sistema. Esto revela que el planteamiento del desarrollo turístico a partir del principio de sostenibilidad puede ser un factor que asegure su correcto funcionamiento, es decir, haciendo, logrando un dinamismo y una flexibilidad sostenibles del propio sistema.

Como cito (Villalba, 2018), (Molina, 1997) definió que el sistema turístico se define como:

“Un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se

relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común, Se ayuda del concepto económico en función del gasto, así como las necesidades físicas y emocionales del turista” (pág. 1).

Modelo de Sergio Molina

Molina fue un precursor del turismo quien realizó varios estudios en México, donde conceptualizó que el turismo está compuesto por un conjunto de subsistemas que se relacionan para conseguir un propósito común según lo antes mencionado. Los subsistemas que lo componen son:

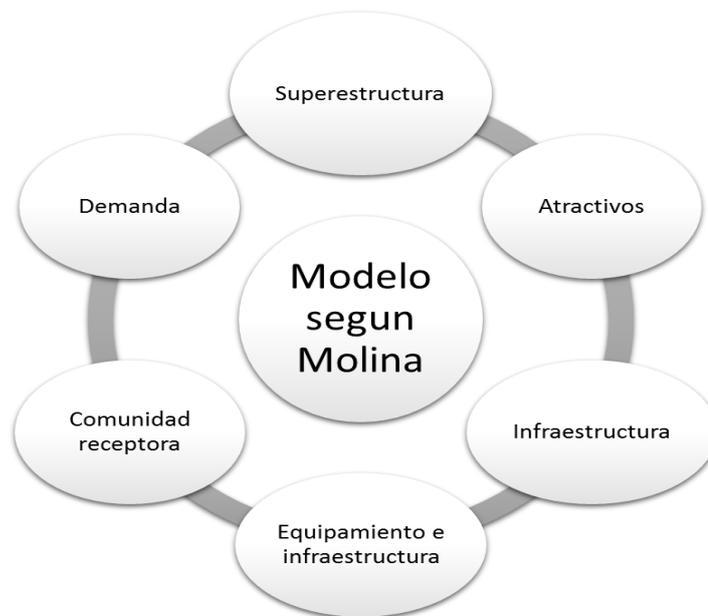


Figura 2. Modelo propuesto de Sergio Molina. Adaptado de: *Teoría general del turismo*, por Pérez & Villa, 2011

Cada uno de los elementos del sistema, que formuló Sergio Molina, posee sus respectivos componentes entre ellos se encuentran:

- Superestructura: está constituido por organizaciones del sector público y privado, leyes, programa, planes.
- Demanda: se compone de los turistas que radican en el país y en el exterior.
- Infraestructura: se refiere a los aeropuertos, redes de agua, telefonía, carreteras, entre otros.

- Atractivos naturales y culturales: involucra los ecosistemas, costumbre, tradiciones de las poblaciones.
- Equipamiento e instalaciones: está compuesto por hoteles en todas sus categorías, restaurantes, agencias de viajes, entretenimiento.
- Comunidad receptora: se refiere a los residentes del sector que de alguna manera se encuentran ligados al turismo sean esto directos o indirectos.

En conclusión, el autor mencionado categorizó al turismo como un sistema abierto, basado en una visión holística, dicho sentido dice que el turismo fue creado de tal manera que necesita integrar dichos elementos, como un objeto orgánico.

Teoría de los Sistemas Turísticos

Existe una gran variedad de estudios que indican que el primer preceptor en desarrollar esta teoría fue el biólogo Ludwig Von (Bertalanffy). Cabe recalcar que los autores, que desarrollaron y difundieron esta teoría se enfocaron en un área específica para obtener resultados más específicos. Bertalanffy (s.) afirmó que: “un sistema puede ser definido como un conjunto de elementos complejos que están interactuados entre sí (...), siendo el principio del equilibrio debido a que pretende mantener la estabilidad, es decir, alcanzar un estado anterior o producir uno nuevo.”

De acuerdo con Leslie, “la visión holística es importante porque incluye todas las características claves para el turismo, como: el desplazamiento de las personas, transporte, alojamiento y las actividades que se puedan realizar en el destino.” (Lehmann, 2017, p. 3)

Leiper (como se citó en Jafar & Honggen, p. 63) propuso un modelo compuesto por cinco elementos: El lugar de residencia de los turistas, la conectividad entre el origen y el destino, lugar de destino, el turista, los viajes y la industria turística. En el que indica que:

Estos elementos están influenciados por factores ambientales externos y, a su vez, el sistema impacta en diversos entornos, por ejemplo: humano, sociocultural, económico, tecnológico, físico, político y legal e influye en cómo es la perspectiva del

destino en los viajeros debido que interactúa y ayuda al producto turístico. (Jafar & Honggen, p. 63)

Por otro lado, Luhmann (2004) consideró que "Las principales ventajas presentadas por el modelo de Leiper son su simplicidad y su aplicabilidad general, que proporcionan una forma útil de comprender el sistema turístico". (p. 339)

Niklas Luhmann, uno de los investigadores en cuanto a análisis macrosocial más recientes, a finales de siglo hace sobresalir la teoría de los sistemas aplicada al análisis social proponiendo que ésta pretenda explicar el total de relaciones generadas en la sociedad.

En 1997, Sergio Molina, también propuso un sistema el que se ha convertido en el más conocido a nivel de Latinoamérica. Para Molina "el turismo está compuesto por varios subsistemas que tienen un objetivo en común que son: Superestructura, Demanda, Infraestructura, Atractivos, Equipamiento y la Comunidad Receptora". (Osorio, 2000, p. 13)

(Molina, 1997) afirmó que: "la teoría general de sistemas es un método común de todas las ciencias, desde un punto holístico, el cual pretende saber cuál es su dificultad". integrando una gran variedad de manifestaciones y entendiendo las operaciones que inciden en él.

Marco conceptual

Turismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, UNTWO, 2013) “turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.”

Acuicultura

“La acuicultura es la cría y cultivo de los organismos acuáticos, ya sean peces, moluscos, crustáceos o plantas acuáticas. El cultivo implica algún tipo de intervención en el proceso para incrementar la producción, por ejemplo, el almacenamiento regular, la alimentación, la protección contra los depredadores, etc. El cultivo implica también la propiedad individual o colectiva del stock explotado. Con fines estadísticos, los organismos acuáticos que son recolectados por un individuo o un colectivo que los ha tenido durante el período de cultivo contribuyen a la acuicultura, mientras que los organismos acuáticos que son explotables por todos como recurso de propiedad pública, con o sin licencia apropiada, constituyen la cosecha de las pesquerías” (FAO, 1997)

Aguilera, C. La investigación e innovación en acuicultura. La visión de la industria.

Acuícola

Aguilera, en la Investigación e Innovación en Acuicultura, La visión de la industria, (FAO, 1997) indica que acuícola es:

El cultivo que implica algún tipo de intervención en el proceso para incrementar la producción, por ejemplo, el almacenamiento regular, la alimentación, la protección contra los depredadores, etc. El cultivo implica también la propiedad individual o colectiva del stock explotado. Con fines estadísticos, los organismos acuáticos que son recolectados por un individuo o un colectivo que los ha tenido durante el período de cultivo contribuyen a la acuicultura, mientras que los organismos acuáticos que son explotables por todos como recurso de propiedad pública, con o sin licencia apropiada, constituyen la cosecha de las pesquerías.

Acuicultura

La Organizaciones de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (ONUAA) o más conocida como la (FAO, 1997), define que la acuicultura es “la cría y cultivo de los organismos acuáticos, ya sean peces, moluscos, crustáceos o plantas acuáticas.”

Turismo experiencial

Manuel Rivera Mateos en el artículo “El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural” (2013) resalta que la experiencia turística, de acuerdo con Otto y Ricio (1995) no es otra cosa que:

Un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje.

Visitantes internos

De acuerdo con el PLANDETUR-2020 (2007), los visitantes internos son “cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.”

Visitantes

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (RIET, 2008)

Visitante interno

Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de residencia, se trata de un visitante interno y sus actividades forman parte del turismo interno. (OMT, UNTWO, 2013)

Actividad (principal)

La actividad (principal) de una unidad de producción es la actividad (productiva) cuyo valor añadido supera el de cualquier otra actividad (productiva) realizada dentro de la misma unidad (SCN, 2008, párrafo 2.8). (CNP, 2018)

Actividad (productiva)

La actividad (productiva) llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que ésta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, la combinación de medidas que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal. (Organización Mundial de Turismo, 2013)

Actividad/actividades

En estadísticas de turismo, el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante el mismo, en tanto que consumidores (RIET, 2008)

Actividades características del turismo

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación personalizada estricta entre los productos y las industrias que los fabrican como sus principales productos. Dos productos de características similares, pero producidos por dos industrias diferentes de la CIU, se clasificarían en la misma categoría de la CCP (párrafo 5.11). (RIET, 2008)

Establecimiento

Un establecimiento es una empresa o parte de una empresa situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido (párrafo 5.14). (Cámara Nacional de Pesquería, 2017)

Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (párrafo 4.2). (RIET, 2008)

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (párrafo 2.39). (RIET, 2008)

Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (párrafo 2.40 b). (RIET, 2008)

Turismo receptor

El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (párrafo 2.39 (RIET, 2008)

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (párrafo 2.13). 110 recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008 (RIET, 2008)

Viaje/viajero

El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración (párrafo 2.4). (RIET, 2008)

Viaje en un grupo

Un viaje en grupo está integrado por personas o grupos de viaje que viajan juntas; por ejemplo, personas que realizan el mismo viaje combinado, o jóvenes que van a un campamento de verano. (párrafo 3.5). (RIET, 2008)

Viaje turístico

Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos párrafo 2.29). (RIET, 2008)

Viaje turístico interno

Un viaje turístico interno es aquél cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante (párrafo 2.32). (RIET, 2008)

Visita

Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico, párrafos 2.7 y 2.33). (RIET, 2008)

Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (párrafo 2.9). (RIET, 2008)

Visitante de negocios

Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico. (párrafo 3.17.2). (RIET, 2008)

Visitante del día (o excursionista)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (párrafo 2.13). (RIET, 2008)

Visitante internacional

Un viajero internacional se considera un visitante internacional con respecto al país de referencia si: a) está realizando un viaje turístico y b) es un no residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo (párrafo 2.42). (RIET, 2008)

Visitante interno

Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de residencia, se trata de un visitante interno y sus actividades forman parte del turismo interno.

En el glosario Básico: Entender el Turismo publicado en la página web de la (Organización Mundial de Turismo, 2013), define al visitante como “una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad (ocio, negocios u otro motivo personal”. Un visitante se clasifica como turista, si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (Organización Mundial de Turismo, 2013)

Turista

Un visitante se clasifica como turista, si su viaje incluye una pernoctación. (OMT, UNTWO, 2013)

Excursionista

Un visitante se clasifica como excursionista cuando su visita no incluye una pernoctación, visitante del día. ((OMT), 2013)

Comunidad

Como se citó en Bacigalupi (2017), Maritza Montero define a la comunidad como “un grupo de personas que están en constante transformación y evolución, quienes durante su relación generan pertenencia, identidad social y conciencia de sí como comunidad; fortaleciéndolos como grupo y aumentando su potencial social”.

Desarrollo

La Asamblea General de las Naciones Unidas (2018) lo indica como "el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

Atractivo turístico

Para Molina “son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas.” (Ricaurte, 2009)

Comunidad receptora

En el Manual para el Diagnóstico Turístico Local, (Ricaurte, 2009), indica que la comunidad receptora se puede caracterizar “por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.”

Equipamiento e instalaciones

Para (Ricaurte, 2009) los equipamientos e instalaciones son “los hoteles, moteles, campings, tráiler Parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albercas, canchas de tenis, etc. Es decir, los lugares en que las personas adquieren un servicio de alojamiento, alimentación, entre otros.”

Superestructura

Como se citó en (Ricaurte, 2009), Molina lo define como:

“Un subsistema regulador encargado de dirigir a la actividad turística, compuesto por organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera se involucran en el desarrollo turístico incluyendo los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.”

Turismo marinero

En palabras de Alexandra Touza, quien impartió una formación en Turismo Marino (2018), manifestó que “el turismo marinero o experiencial es un campo en plena expansión y se enmarca en el turismo cultural para mentes inquietas y curiosas con ganas de conocer más de cerca la economía local de un destino mientras viajan”

Turismo creativo

Como se citó en (Nuevo paradigma turístico del siglo XXI: El ejemplo del turismo industrial, 2012), sección Sociedad emocional, economía de la experiencia y turismo; toman como referencia a Richards y Raymond (2000, p.18) quienes definieron el turismo creativo como:

El turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación en las experiencias de aprendizaje que caracterizan al destino vacacional escogido. Las nuevas tendencias en el turismo sugieren que viajar ha llegado a ser un medio para el desarrollo personal, el refuerzo de la identidad y la autoexpresión. Al turista no le basta con simplemente “estar allí”, sino que desea participar, aprender y experimentar el “allí” que visita.

Según Richards (2003, p.117), este tipo de turismo creativo tiene la capacidad de:

Hacer uso de las especializaciones, el conocimiento experto y las tradiciones locales de muchas áreas, brindando al turista la oportunidad de aprender y cultivar su creatividad en torno a aspectos tales como artes y objetos de artesanía; diseño; cocina, gastronomía y elaboración de vinos; sanidad y salud; idiomas; música y danza; espiritualidad; naturaleza y paisaje; pesca y acuicultura; deportes y pasatiempos, etc.

En la actualidad, el turista quiere poner en práctica su potencial creativo; realizando trabajos, interactuando con los actores del destino, conociendo y realizando procesos de producción de artículos in situ, añadiendo así una “nueva dimensión a las vacaciones”

Oferta de servicios

(Ricaurte Quijano, 2009), Manual para el diagnóstico turístico local, incluye a los servicios propiamente turísticos como:

La alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventario o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

Infraestructura

En el Manual para el diagnóstico turístico local (Ricaurte, 2009) indicó que la función de la infraestructura:

Es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

Demanda

De acuerdo con el Manual para el diagnóstico turístico local (Ricaurte, 2009), la función de la demanda es: “hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema”. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la (OMT, Introducción al Turismo, 1997), “dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.”

Atractivos

Según el Manual para el diagnóstico turístico local (Ricaurte, 2009), se los considera como “el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos”. Los atractivos pueden ser “naturales o culturales.

Marco referencial

La acuicultura en el Ecuador

El significado de "acuicultura" encierra un conjunto de técnicas, conocimientos y actividades acerca del cultivo de especies acuáticas vegetales y animales, la acuicultura es una de las principales fuentes de productos que se destina al consumo humano. Por ende, la Comisión Europea y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, (FAO por sus siglas en inglés), la definen como "el cultivo de organismos acuáticos, incluyendo peces, moluscos, crustáceos y plantas acuáticas, lo cual implica la intervención del hombre en el proceso de cría para aumentar la producción, en operaciones como la siembra, la alimentación, la protección frente a depredadores, etc."(González, 2011)

En la actualidad el Ecuador vive cambios en la estructura del estado uno de ellos es la separación del Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca en dos carteras de estado, una de agricultura y otra de acuicultura.

Según la (CNP, 2018):

El 20 de septiembre, mediante Decreto Ejecutivo N° 520, el presidente de la República Lenin Moreno Garcés transformó el Ministerio de Acuicultura y Pesca en una secretaría técnica encargada de la coordinación, gestión, seguimiento y evaluación de la implementación de la política sectorial.

La nueva secretaría técnica será una entidad adscrita al nuevo Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, creado igualmente a través del mismo decreto ejecutivo.

El Ministerio de Producción ejercerá el control sobre las actividades pesqueras y acuícolas.

La entidad reguladora será la Cámara Nacional de Acuicultura, (CNP, 2018)

Según la CNP, Cámara Nacional de Pesquería. "el Ecuador es uno de los países privilegiados en tener aguas marinas, estuarinas, ribereñas y lacustres de extraordinaria diversidad pesquera. Estas condiciones son igualmente ideales para la producción acuícola" (Franklin Ormaza Gonzalez, 2018). De acuerdo con la FAO, en el Ecuador

más de 95 por ciento de la acuicultura ecuatoriana corresponde al cultivo de camarón, el miso que se desarrolla principalmente en la región de la costa, en donde influyen importantes aspectos naturales que hacen de este un lugar excelente para el desarrollo de la acuicultura. (Schwarz, 2018)

Organismos reguladores de la acuicultura del Ecuador

Cámara Nacional de Pesquería (CNP)



Figura 3. Logo de la Cámara Nacional de Pesquería del Ecuador. Tomado de la página web de: *Cámara Nacional de Pesquería*, en visita realizada noviembre del 2018.

La Cámara como entidad gremial tiene como actividades, el contacto y lobbying permanente ante las diferentes autoridades, tanto en el ámbito pesquero (Viceministerio de Acuicultura y Pesca), como otras de incidencia transversal como Ministerio de Relaciones Laborales, de Comercio Exterior, de Industrias y Competitividad, de Ambiente, etc., tratando de precautelar los intereses del sector, procurando incidir en la toma de decisiones del sector público, a nivel administrativo, reglamentario y de control para el beneficio del sector pesquero y del país. (Camara Nacional de Pesqueria, 2017).

Cámara Nacional de Acuacultura (CNA)



Figura 4. Logo de la Cámara Nacional de Acuacultura del Ecuador. Tomado de la página web de: *Cámara Nacional de Acuacultura*, en visita realizada noviembre del 2018.

Esta “es una organización sin fines de lucro dedicada a promover el desarrollo sostenible del sector acuícola ecuatoriano mediante servicios de calidad que fomenten la competitividad en un marco de profundo respeto a las normas sociales y ambientales aportando así al bienestar de la comunidad” (Acuacultura C. N., 2017).

Instituto Nacional de Pesca



Figura 5. Logo de la Instituto Nacional de Pesca del Ecuador. Tomado de la página web de: *Acuacultura y Pesca*, en visita realizada noviembre del 2018.

Organización que se dedica a "realizar investigaciones científicas y tecnológicas de los recursos bioacuáticos, basada en el conocimiento del medio ambiente y de los organismos que lo habitan con la finalidad de evaluar su potencial, diversificar la producción, propender al desarrollo de la actividad pesquera y lograr su óptima y racional utilización." (INP, 2017).

Programa De Desarrollo Económico Con Enfoque Territorial En La Zona Sur Occidental De El Salvador: Acuicultura Y Turismo

A finales del año 2008 hubo una crisis financiera en países desarrollados provocando efectos colaterales en países de Centroamérica incluyendo también a México y el Caribe. El Salvador, siendo un país que gozaba hasta ese momento de estabilidad macroeconómica y también de importantes avances en materia de liberalización y apertura internacional, el mismo que sufrió en lo económico un claro retroceso de su desarrollo. Esta situación, se vio reflejada en el creciente índices de pobreza, la escasa oportunidad de empleo formal, entre otras problemáticas, es por eso por lo que se procedió a realizar dicho programa.



Figura 6. Portada del Informe Final Acuicultura y Turismo FUNDES del Salvador. Tomado de la página web de: FUNDES, Programa de Desarrollo Económico con Enfoque Territorial en la Zona Suroccidental de El Salvador: Turismo y Acuicultura, en visita realizada noviembre del 2018.

Datos Del Programa

- **Nombre:** Programa de Desarrollo Económico con Enfoque Territorial en la Zona Suroccidental de El Salvador: Turismo y Acuicultura
- **Entidad Ejecutora:** FUNDES El Salvador
- **Fecha de inicio:** marzo 2009
- **Fecha finalización:** diciembre 2012

- **Objetivos**

- **Objetivo General** Elevar el nivel de competitividad de las micro y pequeñas empresas de los sectores acuícola y turismo de la región suroccidental de El Salvador.

- **Objetivo Específico** Desarrollar y mejorar las competencias técnicas, empresariales, innovativas y asociativas de las empresas en los sectores acuícola y turismo y reforzar el marco institucional de apoyo a nivel regional y nacional.

En el marco de este escenario, surge en 2009 el Programa de Desarrollo Económico con Enfoque Territorial en la Zona Sur Occidental de El Salvador, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Cooperación Italiana en El Salvador. Dicho Programa, posee un diseño integral y con su enfoque territorial, busca fortalecer y desarrollar la acuicultura y el turismo llevando con ello desarrollo económico a la región sur occidental del país y buscando crear un polo de desarrollo que diversifique la producción tradicional e incluso llegue a ofrecer nuevas opciones de exportación. Como ya antes se dijo, ante el aumento indetenible del precio de los alimentos, el desarrollo de la acuicultura no solamente puede sumar esfuerzos en la producción de alimentos que estén al alcance de la población, sino que además puede ser una opción viable para fomentar el emprendedurismo en la zona, promoviendo la creación de nuevas empresas acuícolas. Por otra parte, siendo que el turismo es una actividad económica estratégica debido a las fuentes de empleo que genera y a las divisas extranjeras que atrae, el vincular la acuicultura con el turismo es una clara opción ante la necesidad de diversificar la economía, y poder así aunar esfuerzos para solventar la crisis económica actual. (FUNDES, 2016)

Jornada Turismo, Naturaleza, Pesca y Acuicultura



Figura 7. Logo de la Jornada Turismo, Naturaleza, Pesca y Acuicultura. Tomado de la página web de: *Grupo de Acción Local do sector Pesquero Cimacanarias*, en visita realizada noviembre del 2018.

Esta jornada persigue poner de manifiesto las oportunidades existentes para el refuerzo de iniciativas de turismo pesquero, mariner y acuícola, con vistas a la consolidación y creación de nuevos empleos verdes, la generación de nuevas vías de ingresos vinculadas a la pesca y la acuicultura y la sensibilización de toda la sociedad y de los millones de personas que nos visitan cada año, acerca de la necesidad de proteger y conservar nuestra biodiversidad y nuestro patrimonio natural para que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando de él.

También es importante poner de relieve las oportunidades que presenta el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca para la diversificación de actividades vinculadas a las actividades pesqueras y acuícolas y muy especialmente el impulso del desarrollo local participativo a través de los Grupos de Acción Local Pesquera (GALP) y el amplio espectro de colectivos y agentes que se encuentran en ellos representados. (OESA, 2017)

Los puntos que se trataron fueron los siguientes:

Bloque 1. Planes y estrategias de apoyo al turismo de naturaleza y al turismo pesquero.

- Año Internacional del turismo sostenible para el desarrollo.
- Turismo de naturaleza y Biodiversidad. Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020.
- Turismo pesquero y acuícola. Marco legislativo y estratégico para la diversificación pesquera y acuícola.
- Los Grupos de Acción Local de Pesca como dinamizadores del desarrollo turístico pesquero y acuícola.

Bloque 2. Mesa redonda “El papel de los Grupos de Acción Local de Pesca (GALP) en el impulso del turismo pesquero y acuícola”.

- Inicativas turísticas de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo (EDLP) del GALP Mariña Ortegal.
- Inicativas turísticas de la EDLP del GALP Provincia de Málaga.
- Inicativas turísticas de la EDLP del GALP Costa Brava.

Bloque 3. Inicativas de pesca, acuicultura y turismo destacadas.

- Buceo responsable en las Reservas Marinas de Interés Pesquero. Proyecto Pescares.
- Pesca y acuicultura y turismo ornitológico.
- Integración acuicultura y conservación de la biodiversidad.
- Turismo marinero Costa del Sol.
- Turismo pesquero y acuícola en un espacio singular en la Red Natura 2000.
- Sostenibilidad y gastronomía.

(CIMA, 2017)

Marco legal

Constitución de la República

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

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

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

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

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables

por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (p. 25)

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.
5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus

territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.

15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Art. 60.- Los pueblos ancestrales, indígenas, afroecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura.

En el Capítulo séptimo, de la Constitución del Ecuador (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008), expresa los siguientes artículos basados en los derechos de la naturaleza:

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado. (p. 33)

Art. 83.-

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

14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual. (p. 38)

Título IV Participación y Organización del Poder

En el capítulo segundo de la organización del territorio, expresa que:

Art. 248.- Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación. (p. 83)

Capítulo tercero. Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.

(Constituyente, Publicada en el Registro Oficial No. 449 - 2008)

Reglamento general de la ley de turismo

Según el Reglamento de la Ley de turismo, publicado el 05 de enero del, y modificado el 09 de enero del 2008:

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo. - A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

- Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y, en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.
- Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

(Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Ley de Turismo

La Ley de Turismo en el Capítulo 1; Generalidades:

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

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

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

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

- 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;
- e. Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- g. Fomentar e incentivar el turismo interno. (pp. 1-2)

El Capítulo II de la Ley de Turismo (2014) habla sobre las actividades turísticas y quienes las ejercen, esta sección expresa que:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas [...] (p. 2)

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

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

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

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b. Dar publicidad a su categoría.
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

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

El Capítulo V de la Ley de Turismo (2014) habla sobre las categorías, esta sección expresa que:

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

El Capítulo X de la Ley de Turismo (2014) trata sobre la protección al consumidor de servicios turísticos, esta sección expresa que:

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. (p. 9)

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

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

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

(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales

La Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales (2016) en el ámbito de aplicación dice:

Art. 1.- La presente Ley es de orden público y de jurisdicción nacional. Las disposiciones de esta regulan las relaciones del Estado con las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, en materia de tierras rurales; y de comunas y comunidades, pueblos y nacionalidades en cuanto al reconocimiento y adjudicación a título gratuito de territorios que se encuentran en posesión ancestral; y a la protección y seguridad jurídica de tierras y territorios de su propiedad. (p. 3)

Art 2.- [...] Regula la posesión, la propiedad, la administración y redistribución de la tierra rural como factor de producción para garantizar la soberanía alimentaria, mejorar la productividad, propiciar un ambiente sustentable y equilibrado; y otorgar seguridad jurídica a los titulares de derechos. Además, esta Ley garantiza la propiedad de las tierras comunitarias, el reconocimiento, adjudicación y titulación de tierras y territorios de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblo afroecuatoriano y pueblo montubio, de conformidad con la Constitución, convenios y demás instrumentos internacionales de derechos colectivos. (p. 3)

Art 3.- Posesión y propiedad ancestral. Para efectos de esta Ley, se entiende por tierra y territorio en posesión y propiedad ancestral, el espacio físico sobre el cual una comunidad, comuna, pueblo o nacionalidad de origen ancestral, ha generado históricamente una identidad a partir de la construcción social, cultural y espiritual, desarrollando actividades económicas y sus propias formas de producción en forma actual e ininterrumpida. La propiedad de estas tierras y territorios es imprescriptible, inalienable, inembargable e indivisible, su adjudicación es gratuita y está exenta del pago de tasas e impuestos. El uso y usufructo sobre estas tierras no puede modificar las características de la propiedad comunitaria incluida el pago de tasas e impuestos. (p. 3)

Art 7.- Principios fundamentales. Constituyen principios de aplicación de esta Ley los siguientes:

- a. Plurinacionalidad: Se reconocen y garantizan los derechos, valores, tradiciones, formas de producción y prácticas culturales, individuales y colectivas de las comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatorianos y montubios;

b. Interculturalidad: Se garantiza el respeto de las diferentes formas de vida, valores, tradiciones y prácticas culturales con la tierra rural, como medio de reproducción cultural;

c. Sustentabilidad: El Estado promueve el aprovechamiento eficiente y la conservación de la fertilidad de la tierra rural para garantizar el desarrollo social, económico y ambiental equilibrado, que asegure la satisfacción de las necesidades de las presentes y futuras generaciones. La conservación y el buen manejo del suelo fértil es responsabilidad de sus propietarios o legítimos poseedores, para el desarrollo social, económico y ambiental equilibrado;

d. Participación, control social y transparencia: El Estado garantizará el ejercicio del derecho constitucional de participación ciudadana, control y transparencia de gestión;

f. Trabajo rural: Se impulsa la generación de empleo rural, de trabajo digno de la agricultura familiar campesina, y el respeto a los derechos laborales y la redistribución equitativa de la riqueza;

h. Acceso equitativo a la tierra rural: El Estado establece políticas de redistribución que permitan el acceso equitativo a la tierra rural; Se reconocen y respetan los actuales asentamientos humanos y las actividades productivas que tendrán el respectivo plan de manejo [...] (pp. 4-5)

Art 8.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

a. Garantizar la seguridad jurídica de la propiedad y posesión regular de la tierra rural y de los territorios de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades ancestrales;

b. Hacer cumplir la función social y la función ambiental de la propiedad de la tierra rural;

c. Normar el uso sustentable y el acceso equitativo a las tierras rurales con aptitud agrícola, pecuaria, forestal, silvícola; acuícola y de conservación;

f. Fortalecer la agricultura familiar campesina en los procesos de producción, comercialización y transformación productiva;

h. Promover, incentivar y fortalecer la asociatividad productiva y de comercialización de las y los propietarios de pequeñas parcelas y las formas de organización social para el desarrollo de la producción agraria;

j. Promover la producción sustentable de las tierras rurales e incentivar la producción de alimentos sanos, suficientes y nutritivos, para garantizar la soberanía alimentaria. (p.5)

Art 20.-Inversión extranjera. Las empresas públicas extranjeras podrán participar en proyectos agrarios de interés nacional en asocio con [...] comunidades o empresas comunitarias, siempre y cuando estas mantengan la propiedad de la tierra. La inversión extranjera en materia agraria deberá procurar la generación de capacidad productiva, empleo, la incorporación de componentes nacionales y la transferencia de tecnología, así como contribuir a garantizar la soberanía alimentaria. (p. 8)

Capítulo I de los Derechos Vinculados a la Propiedad de la Tierra Rural y Territorios

Art 23.- Derechos colectivos. Se reconocerá y garantizará a favor de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianos y montubios, el derecho a conservar la propiedad comunitaria y a mantener la posesión de sus tierras y territorios ancestrales y comunales que les sean adjudicados a perpetuidad gratuitamente, de conformidad con la Constitución, pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos colectivos. La propiedad comunitaria de la tierra consiste en el derecho colectivo a usar, gozar y disponer de ella, a través de la entidad colectiva que representa a los miembros de la comuna, comunidad, [...]. En las tierras y territorios en propiedad o posesión ancestral, a partir de sus propias formas de convivencia y organización social y de generación y ejercicio de la autoridad, esta ejercerá la administración y control social del territorio de conformidad con sus usos y costumbres. La propiedad de las tierras

comunitarias y de las tierras y territorios en posesión ancestral, es imprescriptible, inalienable, inembargable e indivisible y estará exenta del pago de tasas e impuestos. (p. 8)

Capítulo V Derechos a la Tierra Comunitaria y Territorios de los Pueblos y Nacionalidades

Art 78.- Derechos colectivos. Las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades gozan de los siguientes derechos colectivos en lo concerniente a la materia regulada en esta Ley:

- a. Conservar la propiedad imprescriptible, inalienable, inembargable e indivisible de sus tierras comunitarias;
- b. Exención del pago de tasas e impuestos;
- c. Mantener la posesión de tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita;
- d. Conservar el hábitat y participar en el uso, usufructo, administración sustentable y conservación de los recursos naturales renovables que se hallan en sus tierras;
- e. No ser desplazados de sus tierras ancestrales; y
- f. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral. (p. 20)

Reglamento para los centros turísticos comunitarios

En el capítulo I; Normas Generales

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento.
- b. Alimentos y bebidas.
- c. Transportación turística.
- d. Operación.
- e. Organización de eventos.

- f. Congresos.
- g. Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.** - El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- **Personalidad jurídica.** - Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad competente.

Capítulo II; De los Derechos y Obligaciones

Art. 5.- **De la Gestión.** - La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.

Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010)

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socioeconómicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
6. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral (manejo racional de recursos naturales, culturales, sociales, económicos, tecnológicos, políticos) y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión sociocultural y ambiental.

Capítulo 2

Diagnóstico del sistema turístico de la comuna Río Chico

Mediante la Ficha uno “Caracterización Turística de Comunidades” del Manual para el Diagnóstico Turístico Local (Ricaurte Quijano, 2009), el mismo que es una Guía para Planificadores donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado; en este caso el inicio del proyecto, levantando datos para que, gracias a los resultados obtenidos, se apliquen acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que evaluará el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística. (Ricaurte Quijano, 2009).

En este caso se realizó el diagnóstico y análisis a la comuna Río Chico. En cuanto a los métodos de recolección, se basó en observación, entrevistas al dueño de un laboratorio de larvas de camarón en Río Chico y encuestas a comuneros y al presidente de esta.

Esta ficha (ver apéndice A) sirvió para obtener la información técnica acerca del potencial turístico, la cual consta de cinco partes, una es para recolectar datos generales, y la otra para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

A continuación, se describen los datos obtenidos de acuerdo con cada elemento del sistema turístico:

Datos generales

Como **datos generales** la comunidad Río Chico pertenece a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. La comuna limita al norte con la parroquia, al Sur con la comuna Cadeate, al este la comuna Pajiza y al oeste se encuentra el Océano Pacífico. Su extensión es de 2’792.481,43 m², pero tan solo el 30% se encuentra habitada, cuenta con 332 habitantes, de acuerdo con el Informe de

Censo Poblacional de la Comuna “Río Chico” realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Santa Elena en el 2014. Mientras que de acuerdo con el archivo Plan de Contingencia Ante Tsunami de Santa Elena, facilitado por el departamento Técnico de Operación y Riesgos del GAD de Santa Elena, Río Chico cuenta con 500 habitantes.

Adicional a ello, cabe recalcar que, de acuerdo con su historia, la comuna recibe ese nombre gracias al río de la zona que con el paso de los años ha perdido poco a poco su cauce.



Figura 8. Mapa de la Parroquia Manglaralto, tomada de la Dirección provincial MAGAP, en visita realizada en enero del 2019.

Oferta de servicios

En cuanto a **oferta de servicios** la comuna cuenta con aproximadamente 13 establecimientos de alojamiento, entre ellos dos campamentos, cinco hospederías, dos casas residenciales, una pensión, un hotel, una casa de arriendo y una hostería “Puerta del Sol”; la cual es el único establecimiento de alojamiento que cuenta con los permisos de funcionamiento y se encuentra registrado en el catastro 2018 como una hostería de tercera categoría. Con respecto a establecimientos de alimentos y bebidas

cuenta con ocho, entre ellos quioscos, restaurantes, comedores, panaderías, entre otros, pero ninguno cuenta con los permisos ni se encuentra en el catastro 2018. Referente a esparcimiento cuenta con dos canchas de indor futbol y una iglesia. En cuanto a otros servicios no cuenta con agencias, operadoras, puntos de información turística, guías, bancos, cajeros automáticos u otros.



Figura 9. Hostería “Puerto del Sol” ubicada en la comuna Río Chico, tomada de página *Plusvalias.com* visita realizada el 5 de marzo del 2019.



Figura 10. Río Chico Beach Resort foto tomada de *página web del complejo*, el 5 de marzo del 2019.

Infraestructura de servicios básicos.

La **infraestructura de servicios básicos** se divide en cuatro aspectos.

- Con respecto a **transporte y accesibilidad** la comuna se encuentra a dos minutos de distancia en auto de la parroquia Manglaralto. La vía principal “Ruta del Spondylus” se encuentra pavimentada, mientras que las calles de la comuna son de tierra, por lo que en época de lluvia sus vías de acceso se ven afectadas. Para llegar a la comuna existe señalización vial en la carretera principal, pero no existe señalización turística en la comuna. Los transportes públicos usados son buses, camionetas, taxis y camiones operados. En la comunidad no existen terminales ni estaciones de transporte, la más cercana es la terminal de Olón que se encuentra a 20 kilómetros de distancia. Las cooperativas de transportes que prestan servicios a la comunidad son los buses interprovinciales Manglaralto, CITUP, Reales Tamarindo y CLP, los taxis ejecutivos Montanita, Manglaralto y Olón.



Figura 11. Mantenimiento en vías principales de la comuna Río Chico, foto tomada de *El Diario La Primera*, reportaje del 13 de julio del 2017.

- En cuanto a **comunicaciones**, cuentan con servicio telefónico convencional y celular. Las oficinas de teléfonos más cercana se encuentran en Cadeate y Manglaralto. Dentro de la comunidad no existen cabinas telefónicas ni cibercafés o establecimientos de uso público.

- Referente a **sanidad** el 90% de la comunidad cuenta con agua entubada, se trata con cloro el agua en la fuente de distribución, la fuente principal de agua de consumo es agua de pozo profundo (agua entubada). No cuentan con un sistema de alcantarillado, por lo que en la comuna eliminan las excretas por medio de pozos sépticos. La basura se elimina por medio del carro recolector, aunque algunas personas optan por quemar la basura. No existe ningún tipo de establecimientos de salud, el subcentro de salud más cercano al que acuden, se encuentra en Manglaralto a un kilómetro de distancia, mientras que hospital más cercano se encuentra en Santa Elena.
- El 90% de la comuna cuenta con **energía** eléctrica pero no cuentan con gasolineras, la más cercana se encuentra a un kilómetro y pertenece a Manglaralto.

Gobernanza

Continuando con la **gobernanza**, reciben apoyo anual de las instituciones nacionales del Convenio Tripartito que incluye al GAD de Manglaralto, la Junta Parroquial, el GAD Municipal y a la Prefectura de Santa Elena. Los planes de desarrollo que incluyen a la comuna Río Chico son el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Manglaralto (GAD, 2014-2019), Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial (GAD Provincial de Santa Elena, 2015-2019). La comunidad tiene varios tipos de organizaciones como la Organización de Mujeres del Huerto Familiar, Organización Religiosa Maria Perpetua del Socorro, Club de Peloteros y Comité de Festejo del Cabildo Comunal.



Figura 12. Entrega de Mejoramiento de Comuna Río Chico, tomado de *página web GAD Parroquial Manglaralto*, en visita realizada enero 2019.

Comunidad receptora

Con respecto a la **comunidad receptora**, las principales actividades económicas a las que se dedica la población son el 20% a la construcción; 10% a la agricultura; servicios comunales, 10% sociales y personales y cinco por ciento a las artesanías. Mientras que las tres actividades productivas más rentables para la comunidad son construcción/albañil, agricultura, artesanías y ganadería. El cuatro por ciento de la comunidad tiene empleos formales en turismo y establecimientos de alojamientos. La comunidad participa en trabajos en grupo, mingas de limpieza y asambleas comunitarias. La comunidad ha participado en Planes Estratégicos Locales con el Municipio, el Gobierno Provincial, Parroquial y Cantonal. En cuanto a las destrezas de los comuneros para el turismo, 20 personas tienen habilidad en la cocina, cuatro en contabilidad y administración, 50 en bartender, 20 personas en primeros auxilios y 20 guías sin experiencia, pero con voluntad. La actitud de la comunidad hacia la actividad turística es que el 100% cree que el turismo es un instrumento de desarrollo y que es una actividad económica alterna y estacional, mientras que nadie siente indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística ni sienten rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad. En cuanto a producción acuícola, la comuna cuenta con cinco laboratorios de larvas en el cual trabajan algunos habitantes de la comunidad. Los problemas sociales que pueden afectar el desarrollo turístico de la comunidad, según las necesidades de la comunidad según el presidente de la comuna son problemas de alcantarillado, el idioma inglés, falta de señalética, capacitaciones sobre turismo y primeros auxilios, no cuentan con unidades educativas por lo que se desplazan a otras comunidades y que no cuentan con un sendero para el avistamiento de monos aulladores, chimpancé, saíno y venados.



Figura 13. Reunión en comuna Río Chico con participación artística de jóvenes pertenecientes a la comuna, foto tomada de: *página web del GAD Parroquia Manglaralto*, en visita realizada enero 2019.



Figura 14. Mingas de recolección de basura en la parroquia Manglaralto, con participación de los estudiantes de los colegios. Foto tomada de: *página web del GAD Parroquia Manglaralto*, en visita realizada enero del 2019.

Atractivos

La comuna cuenta con **atractivos** naturales como la playa cuya extensión es de 930 metros, por la cual se puede llegar caminando hasta Manglaralto en menos de 20 minutos, montañas, ríos y bosques.



Figura 15. Vista amplia hacia la playa de la comuna Río Chico, tomada de: *página web Ocean View Hills*, en visita realizada en enero del 2019.

En manifestaciones culturales tenemos la fiesta religiosa el 26, 27 y 28 de julio de la Virgen Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, artesanías y desfiles en la comuna (Acervo Cultural y Popular), eventos deportivos y artísticos (Acontecimientos Programados).



Figura 16. Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, tomada de: *página web Padresam,* en visita realizada el 5 de marzo del 2019.

En la actualidad, la comuna Río Chico es una comuna de paso, ya que se encuentra a tres minutos de Montañita. Además, carece de un atractivo o recurso clave para que los turistas y visitantes se detengan a conocer y/o consumir un producto o servicio a pesar de que cuenta aproximadamente con 13 establecimientos.

Capítulo 3

Desarrollo de estudio de mercado

En el siguiente marco de investigación se detallarán distintos aspectos metodológicos que se utilizarán para poder diseñar el producto turístico acuícola en la comuna de Río Chico.

Diseño de la investigación

Según, Malhotra el “diseño de la investigación es un esquema o programa para llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados.” Para el siguiente estudio se tomó en cuenta un diseño no experimental, ya que el trabajo no maneja variables de estudio para poder adquirir información, sino que se basa en observación directa para poder crear el producto basados en distintos modelos para destinos de sol y playa planteados por distintos autores (Malhotra N. k., 2008).

Tipo de investigación

Investigación de Campo

Los autores, Stracuzzi & Pestana, dicen que se:

Define a la investigación de campo la cual a la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta (Stracuzzi & Pestana, 2012).

Puesto que en el siguiente trabajo se procedió a realizar visitas de campo en donde se pudo constatar que la comunidad no tiene mucha actividad turística. También se realizaron entrevistas al presidente y expresidente de la comuna para poder entender el estado actual en cuanto a la actividad turística.

Investigación exploratoria

El autor Malhotra define a la investigación exploratoria como un “Tipo de diseño de la investigación que tiene como objetivo principal brindar información y

comprensión sobre la situación del problema que enfrenta el investigador” (Malhotra N. k., 2008)

También Stracuzzi & Pestana dicen que uno de los niveles para la investigación de campo es lo exploratorio que comprende (Stracuzzi & Pestana, 2012).

El inicio de cualquier proceso científico. Se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco examinado, es decir cuando no hay suficientes estudios previos y es difícil formular hipótesis. Se aplica cuando el tópico ha sido tratado escasamente, cuando no existe suficiente información.

Para esto se investigaron y examinaron todos los datos encontrados para poder generar información actualizada y relevante para el proyecto en la comuna de Río Chico.

Investigación descriptiva

Según, Malhotra dice que la investigación descriptiva es un “Tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado” (Malhotra N. k., 2008), todos los resultados que se obtuvieron con este tipo de investigación se los obtuvo después de la visita de campo que se realizó

Técnica de recolección de datos

Para los autores, Sampieri, Collado, & Lucio la “Recolección de datos es el copio de datos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014). Para esto se iniciará con:

Observación directa

Para esto los autores Stracuzzi & Pestana dicen que “La observación es fundamental en todos los campos de la ciencia. Consiste en el uso sistemático de nuestros sentidos orientados a la captación de la realidad que se estudia” (Stracuzzi & Pestana, 2012), por lo tanto, mediante la observación directa, se evaluaron los atractivos y establecimientos turísticos que tiene la comuna de Río Chico, con el fin de definir el estado en el que se encuentran dichos lugares turísticos de la comuna.

Entrevista

De acuerdo con lo señalado en el libro de “Metodología de la Investigación”, los autores (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010). Definen la entrevista como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)”. (Dr. Roberto Hernández Sampieri, 2014).

Desarrollo de la entrevista

Para poder obtener información adicional para el proyecto, se realizó una entrevista al Ing. Acuicultor Boris Bohórquez Ruiz, dueño del laboratorio de larvas de camarón que se encuentra ubicado en la comuna Río Chico, el cual pretende ser la ubicación del proyecto. Gracias a la entrevista hay más información base acerca de la actividad acuícola, las razones por las que el camarón es uno de los productos estrella del Ecuador, su opinión con respecto al área turística, entre otros temas. A continuación, la entrevista realizada:

- **Entrevista dirigida a:** Ingeniero Acuicultor Boris Bohórquez Ruiz
- **Edad:** 49 años
- **Experiencia en el campo acuícola:** 28 años
- **Empresas que maneja:** Aquaindesa, Crisanti Club, Calinauplio, CaliAquaLity, Calisur

¿Qué puede decir sobre la actividad acuícola?

Es la actividad productiva con más éxito y resultados en nuestro país en la actualidad corresponde al primer producto de exportación y es el primero de ingresos después del petróleo. Tenemos más de 40 años produciendo camarón en cautiverio en piscinas en más de 200 mil hectáreas en 5 provincias costeras. Ocupamos actualmente el segundo puesto de exportación a nivel mundial y es el producto con mayor demanda y con calidad super reconocida en el mundo. Producimos a niveles semi intensivos con cero usos de antibióticos y con esquema de manejo más tradicional y con menos productividad por hectárea (frente a países asiáticos que tiene altísima productividad) que al mismo tiempo garantiza un producto más sano con menos uso de aditivos y en un ecosistema más natural.

¿Qué es la acuicultura?

Es la rama de la biología que se dedica al cultivo de especies acuícolas sea de agua dulce o salada y en sistemas cerrados (piscinas o lagos) o abiertos (Maricultura en el mar). La acuicultura es reconocida a nivel mundial por el gran desarrollo de especies como camarón (Tailandia, India, Ecuador, México, Brasil, Indonesia, etc.), con salmón (Europa, Chile, etc.), tilapia (México, Usa, África, etc.) y la acuicultura proporciona el 50% de todos los mariscos y pescados en el menú alimenticio mundial, el otro 50% corresponde a recursos pescados en el mar o ríos.

¿Qué es larvicultura?

Es el cultivo de larvas de camarón en cautiverio que servirán como insumo principal para el engorde de camarones en camaroneras. Este cultivo dura máximo 24 días y es la segunda fase de producción de camarones (primero es la maduración o producción de nauplios). En el país hay más de 400 laboratorios de larvas que proveen 1.600 millones de larvas anuales para las 200 mil hectáreas de piscinas de camarón en nuestro país.

¿Qué es la actividad camaronícola?

Es la parte productiva principal del sector, donde se desarrolla el engorde de camarón y cuya actividad final será la cosecha o venta de camarón a las empacadoras que luego procesan (lavan, descabezan y pelan el camarón) y exportan finalmente al exterior.

¿Cuál es la diferencia entre acuicultura, larvicultura y camaronera?

Acuicultura involucra todas las fases:

- 1ra Fase = Maduración y Reproducción (nauplios)
- 2da Fase = Larvicultura (larva)
- 3ra Fase = Camaronera (camarón)
- 4ta Fase = Empacadora y comercializadora (procesan y exportan camarón)

Con respecto a la experiencia que tiene con la actividad acuícola, ¿Cuáles son las razones por las que el camarón es un producto estrella en el Ecuador y en el mundo?

1. Cultivo tradicional con poco uso de insumos que permite producir en condiciones casi naturales sin antibióticos camarones que obtienen un excelente sabor que es posicionado en el mundo como el mejor camarón del mundo.
2. Excelente marketing y comercialización mundial de las 40 empacadoras que han posicionado nuestra marca país y sustentan un excelente precio de venta público.
3. Eficiencia y sostenibilidad de las camaroneras que a pesar de los problemas del mercado – caída de precios + subida de precios de insumos – han logrado crear un excelente negocio que permite ser rentable a los productores.
4. Tecnificación y Genética de alta calidad de nuestros insumos larvas de una excelente supervivencia y crecimiento semanal.

¿Cómo sería el proceso para observar el desarrollo del camarón?

Se inicia con conocer el área de camarones reproductores en producción de Maduración donde se identificará entre machos y hembras, además de observar el proceso de copula y cortejo en los tanques de reproducción, luego se visitará las áreas de desove, eclosión y desinfección de huevos.

¿Existen especificaciones, necesidades, adecuaciones o características que no se deben modificar al momento de realizar el recorrido turístico en las diferentes áreas?

Básicamente no tocar horarios de despachos (5:00am a 7:00 am) – Selección de hembras (2:00 pm) – Cosecha de huevos (5:00 pm). El resto de los horarios No hay ningún problema. Además, las temperaturas, la ubicación de los tanques se deben mantener.

¿Cree atractiva la idea de crear un producto turístico acuícola?

Sí claro que sí. Por eso estamos entusiasmados con este proyecto y esperamos apoyarlo en cada fase de su desarrollo.

¿Considera importante que los turistas se informen más acerca de la acuicultura?

Si considero que es fundamental para que todos nos hagamos orgullosos y a la vez nos intereseamos más en fortalecer esta industria.

¿Qué lo incentiva a fusionar la actividad turística con la acuícola?

Incentivar más familias y jóvenes a especializarse en esta actividad, que en la actualidad no tenemos mano de obra técnica especializada debido a la falta de acuicultores o biólogos en las universidades.

¿Cómo define el concepto de “turismo acuícola”?

Es turismo para conocer la industria acuícola de la maduración de reproductores y producción de larvas.

¿Considera que el espacio donde se desenvuelve generaría mayores ingresos turísticos en la comuna?

Claro que sí. Nosotros trabajamos con personal de la comuna y al crear nuevos proyectos turísticos siempre se necesita mano de obra de la zona. Además, hay negocios suplementarios que se benefician como transporte, panaderías, hostales, comedores, etc.

¿Cuáles son los términos que serían de mayor dificultad para los turistas que visiten el lugar que no tengan conocimiento sobre acuicultura?

Se debería entregar un folleto explicativo previo con los términos, además de la explicación oportuna en vivo.

En general los términos más difíciles son los estadios de crecimiento de larvas de camarón: nauplio + Zoea + mysis + postlarvas. Además, los términos del proceso como eclosión, desove, anatomía del camarón, etc.

Resumen de la entrevista

Entre los temas más importantes que se tocó en la entrevista, se puede resaltar los siguientes temas:

- La actividad acuícola es la actividad productiva que se encuentra en el primer puesto de ingresos después del petróleo, actualmente ocupa el segundo puesto de exportación a nivel mundial.
- La acuicultura es una rama biológica en la cual se cultivan especies acuícolas, tanto de agua salada o dulces, y de sistema cerrado o abierto.
- La larvicultura es el cultivo de camarón en cautiverio que es el insumo principal para las camaroneras. Tiene una duración de 24 días y en la actualidad hay más de 400 laboratorios en el país
- La actividad camaronícola es el área productiva que desarrolla las larvas de camarón para convertirlo en el producto final que se cosecha y se vende a las empacadoras, para luego ser exportadas.
- La acuicultura son todas las fases, mientras que la primera fase es maduración y reproducción de nauplios, la segunda es la larvicultura donde se realiza el engorde de larva, la tercera se da en la camaronera donde se desarrolla la larva, y por último es cosechado para ser empacado y comercializado.
- Entre las principales razones por las que el camarón es un producto estrella son que el poco uso de insumos permite producir un ejemplar tradicional, excepcional y con un excelente sabor; el marketing que dan las empacadoras al país, la sostenibilidad y eficiencia de las camaroneras que ha logrado crear un negocio rentable, aunque no siempre es estable; la calidad de supervivencia.
- Lo ideal sería observar el desarrollo de camarón en orden para apreciar mejor la producción.
- Para no afectar el hábitat del ejemplar, no se debe modificar las condiciones en las que desarrolla ya que podría perjudicar toda la producción y la pérdida de miles de dólares.
- La idea de un producto turístico acuícola es atractiva, además de incentivar a los jóvenes para que se interesen en la actividad, creando más orgullo hacia la industria acuícola y que tal vez se especialicen en el área.

- Con respecto al término “turismo acuícola”, el ingeniero lo definió como un tipo de turismo en el que se conoce sobre la industria acuícola como la maduración, reproducción y producción de larvas.
- Desarrollar el producto daría apertura a crear nuevas plazas de trabajo, además de emprendimientos en panaderías, hostales, comedores y transporte.
- Debido a que es una rama de ingeniería y biología, hay términos técnicos que los turistas que no estudian dichas ramas no podrán comprender, por lo que se sugiere la creación de un folleto en el que se detallen los términos, además que una explicación en persona.

Encuesta

Según los autores, Stracuzzi & Pestana dicen que:

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos quienes, en forma anónima, las responden por escrito. Es una técnica aplicable a sectores amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas individuales (Stracuzzi & Pestana, 2012).

Es decir que para la investigación se procedió a formular un cuestionario para poder obtener datos relevantes que puedan servir al momento de poder crear el producto turístico acuícola, y para darse cuenta si los turistas están o no interesados en dicho producto, por ende, se procedió a encuestar a los turistas que pasan o han pasado por la ruta Spondylus para saber si estarían dispuestos a realizar una actividad turística acuícola en la comunidad Río Chico.

Población

Para los autores Sampieri, Collado, & Lucio, “la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Es por aquello que la población de interés va enfocada a los turistas que visitan el norte de la provincia de Santa Elena pasando por la Ruta Spondylus, con el fin de obtener el mercado objetivo (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

Muestra

Para la muestra o tamaño muestral los siguientes autores Stracuzzi & Pestana dicen que “para determinar si el tamaño muestral de un estudio es aceptable se debe considerar, además de la varianza poblacional (heterogeneidad de la población), otros dos factores que son el nivel de confianza y el máximo error permitido en las estimaciones (error muestral)” (Stracuzzi & Pestana, 2012).

Para poblaciones infinitas el cálculo de muestra se puede realizar aplicando la siguiente ecuación:

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

z = nivel de confianza

p = porcentaje de la población

q = porcentaje de la población que no tiene atributo deseado = 1 – p

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q

e = error de estimación aceptado

n = tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta que el tamaño de la muestra para población infinita sería de 384, a pesar de que se obtuvo ese resultado se realizaron 401 encuestas.

Resultado de las encuestas

Edad de los encuestados:

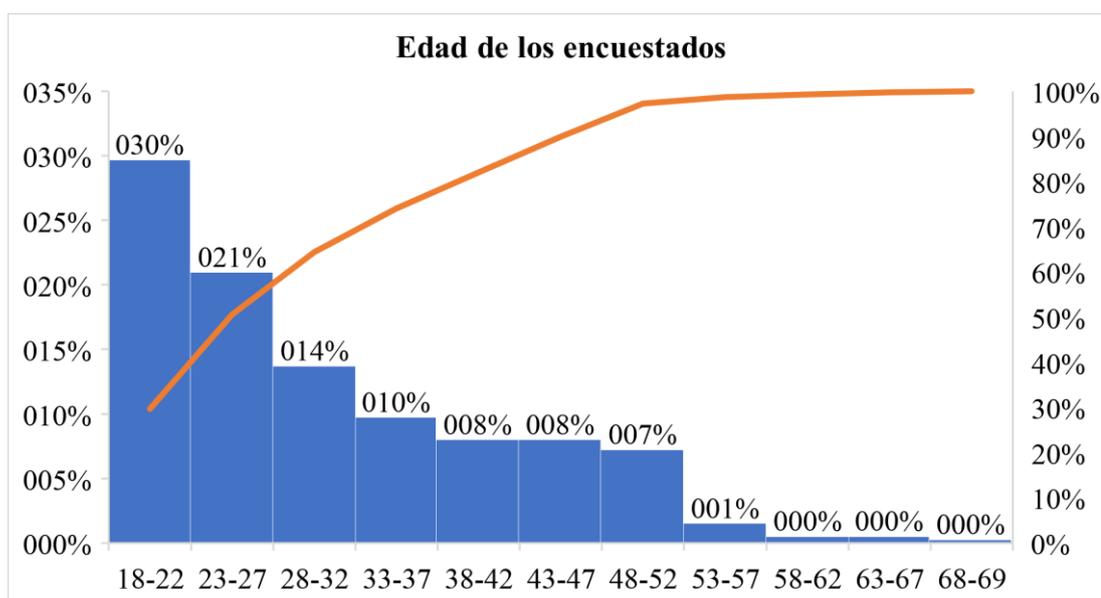


Figura 17. Edad de los encuestados

De acuerdo con la muestra de la encuesta realizada, participaron personas de entre 18 y 69 años, por lo que se procedió agrupar los datos con el método de diagrama de Pareto con intervalos de 10 y un rango de cinco, el cual indica que de las 401 personas encuestas, el 30% son jóvenes entre 18 y 22 años, seguido por personas de entre 23 y 27 años quienes equivalen al 21% de encuestados.

Genero de los encuestados:

Tabla 1

Género de los Encuestados

Género	Porcentaje
Femenino	51%
Masculino	49%
Total	100%

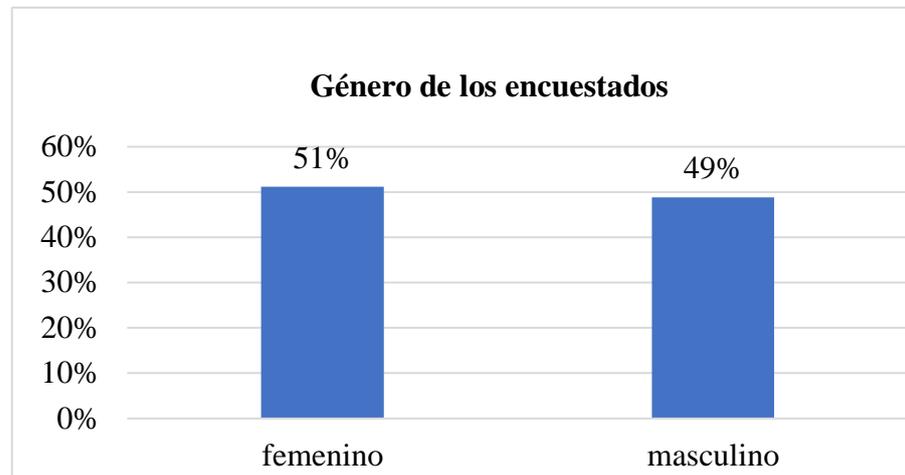


Figura 18. Género de los encuestados.

Según la encuesta realizada a turistas que pasan o han pasado por la ruta Spondylus, la encuesta refleja que en su mayoría son mujeres contando con el 51% y el 49% son hombres, esto indica que tanto hombres como mujeres viajan hacia el norte de la provincia de Santa Elena pasando por la comuna de Río Chico, a través de la ruta Spondylus.

Tipo de turista que visita Río Chico:

Tabla 2

Tipo de Turista que Visita Río Chico

Tipo De Turista	Porcentaje
Nacional	94%
Extranjero	6%
Total	100%

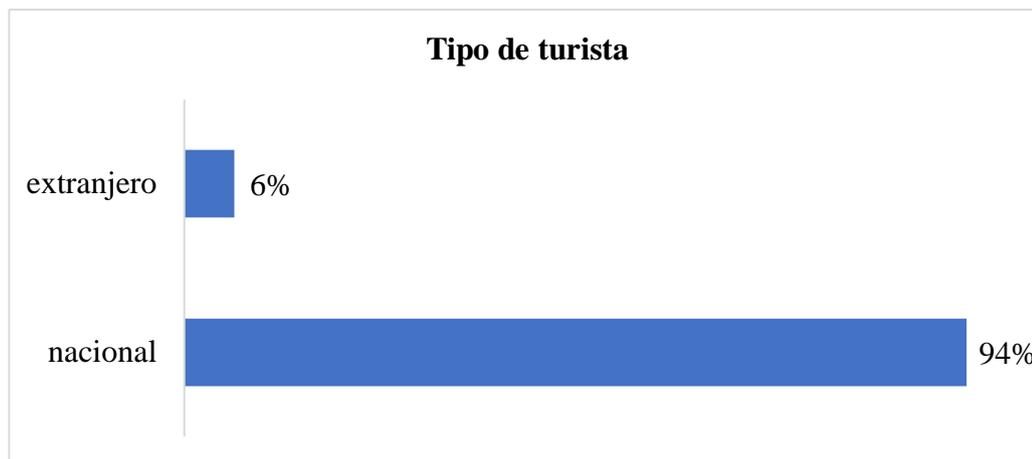


Figura 19. Tipo de turista que visita Río chico.

De todos los 401 encuestados se determina que el 94% de los turistas son nacionales, mientras que el 6% de turistas son extranjeros.

Lugar de residencia de los encuestados:

Tabla 3

Lugar de Residencia de los Encuestados

Lugar de residencia	Porcentaje
Guayaquil	72%
Quito	3%
Estados unidos	3%
Galápagos	4%
Samborondón	2%
Santa Elena	1%
Balao	1%
Santa Elena	1%
Manta	2%
Otras ciudades nacionales	7%
Otros países	3%
Total	100%

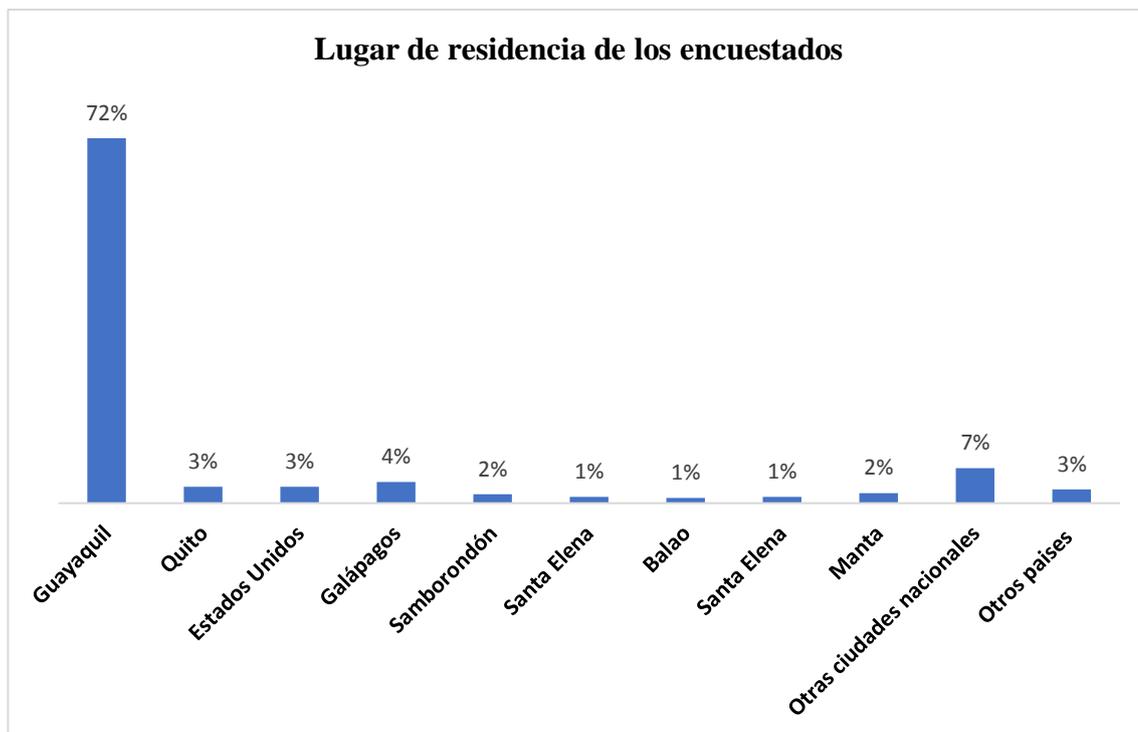


Figura 20. Lugar de residencia de los encuestados

En esta pregunta se obtuvo que de 401 encuestados las personas que más viajan hacia la provincia de Santa Elena provienen de la ciudad de Guayaquil con el 72%, seguido de otras ciudades del Ecuador con el 7% y por último un 3% provienen de los Estados Unidos y otros países.

Encuestados que viajan a la provincia de Santa Elena:

Tabla 4

Encuestados que Viajan a la Provincia de Santa Elena

¿Viaja usted al norte de la provincia de Santa Elena?	Porcentaje
Si	88%
No	12%
Total	100%

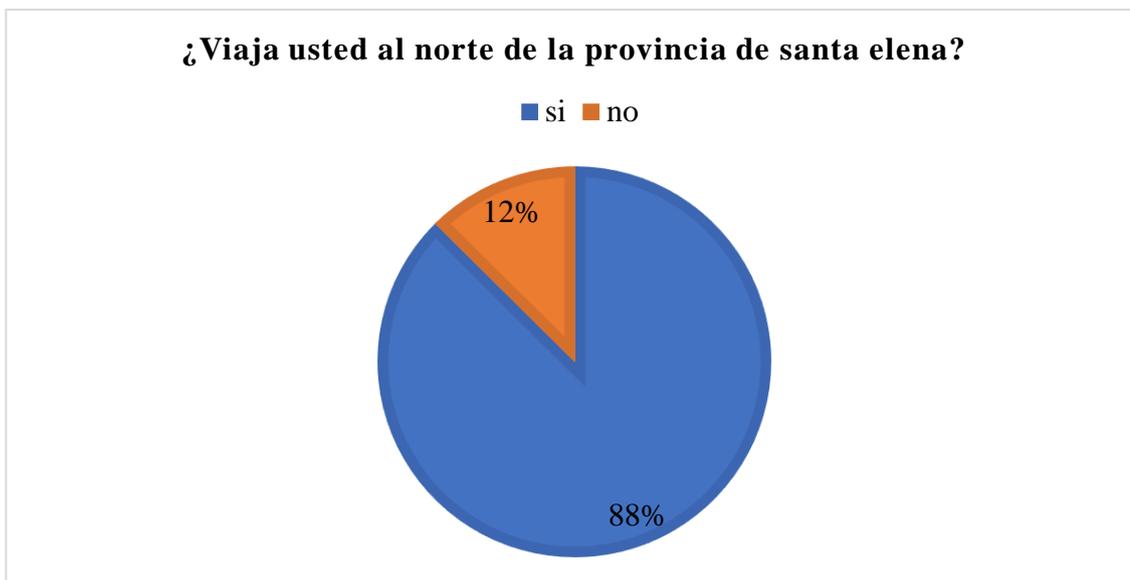


Figura 21. Encuestados que viajan a la provincia de Santa Elena

De acuerdo con las encuestas realizadas de las 401 personas el 88% que equivale a 351 personas que viajan al norte de la provincia de Santa Elena, mientras que tan solo el 12% no viajan al norte de la provincia de Santa Elena.

En compañía de quien suelen viajar los encuestados:

Tabla 5

En Compañía de Quien Suelen Viajan los Encuestados

¿En compañía de quién viaja?	Porcentaje
Solo	6,9%
Familia	49,7%
Amigos	28,8%
Pareja	13,6%
colegas de trabajo	0,7%
Extranjeros	0,3%

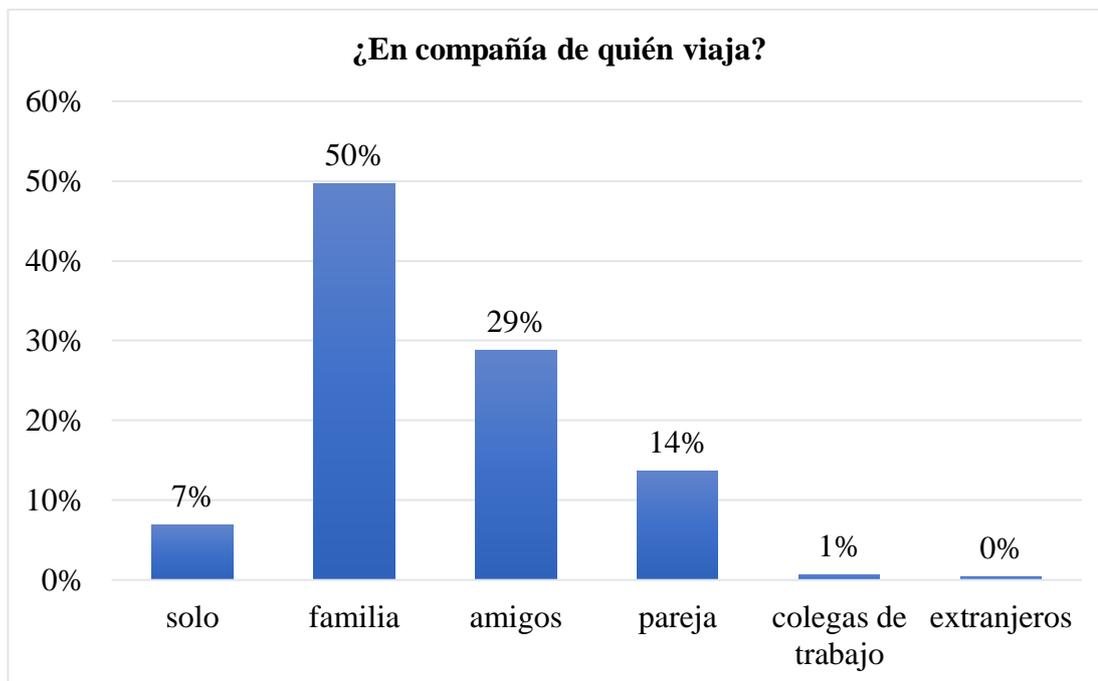


Figura 22. En compañía de quien viajan los encuestados

La información obtenida en esta pregunta, la cual fue opción múltiple, indica que 295 personas suelen viajar en familia, seguido de 171 encuestados viajan con amigos, mientras que 81 personas generalmente viajan con su pareja.

Frecuencia de visita al norte de la provincia de Santa Elena:

Tabla 6

Frecuencia de Visita al Norte de Santa Elena

¿Con qué frecuencia visita el norte de la provincia de santa Elena?	Porcentaje
1 a 2 veces al año	56%
3 a 4 veces al año	22%
Más de 5 veces al año	21%
Total	100%

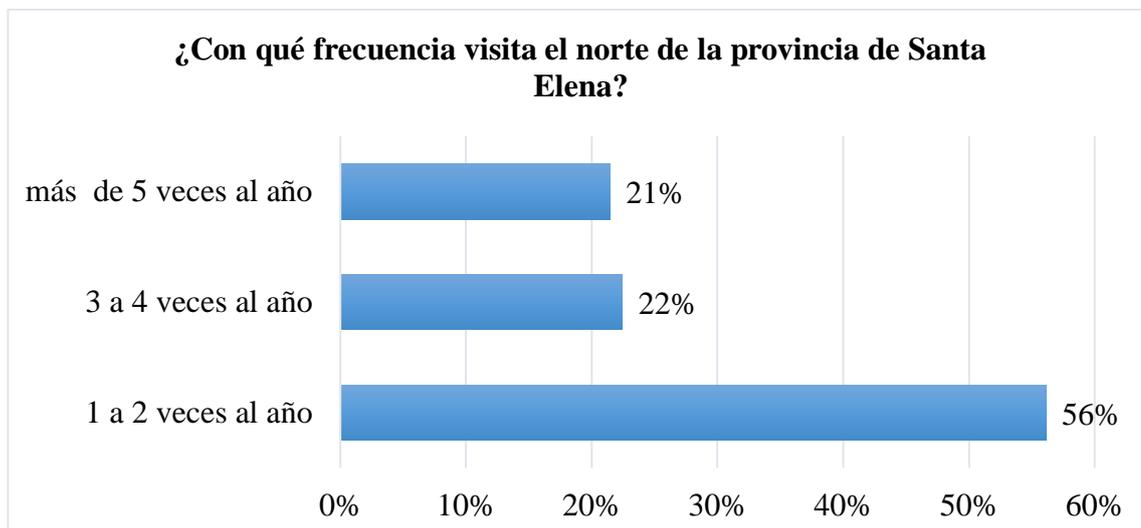


Figura 23. Frecuencia de visita al norte de Santa Elena

Según la encuesta realizada a 401 personas, el 56% visitan el norte de la provincia de Santa Elena entre una y dos veces al año, el 22% lo hace de tres a cuatro veces en el año, finalizando que el 21% de las personas lo hacen más de cinco veces al año.

Época en la que los encuestados visitan el norte de la provincia de Santa Elena:

Tabla 7

Época de Visita de los Encuestados

¿En Qué Época Visita El Norte De La Provincia De Santa Elena?	Porcentaje
Vacaciones Escolares (Costa)	42%
Vacaciones Escolares (Sierra)	5%
Carnaval	24%
Navidad	4%
Trabajo	1%
Feridos	2%
Cuando Puedo/Quiero	12%
Fin De Año	9%

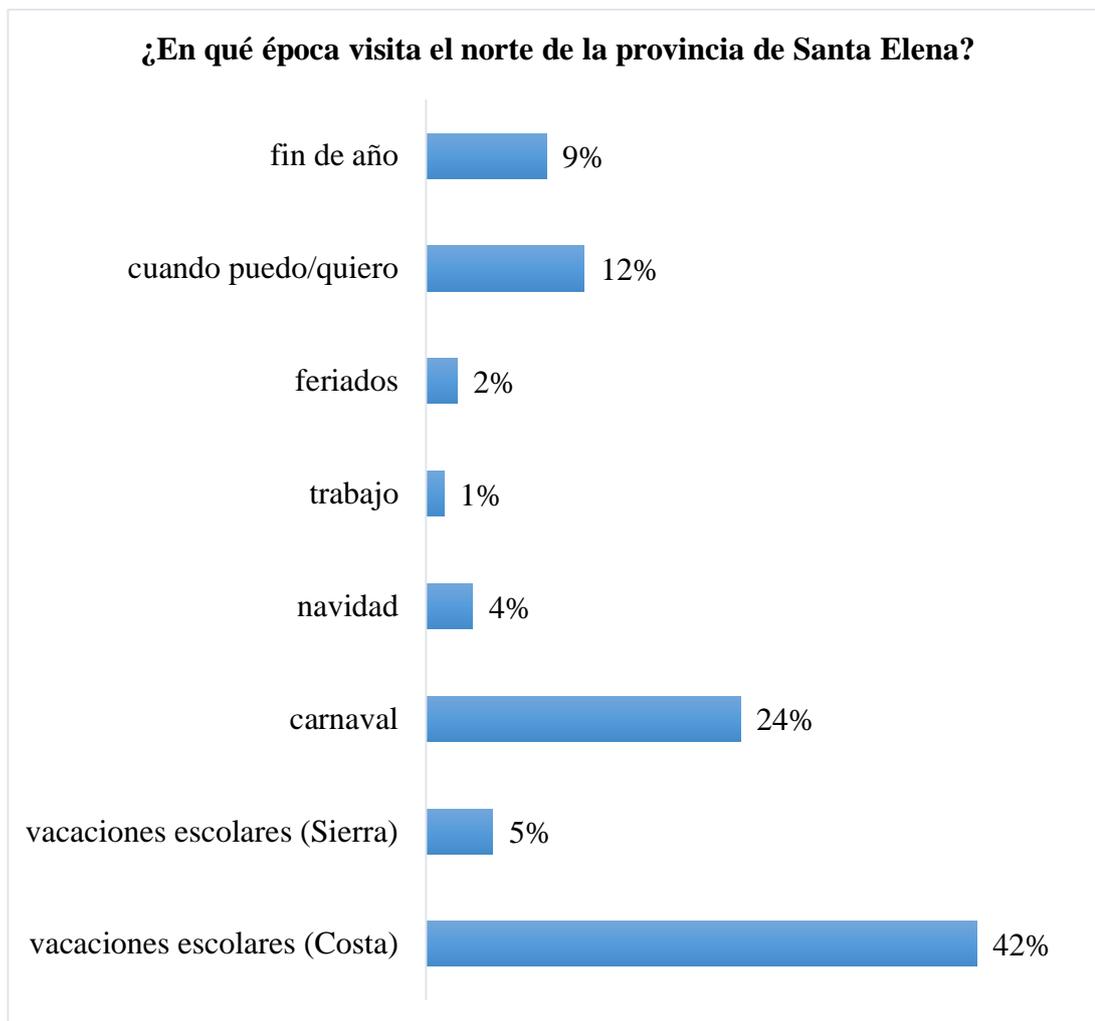


Figura 24. Época de visita de los encuestados

En la siguiente pregunta de la encuesta realizada se accedió a que los encuestados puedan elegir algunas opciones ya que en el año pueden visitar la provincia de Santa Elena en diferentes épocas o feriados a nivel nacional, teniendo en cuenta que en su mayoría 247 personas eligieron que visitan esta provincia en época de vacaciones escolares de la región Costa, seguido de que 141 personas la visitan en carnaval, continuando con que 31 personas respondieron que viajan en época de vacaciones escolares de la región Sierra finalizando con que también visitan la provincia por motivos de trabajo, navidad, fin de año y otros feriados.

Que motiva al encuestado hacer turismo en Santa Elena:

Tabla 8

Motivo para Hacer Turismo en Santa Elena

¿Qué Lo Motiva A Hacer Turismo En El Cantón Santa Elena?	Porcentaje
Las Playas	46%
Su Gastronomía	24%
Artesanías	5%
Trabajo	4%
Visita A Sitios De Interés (Museos, Acuarios, Etc.)	7%
Vida Nocturna	12%
Otros (Relajación, Visitas, etc.)	2%

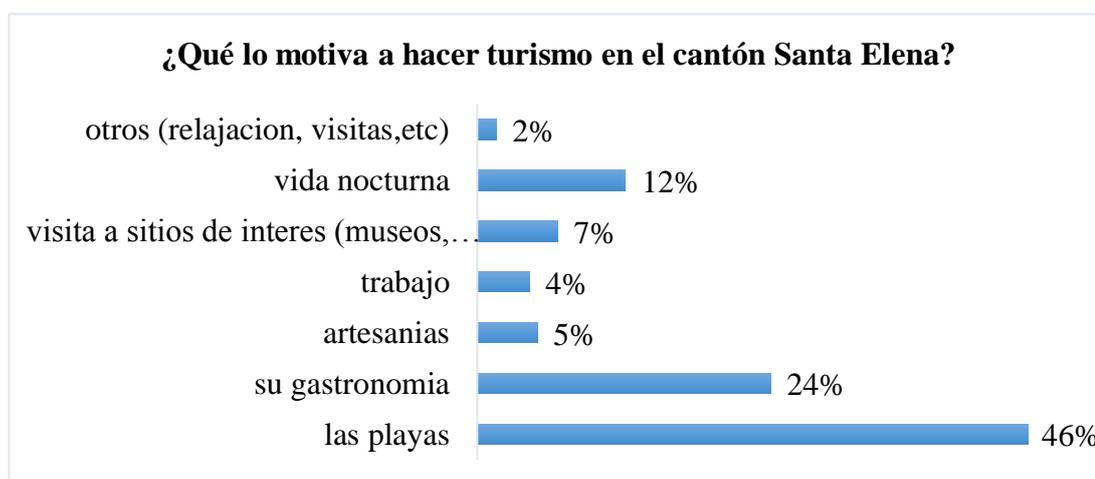


Figura 25. Motivo para hacer turismo en Santa Elena

En la siguiente pregunta podían elegir distintas opciones, en la que se analizó que una de las principales motivaciones por la que visitan el cantón Santa Elena son sus playas ya que 349 personas eligieron dicha opción seguida por 186 personas que visitan por su gastronomía, 94 la eligieron por su vida nocturna, 51 personas por visitas a sitios de interés como museos, acuarios, etc. Finalizando con que la eligen por sus artesanías, trabajo u otras actividades.

Conocen los encuestados la comuna Río Chico:

Tabla 9

¿Conocen los Encuestados la Comuna de Río Chico?

¿Conoce Usted La Comuna Río Chico?	Porcentaje
Si	34%
No	66%
Total	100%

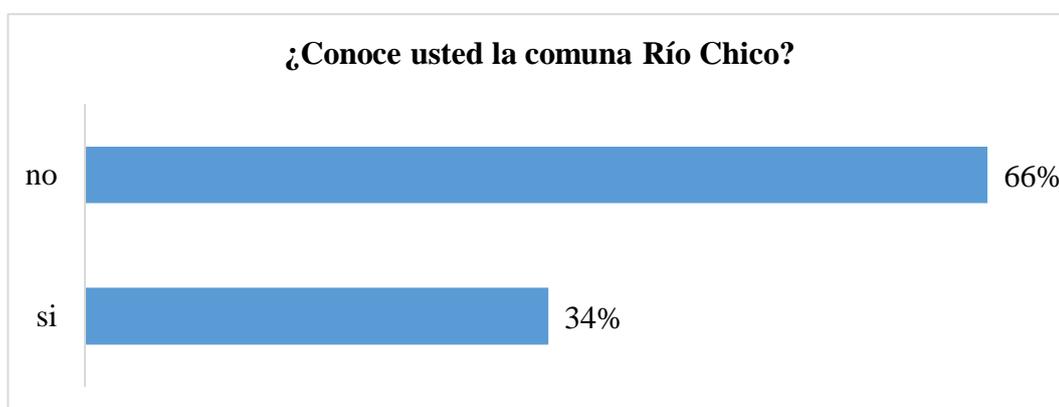


Figura 26. ¿Conocen los encuestados la comuna de Río Chico?

Esta pregunta emitió resultados muy importantes ya que se les pregunto a las personas que visitan el norte de la provincia de Santa Elena si conocen la comuna de Río Chico dando como resultado que el 66% de los encuestados que equivale a 265 personas no conocen la comuna mencionada, mientras que el 34% equivalente a 136 personas si conocen la comuna.

Los encuestados conocen que es el turismo acuícola:

Tabla 10

¿Conocen los Encuestados que es el Turismo Acuícola?

¿Conoce qué es el turismo acuícola?	Porcentaje
Si	37%
No	63%
Total	100%

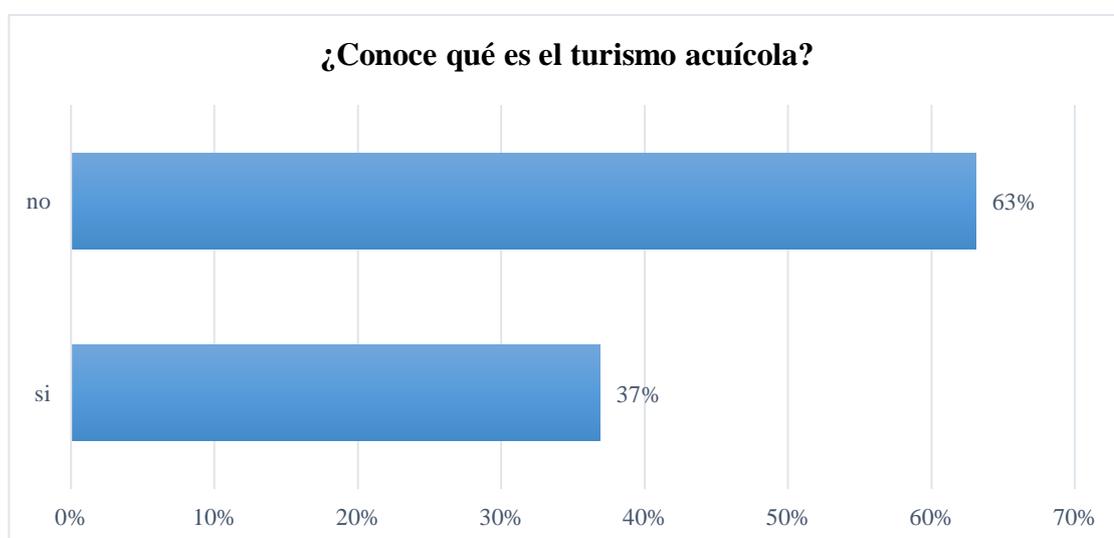


Figura 27. ¿Conocen los encuestados que es el turismo acuícola?

En la siguiente pregunta se procedió a preguntar si conocían acerca del turismo acuícola, dando como resultado que el 63% de las personas encuestadas No conoce dicho termino, pero el 37% de las personas respondió Si teniendo en cuenta que en el país no es usado el termino de turismo acuícola.

A los encuestados les interesaría realizar turismo acuícola en la comuna de Río Chico:

Tabla 11

Interés para Realizar Turismo Acuícola en la Comuna de Río Chico

¿Le interesaría Realizar Esta Actividad En La Comuna Río Chico Durante Su Recorrido En La Ruta Spondylus? (Turismo Acuícola)	Porcentaje
Si	81%
No	19%
Total	100%



Figura 28. Interés para realizar turismo acuícola en la comuna de Río Chico

Después de haber dado una breve reseña de lo que significa turismo acuícola se procedió a preguntar a los encuestados que, si les interesaría realizar esta actividad en la comuna Río Chico durante su recorrido por la ruta Spondylus, dando como resultado que el 81% de las personas contestó que Si mientras que el 19% respondió que No.

Cuanto estarían dispuestos a pagar los encuestados por realizar turismo acuícola en Río Chico:

Tabla 12

Precio Sugerido por los Encuestados

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por realizar un recorrido guiado en un laboratorio de larvas donde realizara turismo acuícola con una duración aproximada de una hora, finalizando con un ceviche de camarón tipo cóctel personalizado?	Porcentaje
\$ 1,00	0,31%
\$ 2,00	1,86%
\$ 3,00	4,33%
\$ 5,00	8,98%
\$ 6,00	0,62%
\$ 7,00	1,86%
\$ 8,00	2,48%
\$ 10,00	22,29%
\$ 12,00	1,24%
\$ 15,00	12,69%
\$ 16,00	0,31%
\$ 20,00	21,67%
\$ 25,00	6,81%
\$ 30,00	9,29%
\$ 35,00	0,62%
\$ 40,00	2,48%
\$ 45,00	0,31%
\$ 50,00	1,86%

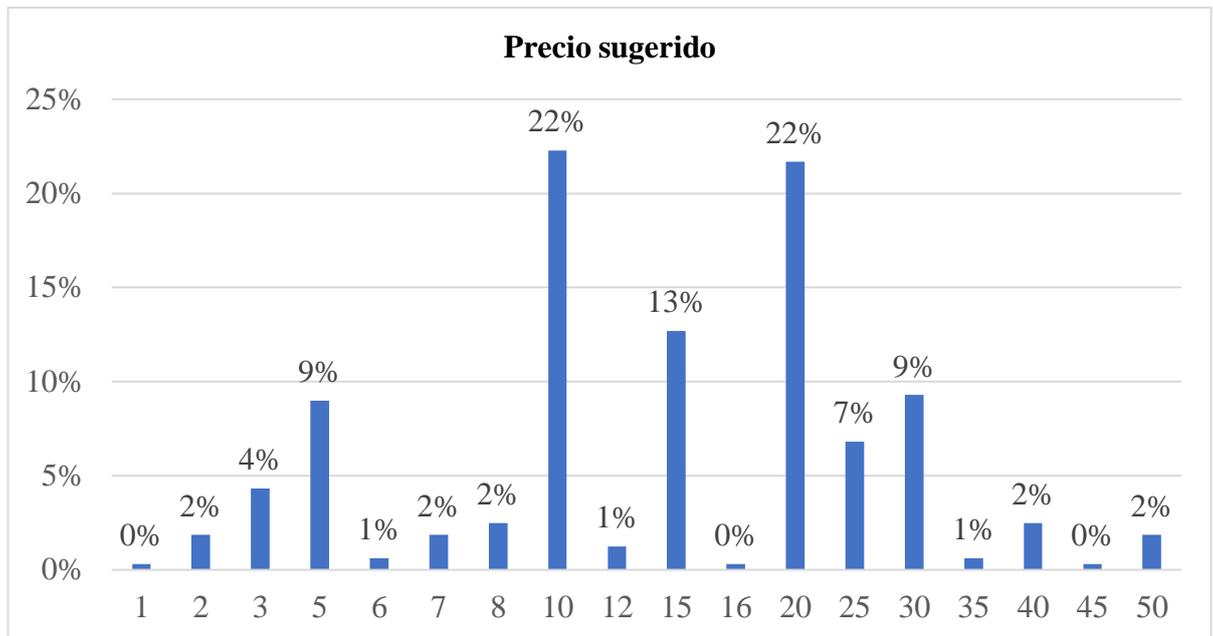


Figura 29. Precio sugerido por los encuestados

De acuerdo con la pregunta anterior de las 401 personas encuestadas 323 personas estarían interesadas en realizar turismo acuícola en la comuna Río Chico por lo que dicho mercado estaría dispuesto a pagar por persona entre \$10 y \$20 por realizar un recorrido guiado en un laboratorio de larvas con una duración aproximada de una hora, finalizando con un ceviche de camarón tipo cóctel personalizado.

¿Cuál es la razón por la cual no le interesaría? Por favor indique los factores que generan este desinterés

- No les parece atractiva la idea
- Viajan a la playa por otras razones
- Porque ya conocen el proceso y cultivo
- No hay suficiente tiempo para visitar el laboratorio
- Viajan solo por trabajo
- Problemas de salud
- Por el olor que puede haber por el balanceado
- Mucho tiempo para estar en un laboratorio

De las 401 personas encuestadas, 78 personas indicaron que no les interesaría realizar turismo acuícola en la comuna Río Chico por diferentes factores, entre los que más destacan fueron porque no es una actividad de su interés ya que no les parece

atractiva la propuesta, porque ya conocen el proceso y cultivo de larvas y camarones, porque no tienen suficiente tiempo ya que viajan por trabajo o simplemente cuando visitan el norte de Santa Elena lo hacen únicamente con el fin de estar en la playa.

Otros comentarios para tomar en cuenta en el proyecto fueron que por lo general viajan en familia y no saben si será de su agrado para los niños o si es apto para ellos, les preocupa que pueda existir mal olor a causa del balanceado, y que el tiempo estimado para el recorrido es muy largo.

Conclusión de las encuestas realizadas

En base a las encuestas realizadas a las personas que visitan o han visitado la ruta Spondylus, se ha determinado que el 51% de turistas son mujeres, mientras que el 49% son hombres de todas las edades, con énfasis en turistas jóvenes de entre 18 a 27 años. El tipo de turista que frecuenta la ruta Spondylus es el turista nacional que reside en Guayaquil. El 88% de los turistas viajan al norte de la provincia de Santa Elena una o dos veces al año en compañía de sus familias, amigos o pareja en época de vacaciones escolares, carnaval o cuando tienen tiempo y sus principales motivaciones para hacer turismo en el cantón son sus playas y su gastronomía. El 60% de los turistas no conocen la comuna Río Chico ni que es el turismo Acuícola. Luego de leer una nota donde se definía el turismo Acuícola, el 81% indicó que si le interesara realizar dicha actividad en la comuna Río Chico durante su recorrido en la Ruta Spondylus y el valor que estarían dispuestos a pagar por realizar el recorrido y finalizar con un ceviche de camarón tipo coctel personalizado es de \$10 a \$20. En cuanto a las razones por las que no estarían interesados en realizar la actividad indicaron que sería porque no es una actividad que despierta su interés ya que no les parece atractiva, porque ya conocen el cultivo de larvas y camarones y por falta de tiempo ya que trabajan o van exclusivamente para disfrutar de la playa, mientras que otros comentarios a tomar en cuenta son que por lo general viajan en familia y no saben si sería de su agrado para los niños o si es apto para ellos, les preocupa que vaya a existir mal olor a causa del balanceado y que el tiempo estimado para el recorrido sea muy largo.

Con toda la información recolectada se obtuvo el perfil del visitante y elementos a tomar en cuenta al momento de diseñar el producto turístico acuícola.

Capítulo 4

Diseño del Producto Turístico Acuícola

Diseño del producto de acuerdo con los Elementos del Sistema Turístico

De acuerdo con lo que indica la OMT, el producto turístico este compuesto por cuatro Elementos del Sistema Turístico (ver Figura 1); demanda, oferta, operadoras de mercado y espacio geográfico. En el Capítulo I, se detalla cada elemento.

A continuación, se especifica cada elemento y como estará compuesto, aplicado al Producto Turístico Acuícola de la comuna Río Chico:

- Con respecto a lo obtenido en el Capítulo III el estudio de mercado, bota como resultado el perfil del **demandante**: turistas jóvenes nacionales de entre 18^a a 27 años que transitan al norte de la provincia de Santa Elena, principalmente en época de vacaciones, motivados por la gastronomía y las playas, dispuestos a pagar por el producto entre \$10 y \$20.
- La **oferta** actualmente no existe, por lo cual se ha propuesto diseñar el producto Turístico Acuícola y no un emprendimiento ya que el producto en si es inexistente. Por lo que se quiere lograr es poner en valor un producto de exportación del Ecuador, por el cual el país es reconocido mundialmente, pero cuando los turistas se desplazan a Ecuador es imposible que ellos disfruten de la actividad, ya que solo llegan a degustar el producto, mas no conocer su proceso, cultivo, reproducción, pesca, tipo, historia o desarrollo de este. Por ello se requiere que un privado que ya cuente con el espacio y el laboratorio o camaronera quiera desarrollar dicha actividad turística. Para el diseño del producto en la comuna Río Chico, se contado con el laboratorio de larvas de camarón Calinauplio y CaliAquaLity, quienes serían los aliados estratégicos del producto ya que brindaran el espacio dentro del laboratorio donde se ubicará la infraestructura turística del producto acuícola. Dentro de la oferta se encontrará el producto que la actividad de turismo acuícola en el cual se realizara un recorrido guiado, la degustación del ceviche, además del atractivo natural que son las playas pertenecientes a la comuna de Río Chico. Los otros servicios que se pueden complementar son alojamiento y alimentación, aunque

nuestro producto no ha sido diseñado para pernoctar, sino que es un producto de paso o parada de excursión dentro de una ruta hacia un destino de estadía que se encuentra en la provincia de Santa Elena.

- Las **operadoras del mercado** son los operadores, agencias de viajes y tours turísticos que receptan y emiten turistas hacia el norte de la provincia de Santa Elena que promocionan y realicen paradas de excursión en el área de Turismo Acuícola. Además, se contará con demanda al paso, publicidad y reservas por medio de redes sociales y pagina web.
- El **espacio geográfico** es el laboratorio de larvas de camarón Calinauplio-CaliAquaLity, ubicado en la comuna Río Chico perteneciente a la parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena. Para ubicación geográfica del laboratorio en la comuna, Ver Figura 23 en el Diseño del Producto.

Señalización Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador

De acuerdo con el Manual de Señalización Turística (MinTur, 2011) y con la Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador (MinTur, 2017), las señaléticas deben cumplir con dimensiones específicas y el material adecuado para el clima, la humedad y la salinidad del destino podría ser aluminio o madera. Las que serían aplicadas al proyecto de Producto Turístico Acuícola son:

- Señalética interna de seguridad: permite “comunicar de una forma simple, rápida y de comprensión universal un código de conducta durante la visita”.



Figura 30. Ejemplos de Pictogramas de Restricción. Tomado del *Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011*. Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.

- Pictograma con poste: “tipo de señalética que a través de signos representa esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio.” Los pictogramas de aluminio deben mantener las siguientes dimensiones de pantalla: 600X600 mm o 750X750 mm, y los pictogramas de madera con dimensiones 500 x 500 mm o 500 x 700 mm.

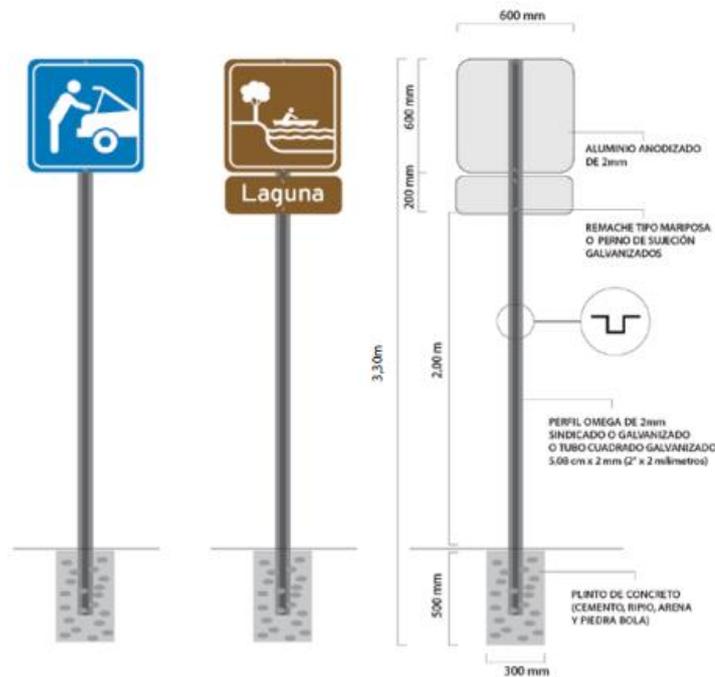


Figura 31. Ejemplo de pictograma con poste. Tomado del *Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011*. Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.

EJEMPLO					
TIPO	Pictogramas de atractivos naturales	Pictogramas de atractivos culturales.	Pictogramas de actividades turísticas	Pictogramas de servicios de apoyo	Pictogramas de restricción

Figura 32. Ejemplo de Señalética en atractivo, pictograma. Tomado de la *Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador, 2017*. Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.

- Señales de aproximación informativas de destino: “Instrumentos específicos de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también ejecutivas de destino.” Dichas señales pueden ser rectangulares o troqueladas terminando en flecha con sentido al lugar. Las dimensiones son 2,40 m x 0,60 m.

Señales Turísticas de Aproximación - Medida: 2,40 m X 0,60 m



Figura 33. Ejemplo de Señalización de aproximación informativa de destino. Tomado del *Manual de Señalización Turística del MINTUR, 2011*. Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.

EJEMPLO				
TIPO	Pictograma, (500 x 700 mm)	Señal de Aproximación y Direccionamiento, hacia sitios o instalaciones (1000 x 300 mm)	Tótem de Sitio (1400 x 400 mm)	Tótem de Direccionamiento (1400 x 400 mm)

Figura 34. Ejemplo de Señal de madera de aproximación. Tomado de la *Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador, 2017*. Visita a documento web el 5 de marzo del 2019.

Análisis financiero

Para el diseño del producto, el cual se va a desarrollar desde la óptica privada en un laboratorio de larvas de camarón, el cual facilitara el espacio para ubicar la infraestructura turística; se procedió a realizar un estudio de factibilidad financiera, de rentabilidad del producto y una investigación de mercados, para verificar si es viable desarrollar el diseño del producto Turismo Acuícola.

Para la **Inversión Inicial** se incluyeron valores correspondientes a sueldos, gastos promocionales, suministros, entre otros que cubran los gastos de 3 meses, adicional de los equipos, edificio, caja/banco, muebles y enseres; dando una inversión total de \$27.584,62. (Ver apéndice C).

El **Balance Inicial** tiene un Total de Activos de \$27,584.62, no cuenta con pasivos, Total de Patrimonio \$27,584.62, y un Total de Pasivos y Patrimonio de \$27,584.62. (Ver apéndice D)

La **Depreciación** tangible incluye al edificio, equipos y muebles/enseres con un valor anual de \$2,838.90 o \$236.57 mensual, mientras que la **Depreciación** intangible de los gastos de constitución es de \$200.00 anual o \$16.67 mensual. (Ver apéndice E)

No se realizó la **Amortización** del préstamo al CFN ya que se cuenta con el capital para financiar el proyecto. (Ver apéndice F)

En **Sueldos** se cuenta con dos administradores con un sueldo mensual de \$500.00, un chef de cocina que trabaja medio tiempo con sueldo mensual de \$250.00 y un guía con sueldo mensual de \$400.00. Anualmente se pagará un total de \$22,510.45 correspondiente a \$1,875.87 que es el sueldo mensual total de los empleados. A partir del año dos se aplica un incremento del 8%. (Ver apéndice G)

En **Ingresos** los análisis de los tres posibles escenarios, donde el número máximo de visitantes al día será de 20 personas por cinco días a la semana que será abierto al público, por las 4 semanas del mes, esto da un total de 400 visitantes mensuales; de los cuales en el escenario optimista el valor de ingreso total anual es de \$52,200.00, en el escenario normal el ingreso total anual es de \$39,300.00 , mientras que en el escenario pesimista, los ingresos totales anuales tienen un valor de

\$33,000.00 . En este análisis se tomó en consideración los niveles de ocupación de acuerdo con las épocas, meses y a los escenarios, además de los incrementos de precios y ventas anuales. También se aplicó las tasas de incremento anual en Precios y ventas. (Ver apéndice H)

Con respecto a **Gastos**, se dividen en dos: gastos administrativos que incluyen; sueldo administrativo, los servicios básicos, uniformes, mantenimiento, suministros de oficina, materiales de limpieza, depreciación de equipos, edificio, muebles y enseres, gastos de constitución y una concesión de uso de espacio que se da al laboratorio, y gastos de publicidad. Anualmente el valor de gastos administrativos es de \$17,885.33 y gastos de publicidad \$1,500.00. El total de gastos anuales es \$21,185.33, a partir del segundo año se lo calculo aumentando el porcentaje de inflación 5%. (Ver apéndice I)

Los **Costos Operacionales** contienen el sueldo del guía que es \$400.00, \$2.30 por cada ceviche, la depreciación de equipos de producción \$39.96 mensual, la depreciación de equipos electrónicos \$93.67 y el sueldo de medio tiempo del chef \$250.00. para obtener el valor mensual del costo del ceviche se tomó en consideración el porcentaje de ocupación en el escenario normal y se multiplico por cada ceviche, dando como resultado que se invierten \$6,026.00 en ceviche, \$4,800.00 en el sueldo del guía, \$479.56 por depreciación de equipos de producción, \$1,124.00 depreciación de equipos electrónicos y \$3,000.00 en el sueldo parcial del chef. En los años posteriores se aplicó un incremento anual de 5%. (Ver apéndice J)

El **Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)** refleja que, tomando el escenario normal, en el primer año el total de ingresos es de \$39,300.00; restando costos de operación, administración, publicidad y financieros, se obtienen \$7,485.10; de los cuales se resta el 15% correspondientes a la participación a trabajadores y el 25% del impuesto a la renta, finalizando así con una utilidad neta anual de \$4,771.75. (Ver apéndice K)

En el **Flujo de Caja** en el primer año se obtienen \$39,300.00 de ingresos por ventas, menos \$31,814.90 correspondientes a egresos de efectivo nos da un Flujo Neto de Caja de \$7,485.10. con respecto a la proyección a cinco años, el flujo de caja aumentara a \$35.120,16. (Ver apéndice L)

De acuerdo con la **Evaluación Financiera** del proyecto, el Período de Recuperación Inicial del escenario optimista es de un año y cinco meses, del escenario normal es dos años y ocho meses, mientras que en el escenario pesimista el tiempo de recuperación es de cuatro años y siete meses. (Ver apéndice M)

Con respecto a los **ratios** o razones financieras, se observa que, en el primer año, hay una ganancia del 72.95% sobre las ventas (Margen bruto), los impuestos absorben el 12.14% (Margen neto), el producto va ganando valor capitalizándose con relación con los activos con \$0,15, mientras que el valor de la utilidad que se va convirtiendo en capital es de \$0.17. proyectando el análisis hacia el año cinco; se espera que las ganancias sobre las ventas aumenten a 86.18%, el porcentaje que absorben los impuestos sería de 37.56%, que hasta el quinto año el producto se capitalizara ganando valor y creciendo con \$0.19, y que la utilidad que se va convirtiendo en capital aumente a \$1.27. (Ver apéndice N)

Escenarios

- El **escenario optimista** tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 105,42% el cual es mayor que el 20% de la Tasa de Descuento, un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 80.733,69, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) equivale a un año y cinco meses, por cada dólar invertido se generan \$1,06.
- El **escenario normal** tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 51% el cual es mayor que el 20% de la Tasa de Descuento, un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$25.106,21, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) equivale a tres años y seis meses, y por cada dólar invertido se generan \$0.49.
- El **escenario pesimista** tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 16% el cual es menor que el 20% de la Tasa de Descuento, un Valor Actual Neto (VAN) negativo de \$2.974,71, por lo que el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) supera los cinco años proyectados. A pesar de ello, por cada dólar invertido se genera \$0.20, lo que indica que a pesar de que no se recupere en los primeros 5 años la inversión inicial, si existirá ganancia. (Ver apéndice O).

Conclusión del análisis financiero

De acuerdo con el análisis financiero realizado, el producto es financieramente viable, por lo cual se procederá a diseñar el producto de excursión de turismo acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto.

Resumen del diseño

En la última reunión entre el Ing. Luis Falconi Tello Viceministro de Turismo, con la academia de la ciudad de Guayaquil, expresó la necesidad de darle un valor agregado a los productos que se exportan en el país, y de acuerdo al Ministro de Comercio Exterior, el Ecuador es el “segundo país con mayor producción y exportación de camarón del mundo” (Campana Sáenz, 2017). Además, desde enero a septiembre de 2017 “el camarón representa el 25% del total de la exportación no petrolera, siendo el primer producto que se envía al exterior seguido del banano con el 22%” (Ministro de Comercio Exterior). En Ecuador no se ha realizado turismo enfocado en el camarón siendo el primer producto exportador del país generando millones de divisas anuales y miles de plazas de trabajo. Por lo cual el proyecto es un producto innovador que, de acuerdo con el estudio del mercado, está enfocado a jóvenes nacionales provenientes principalmente de la ciudad de Guayaquil que transitan por la Ruta Spondylus en su recorrido hacia los balnearios de la zona norte de la provincia de Santa Elena.

Ficha de diseño del producto turístico acuícola:

Nombre del producto turístico: Producto turístico acuícola

Ubicación

Región: Costa

Provincia: Santa Elena

Cantón: Manglaralto

Comuna: Río Chico

Descripción del producto turístico

Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo

Eje temático: Turismo experiencial

Mercado objetivo: Turistas nacionales de entre 18 y 27 años

Duración: 1 hora

Dificultad: Baja

Capacidad: 20 personas

Horario: 09:00 am – 17:00 pm

Días de atención: miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo

Definición del producto

El turismo acuícola es la actividad turística donde puede conocer el proceso de cultivo, cría y producción de organismos acuáticos, en este caso el camarón en la comuna de Río Chico.

Motivos del viaje

Motivación principal: Turismo experiencial

Vivir una experiencia única conociendo uno de los productos estrella en exportación.

Otras motivaciones:

- Conocer un producto nuevo.
- Playa, Gastronomía.
- Conocer e interactuar con un producto estrella.
- Degustar un ceviche.

Recorrido

Recibimiento de los excursionistas – registro – sala virtual – historia de acuicultura en el Ecuador – recorrido por laboratorio de larvas de camarón: maduración, nauplios, larvicultura, Raceways, ventas (producto final)

Actividades

- Visita a la sala virtual
- Recorrido por instalaciones de laboratorio de larvas de camarón
- Degustación de ceviche de camarones

Calidad necesaria en el servicio

- Seguridad
- Guianza
- Tecnología

Basado en herramienta metodológica de (Micentur, 2014)

Información del producto

El proyecto se encuentra ubicado en un laboratorio de la comuna Río Chico, cantón Manglaralto, provincia Santa Elena. El mercado objetivo son turistas nacionales de entre 18 y 27 años que transitan por el norte de la provincia de Santa Elena hacia los balnearios de esta.

El turismo acuícola es un producto nuevo con un eje temático de turismo experiencial donde los visitantes recorrerán las instalaciones para conocer el proceso de cultivo, cría y producción del camarón mientras interactúan y participan de ciertas actividades guiados por personal capacitado.

El recorrido tendrá una duración aproximada de una hora ya que, de acuerdo con el estudio de mercado, los visitantes están dispuestos a recorrer y desviarse de sus actividades principales, máximo por una hora, incluyendo la degustación del ceviche. La dificultad es baja ya que es un recorrido corto en un laboratorio de producción de camarón con superficie encementada y adoquinada, el cual será adaptado para la comodidad del turista. En el área de reproducción, recolección y manejo de huevos de camarón, la temperatura que se maneja en el interior es de 30° centígrados, y en los tanques de maduración y engorde de larva, la temperatura varía entre 30° a 35° centígrados; dicha temperatura no puede ser cambiada debido a que ese es el clima en el que viven, crecen y se reproducen las larvas de camarones, pero para los visitantes que tengan inconvenientes con la temperatura, se proyectara en una pantalla el recorrido interno, previamente grabado.

La capacidad de carga será de máximo 20 personas al día; para no crear un impacto en la empresa privada que trabaja durante todo el año produciendo uno de los mejores nauplios del país y vendiendo millones de larvas cada 15 días, el recorrido turístico será operado cinco días a la semana, puesto que los dos días de inoperatividad turística sean usados para realizar actividades de mantenimiento, limpieza y trabajos administrativos.

Las personas que visiten al laboratorio vivirán una experiencia única donde conocerán más sobre el primer producto no petrolero más exportado del país que es mundialmente conocido por su sabor, calidad y producción, siendo el Ecuador el segundo país con mayor producción y exportación de camarón del mundo. Por lo que

la idea de crear un valor agregado a tan valioso producto ecuatoriano es innovadora y atractiva para el mercado ya que muchos ecuatorianos no valoramos ni conocemos algunos de los productos que producimos, siendo esta una forma de crear conciencia y dar a conocer los avances acuícolas, reconocimientos mundiales e historia de la producción del camarón en el Ecuador.

El recorrido inicia con el registro de los visitantes y a continuación iniciarán las actividades a cargo de un guía quien los llevará a la sala virtual donde por medio de gafas de realidad virtual, vivirán la experiencia de ser una larva de camarón, viendo y sintiendo algunos de los procesos que viven como los recambios; donde los tanques bajan los niveles de agua para limpiar y cambiar el agua, la transferencia; donde se recolecta por medio de una malla, son transferidos de un tanque a otro para acelerar su crecimiento, ya que cada vez que se realiza este proceso, la larva dispara su proceso de crecimiento y se fortalece. También serán parte de la recolección de larvas para muestras o cosechas. Estas experiencias fueron adaptadas debido a que, de acuerdo con el estudio de mercado, los visitantes son jóvenes que se ven atraídos por las experiencias digitales, por lo que las gafas de realidad virtual con enfoque 3D serán el inicio de la aventura acuícola que los conectarán al recorrido. Además, se adecuó el área de la realidad virtual con algunos artículos que serán de apoyo para que la sensación sea más real, como ventiladores, aire caliente, agua, música de fondo, etc.

Continuando con el recorrido, luego de la experiencia de realidad aumentada, en la sala virtual también encontrarán videos cortos, fotos, reportajes y noticias sobre la producción de camarón en el Ecuador, los inicios de la acuicultura, los avances que se dieron a lo largo del tiempo, las épocas difíciles para los productores como la mancha blanca, los reconocimientos que ha tenido el Ecuador por la producción acuícola, los reconocimientos de la empresa y fotos históricas.

El guía los llevará al siguiente punto que es el área de reproducción, donde se encuentran los reproductores que son camarones de 40 gramos que fueron elegidos genéticamente por medio de varios estudios para seleccionar a los ejemplares que produzcan los nauplios más fuertes y que se adapten mejor a los cambios. En el área de reproducción podrán observar el cortejo que hace el macho para aparearse con la hembra, y una vez que esto suceda se captura a la hembra para verificar si fue copulada, luego es trasladada a un área apartada donde proceden a desovar los cientos de miles

de huevos que produjo cada una. Luego, dichos huevos son trasladados a otra área donde son depositados con delicadeza en un tanque donde se los mantiene tapados y con un foco de luz en el interior, lo cual los atrae a la superficie, donde serán recolectados para ser examinados y posteriormente pasaran de ser huevos, eclosionando a nauplios, evolucionando a nauplio 1, nauplio 2, nauplio 3, nauplio 4 y finalmente nauplio 5 que es la etapa donde se los traslada hacia el área de maduración. Cabe recalcar que, en el área de reproducción y manejo de nauplios, se realizan los trabajos a alta temperatura, casi sin luz y con mucha delicadeza ya que es el espacio idóneo para las especies y los pequeños ejemplares deben ser tratados con delicadeza.

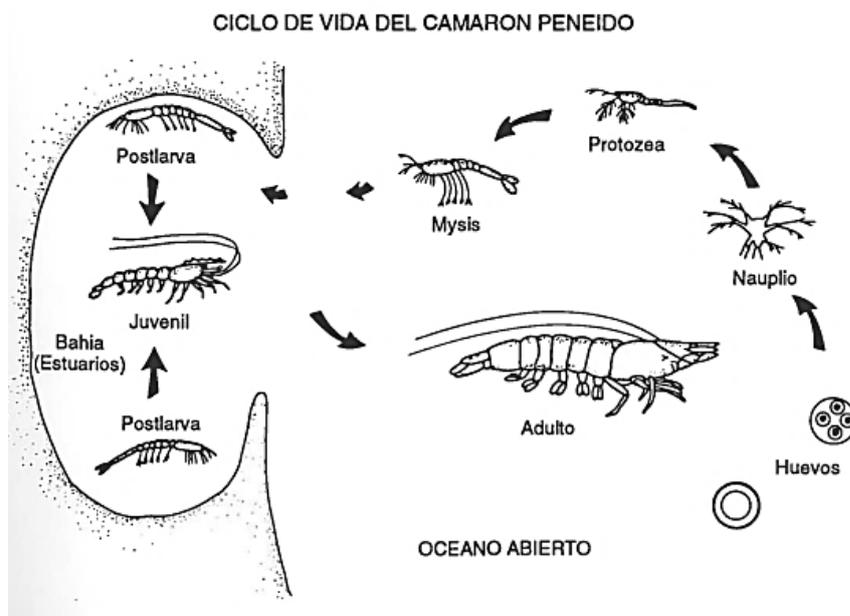


Figura 35.- Ciclo de vida del camarón Peneido, tomado del Manual de Laboratorio para el Cultivo de Larvas de Camarón Peneido (1993).

En el área de larvicultura las condiciones del ambiente cambian ya que son al aire libre pero el agua se mantiene a cierta temperatura y está cubierto por un plástico grueso lo que hace que el área mantenga la temperatura caliente ya que, al estar a pocos metros de la playa, la brisa del viento puede alterarlo fácilmente. En dicha área cambian a zoea, zoea 2, zoea 3 y luego a misis 1, misis 2, misis 3. Cuando llegan a esta etapa, son trasladados al área de engorde donde pasaran de misis a postlarva 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, hasta PL8 el cual es el tamaño seleccionado para realizar la venta de las larvas hacia las camaroneras. La evolución de nauplio, zoea y misis se dan cada 12 horas, mientras que la evolución de postlarva se da cada 24 horas, por lo que el periodo de siembra a cosecha suele ser cada 15 días aproximadamente.

En el recorrido se llevará a los visitantes por las diferentes bases del laboratorio para que conozcan de los procesos anteriormente mencionados, adicional a ella podrán observar en el microscopio algunos estadios con cambios más significativos como los huevos eclosionados y sin eclosionar, los nauplios que parecen arañitas con un solo ojo, zoea que ya comienzan a tener cola, mysis donde nadan hacia atrás y aparece su columna, y finalmente postlarva donde ya es una larva de camarón completa con los dos ojos separados y sus patas completas y correctamente formadas. Todo el recorrido no tomara más de 30 minutos ya que todo se encuentra en el mismo laboratorio y es un proceso rápido de observar, además que se facilitaran unas laminas para que puedan observar mejor.

Luego del recorrido por el laboratorio, los visitantes retornan al área inicial donde podrán hidratarse y degustar de un delicioso ceviche de camarón, el cual fue cultivado en el mismo laboratorio. En la misma área podrán descansar y disfrutar de hamacas y si desean podrán comprar alguna libra de camarón producido del laboratorio.

Entre las facilidades que se posee tenemos parqueadero ya que en la actualidad el 70% de los jóvenes se traslada en auto propio, tecnología como cámaras, microscopio, televisores, computadoras, gafas de realidad virtual, y seguridad durante todo el recorrido ya que es un área cerrada que cuenta con cámaras de seguridad y el personal es atento y respetuoso con los visitantes y sus pertenencias.

Ubicación

El proyecto se encuentra ubicado en la comuna Río Chico, entre Cadeate y Manglaralto, pasando el puente que cruza el río, se ingresa hacia la derecha y avanza un kilómetro hasta llegar al laboratorio de larvas “Calinauplio-CaliAquaLity-Crisanti” del Ingeniero Boris Bohórquez quien es socio e inversionista del proyecto. El acceso al laboratorio desde la principal es por camino de tierra.



Figura 36.- Logo de empresas asociadas, donde se propone realizar el proyecto.

Internamente las empresas se dividen en Calinauplio, CaliAquaLity y Crisanti. Las dos primeras se dedican a la reproducción y producción de nauplios, mientras que la última se dedica a la siguiente fase, la producción de larvas hasta el engorde para las ventas a las camaroneras.

Ubicación del terreno



Figura 37.- Mapa Camaroneras Tomado del GAD de Santa Elena, visita realizada al municipio de Santa Elena, noviembre 2018.

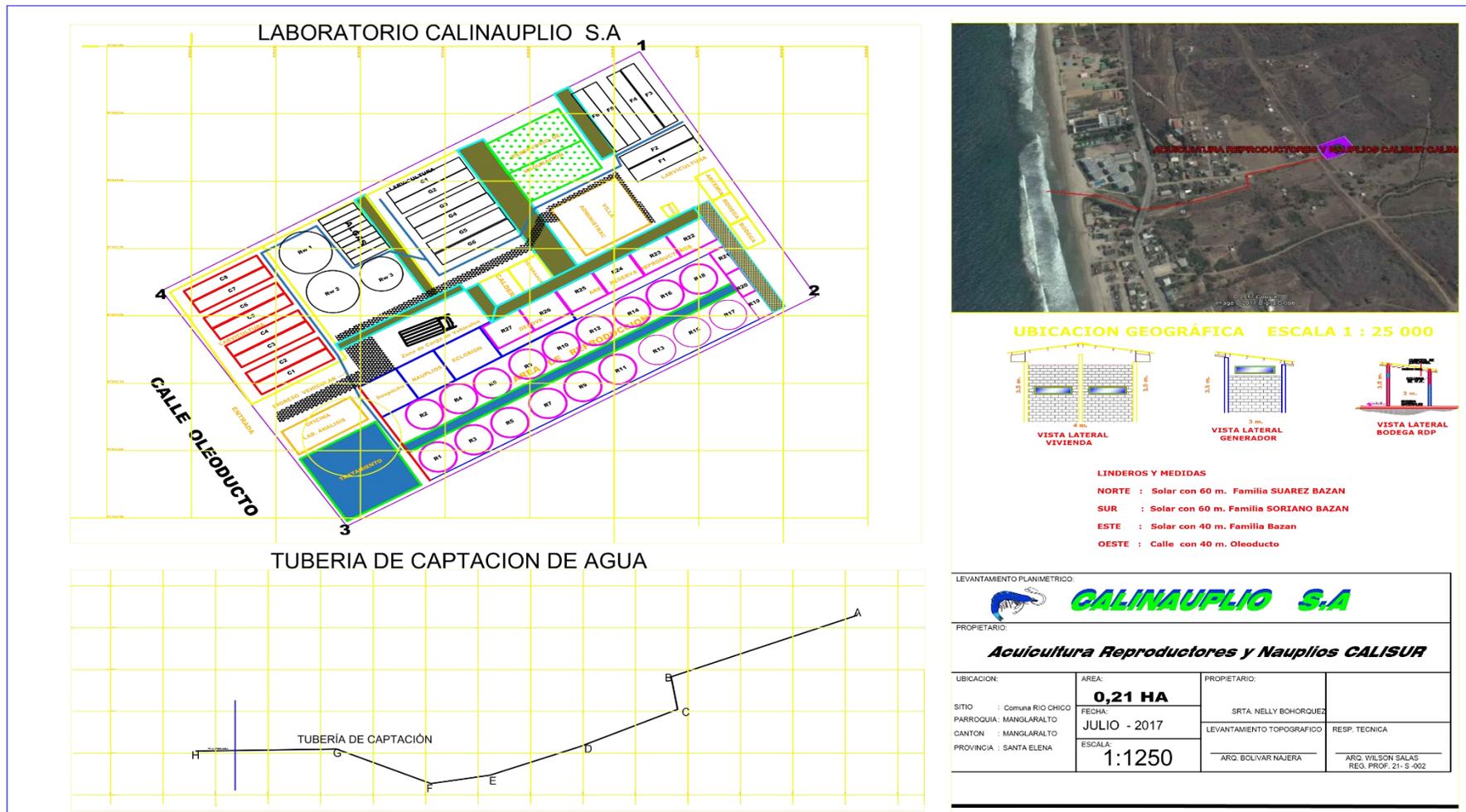


Figura 38.- Planos de Laboratorio de larvas, tomado de: Calinauplio S.A.,2018.

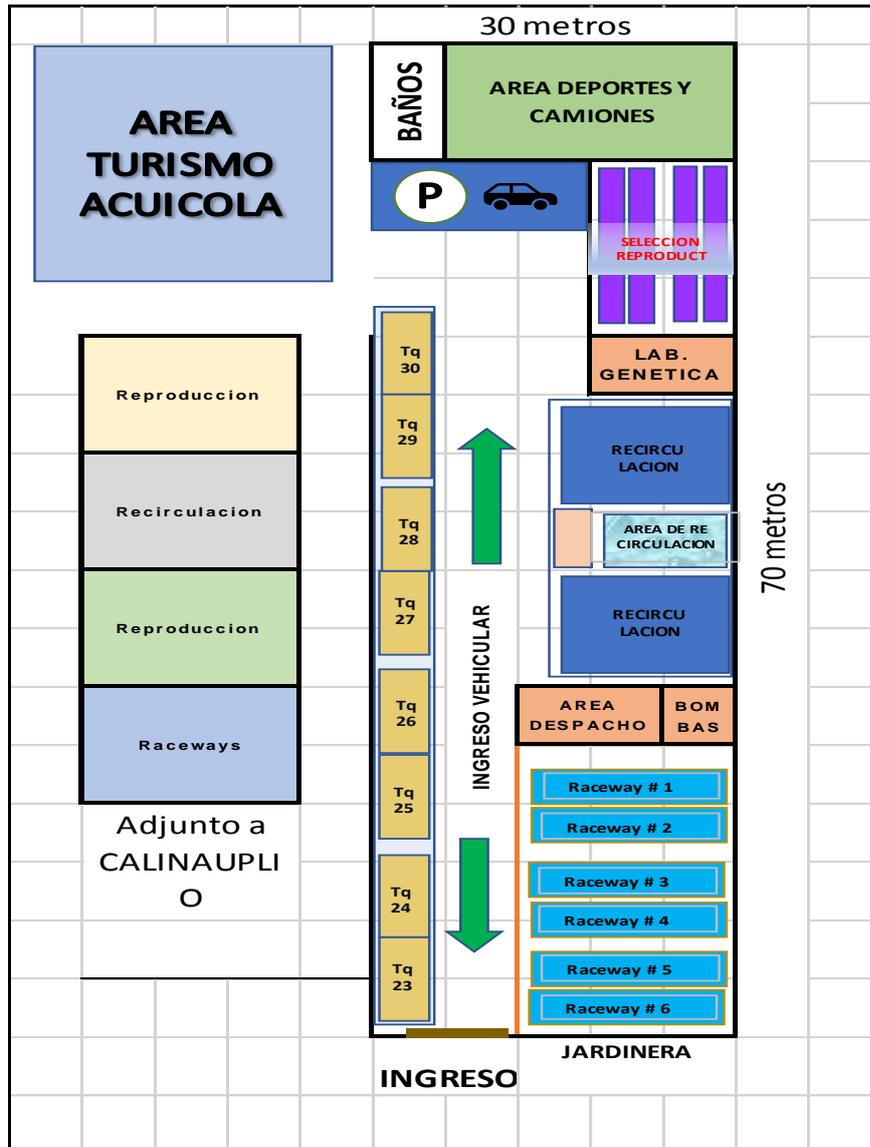


Figura 39.- Planos para nueva área para turismo acuícola hecho por el Ing. Boris Bohórquez, 2018

En el plano que se muestra se puede observar el área cedida para poder realizar las adecuaciones para el proyecto, las mismas que cuentan con baño, parqueadero, área de interpretación y las distintas rutas para la respectiva demostración de ciertos puntos del laboratorio de larvas de camarón.

Marketing Mix

Producto



- Producto turístico acuícola.
- Actividad turística donde se puede conocer el proceso de cultivo, cría y producción de organismos acuáticos en este caso el camarón.
- Demostración 3D del proceso de producción de larvas de camarón.

Precio



- El producto tendrá un valor de \$20,00 por realizar un recorrido guiado en el laboratorio de larvas con una duración aproximada de una hora finalizando con un ceviche de camarón.

Plaza



- El producto turístico funcionara en el laboratorio de larvas de camarón CALIACUALITY que se encuentra adjunto a CALINAUPLIO, que se encuentra en la comuna Rio Chico de la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena.

Promoción



- Publicidad por medio de redes sociales, difusión de panfletos, banners, reportajes y plantillas promocionales.
- Operadoras turísticas asociadas.
- Agencias de viajes asociadas.
- Aplicación que estara disponible en Play Store y App Store.

Estrategia de comercialización y promoción del producto



VEN!

Y DISFRUTA UNA NUEVA EXPERIENCIA TURÍSTICA

Conoce más de cerca uno de los productos estrellas de exportación del Ecuador



Sabías que así se ve un camarón bebe?



Áreas:

Realidad virtual



Degustación



Descanso



Contamos con:

GUÍA PARQUEO SEGURIDAD

Duración del recorrido

1 HORA

Telf: 0982432806 - 0968165076
Correo: shrimptour@hotmail.com

Río Chico
Santa Elena

Figura 40.- Plantilla para promoción de producto Turístico Acuicola, 2019.



Figura 41.- Logo del Producto elaborado por Ericka Castro Montoya encargada de marketing de la empresa Calinauplio, enero 2019.



Figura 42.- Prototipo para APP de la empresa Calinauplio del Ing. Boris Bohórquez, 2018.



Figura 43.- Demostración gafas de realidad virtual tomada de la página de: Samsung, en visita realizada a la página web, 2018

Conclusión

A través de los marcos, se puede constatar que en otros países existe turismo acuícola, larvícola, marítimo o camaronícola (términos usados en diferentes países), lo cual, da apertura a querer diseñar un producto turístico que le dé un valor agregado al cultivo de camarón y más aún cuando el Ecuador ocupa un lugar importante en la producción y exportación de camarón, dando inicio así a la fusión de dos de nuestras grandes potencias; el turismo y la acuicultura.

De acuerdo con lo analizado por medio de la ficha “Caracterización Turística de Comunidades” del Manual para el Diagnóstico Turístico Local (Ricaurte Quijano, 2009) los comuneros están muy interesados en el ámbito turístico, y creen que es excelente fuente de ingresos y oportunidades para poder crear plazas de trabajo y explotar el potencial de la comuna.

La creación de un producto turístico en la comuna Rio Chico, podría ser el puente o el proyecto que, de la apertura a desarrollar el turismo en la comuna, logrando así tener alcantarillado, señalización turística, asfaltado de las vías, capacitaciones tanto turísticas como educativas, entre otros. Dejando de ser una comuna de paso, y convertirse en un destino de estadía.

El resultado de las encuestas demuestra que existe un alto nivel de interés en el producto ya que es innovador y educativo, aunque la mayoría de los turistas desconocen la ubicación o la existencia de la comuna Rio Chico, confirmando así que es una comuna de paso para los turistas que viajan por el norte de la provincia de Santa Elena.

La idea de crear un producto turístico acuícola es innovadora y atractiva tanto para los turistas, como para los productores de larvas de camarón, lo cual demuestra que, de acuerdo con todo el desarrollo del proyecto, este es viable y podría ser catapultado como un producto turístico potencial del país.

Recomendaciones

En base a la última pregunta de la encuesta donde se preguntaba las razones por las que no estarían interesados en realizar la actividad turística, algunos turistas indicaron algunos aspectos que se debería tomar en consideración al momento de crear el producto, como no pasarse del tiempo máximo de recorrido, tener paciencia y estar capacitados para tratar con niños pequeños; tanto en la atención en ellos, como en el cuidado al encontrarse alrededor de los tanques o en las áreas oscuras, en este caso se podría usar una pulsera luminiscente para tener un poco de control en caso de que un niño se desvíe del camino. Otro punto por tomar en consideración es no dejar al paso o abiertas las fundas de balanceado ya que el mal olor podría incomodar a los turistas durante el recorrido, a pesar de que el área de bodega se encuentra apartado de la ruta estipulada para el recorrido.

De acuerdo con el análisis financiero realizado; el proyecto es viable, por lo cual implementarlo, es una idea de negocio rentable y que permitirá crear una experiencia nueva en la ruta Spondylus, creando así 4 plazas de trabajo y pondría en el mapa un nuevo tipo de turismo que le da un plus a uno de los productos estrella que exporta el país, además de darle un atractivo a la comuna Rio Chico.

Como se pudo evidenciar, no solo el turista muestra interés, sino que los productores también se ven interesados y atraídos por este nuevo tipo de turismo acuícola por lo que se debería aplicar temas como estos que le den un valor agregado a productos o servicios en los que el Ecuador es reconocido a nivel mundial, brindando recorridos en los que puedan apreciar e intentar ser parte de la producción de dichos servicios o productos, dando así un sentido de pertenencia, orgullo e importancia con el país.

Referencias Bibliográficas

(s.f.).

(s.f.). Obtenido de <http://www.ecuador.com/costa/>

(s.f.).

(s.f.). Obtenido de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6567/6/657.4-F634d-Gba.pdf>

Acuicultura, C. N. (2017). *CNA Ecuador*. Obtenido de <https://www.cna-ecuador.com/nosotros/>

Acuicultura, S. d. (Octubre de 2017). *Ministerio de Acuicultura y Pesca*. Obtenido de Subsecretaria de Acuicultura: <http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/subsecretaria-de-acuicultura>

Bertalanffy, L. V. (s.f.). *Teoria General de los Sistemas*. Obtenido de https://cienciasyparadigmas.files.wordpress.com/2012/06/teoria-general-de-los-sistemas-_fundamentos-desarrollo-aplicacionesludwig-von-bertalanffy.pdf

BLANCO, M. D. (2010). Obtenido de <http://aquaticcommons.org/16644/1/86.%20Various%20Institutions.%20MBP%202010%5B1%5D.pdf>

Blog Ecuador. (s.f.). Obtenido de <https://blogecuadorregionesnaturales.wordpress.com/2013/03/11/la-region-interandina-o-sierra/>

Camara Nacional de Pesqueria, C. (2017). *Camara de Pesqueria*. Obtenido de <https://camaradepesqueria.com/la-camara/#quienessomos>

Campana Sáenz, P. (17 de Octubre de 2017). *Ministro de Comercio Exterior*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-balsa-y-segundo-exportador-de-camaron-en-el-mundo/#>

- CEMA-, U. D. (noviembre de 2001). Obtenido de <https://digi.usac.edu.gt/bvirtual/informes/prunian/INF-2001-082.pdf>
- CIMA. (Mayo de 2017). *Centro de Investigaciones Medioambientales*. Obtenido de <http://www.cimacanarias.com/index.php/blog-noticias/217-blog4>
- CNP, C. N. (21 de Septiembre de 2018). Obtenido de https://camaradepesqueria.com/ministerio_acuacultura_cambia/
- Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Constituyente, A. (Publicada en el Registro Oficial No. 449 - 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Ecuador. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Dankhe. (1986).
- Despegar*. (s.f.). Obtenido de www.despegar.com.ec
- Dr. Roberto Hernández Sampieri, D. C. (2014). *Metodologia de la investigación*. Obtenido de Free libros: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Ecuador*. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadortravelsite.org/traditional_dishes_ecuador.html
- FAO. (1997). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentacion*. Obtenido de <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2003/aquaculture-defs.htm>
- Franklin Ormaza Gonzalez, P. (27 de Mayo de 2018). *CNP, Camara Nacional de Pesqueria*. Obtenido de https://camaradepesqueria.com/sostenibilidad_pesquera_acuicola/#

- FUNDES. (2016). *Programa de desarrollo económico con enfoque territorial en la zona sur occidental de el salvador: acuicultura y turismo*. El Salvador.
- GAD Provincial de Santa Elena. (2015-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial*. Santa Elena.
- GAD, P. (2014-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia rural Manglaralto*. Manglaralto.
- Galder, G. G., & Goizalde, H. S. (2012). Nuevo paradigma turístico del siglo XXI: El ejemplo del turismo industrial. *Turismo & Desenvolvimiento*(1), 61-76. Recuperado el cinco de noviembre de 2018, de <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/viewFile/10513/8731>
- Goback. (s.f.). Obtenido de <http://gobackpacking.com/travel-guides/ecuador/ecuadorian-food-typical-traditional/>
- Goback Packing. (s.f.). Obtenido de <http://gobackpacking.com/travel-guides/ecuador/ecuadorian-food-typical-traditional/>
- González. (2011).
- Grinnell. (1997).
- Hernández, F. &. (2007).
- <http://www.larevista.ec/orientacion/psicologia/narcisismo-en-redes-sociales>. (s.f.).
- INP, I. N. (2017). *Instituto de Pesca*. Obtenido de <http://www.institutopesca.gob.ec/la-institucion/>
- Jiménez. (1983).
- MAGAP. (Octubre de 2017). *Ministerio de Acuicultura y pesca*. Obtenido de Acuicultura y Pesca: <http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/la-institucion>
- Malhotra. (2008).
- Malhotra, N. k. (2008). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Mexico: PEARSON EDUCATION. Obtenido de

<http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>

Micentur, P. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Obtenido de [file:///C:/Users/usuar/Downloads/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuar/Downloads/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014%20(1).pdf)

Ministerio de Turismo del Ecuador. (26 de Septiembre de 2007). Obtenido de DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (9 de Marzo de 2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/1.REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (29 de Diciembre de 2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/2.LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>

MinTur. (2011). *Manual de Señalización Turística*.

MinTur. (2017). *Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador*.

Molina. (1991).

Molina. (1997).

Municipalidad, S. (2013). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial canton Santa Elena (2014-2019)*.

Narcisismo en redes sociales. (s.f.). *l*.

Narcisismo en redes sociales. (2015). *La Revista*, 25. Obtenido de <http://www.larevista.ec/orientacion/psicologia/narcisismo-en-redes-sociales>

Narcisismo en redes sociales. (2016). *La Revista*, 27. Obtenido de <http://www.larevista.ec/orientacion/psicologia/narcisismo-en-redes-sociales>

Nieves. (2006).

OESA. (12 de Mayo de 2017). *Oservatorio de Acuicultura*. Obtenido de http://www.observatorio-acuicultura.es/comunicacion/agenda/jornada-turismo-naturaleza-pesca-y-acuicultura?utm_source=newsletter_198&utm_medium=email&utm_campaign=jornada-turismo-naturaleza-pesca-y-acuicultura):

OMT. (1997). *Introducción al Turismo*.

OMT. (2013). *UNTWO*.

Orgsnizacion Mundial de Turismo, O. (2013). *UNWTO*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

Regiones del Ecuador. (s.f.). Obtenido de <http://www.in-quito.com/sierra-region.htm>

Ricaurte Quijano, C. (2009). *Manual Para el Diagnostico Turistico Local*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1542755359&Signature=m9l8CEX8bRo5sXOsUdwiLJ%2F31fE%3D&response-content-disposition=inline%3B%3B>

RIET. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf

Sampieri, D. R., Collado, D. C., & Lucio, D. M. (Abril de 2014). Metodología de la investigación. *Metodología de la investigación sexta edición*. Mexico: Mc Graw Hill.

SAMSUNG. (s.f.). Obtenido de [https://images.samsung.com/is/image/samsung/p5/es/a-fondo/wearables/nuevas-gafas-realidad-virtual-samsung-gear-vr/gear-vr-realidad-virtual-samsung960.jpg?\\$_ORIGIN_JPG\\$](https://images.samsung.com/is/image/samsung/p5/es/a-fondo/wearables/nuevas-gafas-realidad-virtual-samsung-gear-vr/gear-vr-realidad-virtual-samsung960.jpg?$_ORIGIN_JPG$)

Schwarz, L. (2018). *Visión general del sector acuícola nacional - Ecuador*. Roma: Departamento de Pesca y Acuicultura de la FAO.

Stracuzzi, S. P., & Pestana, F. M. (2012). Metodología de la Investigación Cuantitativa. *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: Fedupel.

The Observatory of Economic Complexity. (2017). *The Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de Crustaceans and Molluscs: <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/sitc/0360/>

Transito, Agencia Nacional de. (s.f.). *Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Obtenido de <file:///C:/Users/usuar/Downloads/lotttsv%20reformada.pdf>

trivago. (s.f.). Obtenido de http://www.trivago.com.ec/?sLanguageLocale=MX&sem_keyword=trivago&sem_creativeid=90724620289&sem_matchtype=e&sem_network=g&sem_device=c&sem_placement=&sem_target=&sem_adposition=1t1&sem_param1=&sem_param2=&sem_campaignid=655969668&sem_adgroupid=3698978516

Trivago. (s.f.). Obtenido de www.trivago.com.ec

Van Dalen & Meyer. (1971).

Villalba. (2018).

Yates, G. D. (julio de 1993). Obtenido de <http://texasseagrant.org/assets/uploads/publications/1993/93-504.pdf>

Zorrilla & Torres. (1992).

Zorrilla & Torres. (1992).

Glosario

Acuicultura

Cría de organismos acuáticos, comprendidos peces, moluscos, crustáceos y plantas. La cría supone la intervención humana para incrementar la producción; por ejemplo: concentrar poblaciones de peces, alimentarlos o protegerlos de los depredadores. La cría supone asimismo tener la propiedad de las poblaciones de peces que se estén cultivando.

Conjunto de técnicas y actividades cuyo objetivo es la cría en cautividad de organismos acuáticos, ya sean plantas o animales, en agua dulce o salada.

Ambiente

El conjunto de todos los factores físicos, químicos y biológicos a los cuales están expuestos los langostinos y camarón.

Artemia

Camarón salobre.

Bacteria

Organismos unicelulares que pueden ser vistos únicamente con un microscopio. Comparados con los protozoarios, las bacterias son menos complejas en organización y de mucho menor tamaño.

Canibalismo

Conducta que consiste en la práctica de alimentarse de miembros de la propia especie.

Comensal

La especie que, viviendo en una estrecha asociación de dos, obtiene ventajas, por ejemplo: alimento, protección contra depredadores, etc. La otra especie no obtiene ventaja ni desventaja de la presencia del comensal.

Cosecha

Producción recolectada al final de un periodo determinado. Fase final del proceso de siembra y mantenimiento de cultivos.

Crustáceo

Clase de animales artrópodos acuáticos como camarón, cangrejos, langosta.

Cuarentena

Medida que consiste en mantener un grupo de animales acuáticos aislados, sin ningún contacto directo o indirecto con otros animales acuáticos, para someterlos a observación durante un período de tiempo determinado y, si es necesario, a pruebas de diagnóstico o a tratamiento, con inclusión del tratamiento también de las aguas efluentes.

Desinfección

Reducción, por medio de agentes químicos y/o métodos físicos, de una cantidad de microorganismos en el medio ambiente, a un nivel que no comprometa la inocuidad ni la aptitud de los alimentos. El objetivo de la desinfección es reducir la cantidad de microorganismos vivos. Para ser efectiva, la desinfección debe ser precedida por una minuciosa limpieza.

Eclosión

Nacimiento de estadios larvales del Camarón.

Especie

Grupos de poblaciones naturales capaces de cruzamientos entre sí, actual o potencialmente, y separados reproductivamente de otros grupos de poblaciones.

Hábitat

Lugar en donde habitualmente vive un langostino o camarón.

Lugar en donde vive una especie de animal o planta en donde satisface sus necesidades básicas, tales, como lo son; el alimento, agua, refugio, entre otros.

Huevos

Óvulos fecundados, contiene el embrión y la yema como alimento para el primer estadio larval (nauplio).

Juvenil

La diferencia de este estadio con respecto a las postlarvas está dada por el tamaño del animal y se considera que en un período de 60 días los ejemplares ya se denominan juveniles. El camarón después de los 60 días aproximados de PL alcanza un peso de 0.09 gr. Y una talla de 2.5 a 3.0 cm.

Larva

Termino general para los estadios tempranos (nauplio- protozoa-zoea-mysis) de los langostinos o camarones después de la eclosión. Morfológicamente muy diferente a los adultos.

Estado del camarón que inicia con la eclosión, pasa 11 estadios para llegar a ser Post-Larva. Es planctónica y nadan activamente en forma invertida.

Maduración

El acto de madurar; en este caso el desarrollo del huevo, madurez y ovoposición.

Membranoso

En relación con el integumento, cuando este es muy blanco o frágil.

Metamorfosis

Sucesión de etapas, normalmente muy distintos, que componen el desarrollo de un langostino o camarón.

Mortalidad

Perdida ocasionada por la muerte de los organismos en el proceso de producción.

Muda

Periodo en que el animal se desprende del integumento para permitir un incremento en tamaño y/o cambio en la forma.

Muestreo

Acción de escoger muestras representativas de la calidad o condiciones medias de un todo.

Mysis

Estadio larval en langostinos o camarones, después del estadio de protozoa o zoea. Presenta un número variable de subestadios antes de mudar para transformarse en postlarva.

Nauplio

Primer estadio larval después de la eclosión, libre nadador característico de los langostinos peneidos. Este estadio presenta generalmente 5 subestadios antes de transformarse en zoea o protozoa.

PH

Término que se utiliza para expresar la concentración de iones de hidrógeno en el agua.

Ppm

Abreviatura que significa partes por mil de salinidad.

Postlarva

Estadio posterior al de mysis. Los primeros estadios de postlarvas transcurren generalmente en el plancton, pero después de un cierto número de mudas la postlarva inicia su existencia bentónica y posteriormente muda y se transforma en juvenil. Edad en días: 33 días aproximadamente.

Protozoa - Zoea

Estadio larval libre-nadador posterior al nauplio. El estadio posterior al nauplio es denominado protozoa por algunos autores y zoea por otros. Presente en todos los langostinos y camarones. Con varios subestadios antes de mudar y transformarse en mysis.

Prueba de estrés

Evaluación física que permite obtener una medida de la calidad de las postlarvas de un lote (tanque, embarque) y consiste en someterlas a cambios drásticos de temperatura y/o salinidad, para medir luego su supervivencia y condiciones físicas (nado, actividad, reflejos).

Raceways

Un tanque usualmente rectangular con una división En el centro o un tanque circular con una corriente de agua que “race” (corre) alrededor del tanque.

Reproductor

Animales grandes que son la fuente de nuevas generaciones en instalaciones comerciales de maduración.

Apéndices

Apéndice A. Ficha de caracterización turística de comunidades

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADE

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA: Santa Elena
NOMBRE DE CANTÓN: Santa Elena
NOMBRE DE PARROQUA: Manglaralto
NOMBRE DE COMUNIDAD: Río Chico

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. (Esta Información la puede encontrar en la página Web del INEC)

332habitantes_

Fuente: GAD Municipal del cantón Santa Elena del año 2014.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES	1	5. MOTELES	0
2. HOSTERIAS	1	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	5
3. HOSTALES	0	7. CAMPING	2
4. PENSIONES	1	8. OTRO: Casas residenciales	2
		Casa de arriendo	1

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

	#		#
1. RESTAURANTES	1	4. BARES	0
2. CAFETERIAS	0	5. CANTINAS	0
3. FUENTES DE SODA	0	6. KIOSKOS DE COMIDA	0
		7. OTROS _____	0

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. DISCOTECAS	0	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	2
2. CINES/ TEATROS	0	4. BINGOS	1
		5. OTROS	

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1. AGENCIAS DE VIAJE	0	4. GUÍAS DE TURISMO	0
2. OPERADORAS	0	5. BANCOS	0
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	0	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	0
		7. OTROS	0

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

1. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Distancia a la cabecera parroquial (Km): 2 KM

Distancia a la cabecera cantonal (km): 52 KM

BUS	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Camión
5 MIN	3 MIN						25 MIN
1 HRA 30 MIN	1 HTA 15 MIN						

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

- | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. Fluvial | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROSABLE) | <input checked="" type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1. Sí | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |

b) TURÍSTICA

- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1. Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|-------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| 1. BUS | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. AVIONETA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3. TAXIS | <input checked="" type="checkbox"/> | 7. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHAS | <input type="checkbox"/> | 8. OTRO: Camión cooperado | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------------|---------------|--------------------------------|
| 1. BUS | <input type="text" value="0"/> | 5. MARÍTIMO | <input type="text" value="0"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="text" value="0"/> | 6. FLUVIAL | <input type="text" value="0"/> |
| 3. CAMIONES | <input type="text" value="0"/> | 7. LACUSTRE | <input type="text" value="0"/> |
| 4. TAXIS | <input type="text" value="0"/> | 8. AÉREO | <input type="text" value="0"/> |
| | | 9. OTRO _____ | |

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- Provincial		
Manglaralto	Santa Elena - Jipijapa - Manta	x			Bus
Citup	La Entrada		x		Bus
Reales Tamarindo	Santa Elena - Manta		x		Bus
CLP	Guayaquil - Santa Elena - Montaña - Olón		x		
Ejecutivo	Montaña - Manglaralto - Olón	x			Taxi

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado
20 Km. Terminal de Olón

2. COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

- | | |
|-------|--------------------------------|
| 1. Sí | <input type="text" value="x"/> |
| 2. No | <input type="text"/> |

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 2 Km.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- | | |
|-------|--------------------------------|
| 3. Sí | <input type="text" value="x"/> |
| 4. No | <input type="text"/> |

3.11. En la comunidad existen _____0_____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____0_____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

5. Sí
6. No

3. SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada 90%
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

7. Sí
8. NO

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6.pozo profundo – agua entubada | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. Pila o llave pública | <input type="checkbox"/> | 7.río,vertiente, acequia | <input type="checkbox"/> |
| 3. Otra fuente por tubería | <input type="checkbox"/> | 8. Agua lluvia | <input type="checkbox"/> |
| 4. Carro repartidor | <input type="checkbox"/> | 9.otro_____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|-------------------------------------|
| 1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. LETRINA | <input type="checkbox"/> |
| 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO | <input type="checkbox"/> |
| 4. POZO SÉPTICO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5. POZO CIEGO | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO_____ | <input type="checkbox"/> |

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- | | | |
|----|------------------|---|
| 1. | CARRO RECOLECTOR | x |
| 2. | SE QUEMA | |
| 3. | SE ENTIERRA | |
| 4. | OTRO _____ | |

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

- | | | |
|----|----|---|
| 1. | Sí | |
| 2. | No | x |

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS		9. HOSPITAL PÚBLICO	
2. PARTERAS NO CAPACITADAS		10. DISPENSARIO PÚBLICO	
3. PROMOTORES DE SALUD		11. UNIDAD MÓVIL	
4. CURANDERO TRADICIONAL		12. CONSULTORIO PRIVADO	
5. SHAMAN		13. CLÍNICAS	
6. BOTIQUIN COMUNITARIO		14. HOSPITAL PRIVADO	
7. SUB-CENTRO DE SALUD		15. FARMACIA	
8. CENTRO DE SALUD			

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

- A cuál establecimiento asisten para atender su salud Subcentro en Manglaralto
- Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece _____ el establecimiento de salud
- Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). ____1 km.____

4. ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

- | | | |
|----|----|---|
| 1. | Sí | x |
| 2. | No | |

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: 1 Km. Manglaralto

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____90%__.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

- | | | | | |
|----|----|---|-----------|-------|
| 1. | Sí | | ¿Cuántas? | _____ |
| 2. | No | x | | |

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: ____1Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el período en que se recibió el apoyo de estas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES	Junta parroquial	Anual		
	Municipio			
	Prefectura			
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí
2. No

PLAN	AÑO
PDOT	2018

4.3. Qué tipo organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

de

TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1. JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input checked="" type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input checked="" type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input checked="" type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. OTRAS	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="text"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="text"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="text"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="text"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1 ARTESANÍAS	<input checked="" type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="text"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="text"/>	9. COMERCIO	<input type="text"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input checked="" type="checkbox"/>
		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS _____	<input type="text"/>

Fuente: Entrevista con el presidente de la comuna

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. Construcción (albañil)
2. Agricultura
3. Ganadería

Fuente: Entrevista con el presidente de la comuna

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

Porcentaje%

1.	EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	4%
2.	EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. TRABAJO EN GRUPO	<input checked="" type="checkbox"/>
2. MINGA	<input checked="" type="checkbox"/>
3. ASAMBLEA COMUNITARIA	<input checked="" type="checkbox"/>
4. OTRAS	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	Si	No
1. MUNICIPIO	X	
2. GOBIERNO PROVINCIAL	x	

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# de personas
1. INGLÉS	0
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	0
3. COCINA	20
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	4
5. OTRA:	
Bartender	100
Primeros auxilios	20

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

	% relativo
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	100%
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	100%
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	0%
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	0%

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:

Alcantarillado
primeros auxilios
Señalética

Capacitaciones turísticas
Dioma ingles

Auxiliar de campo:

Fecha: 07- nov - 2018

Fuentes: Documentos obtenidos del GAD municipal de Santa Elena – Entrevista al presidente de la comuna – Visita de campo.

Apéndice B. Formato de encuesta



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

Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil:
Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia
Manglaralto

Turismo Acuícola

Encuestar a los turistas que pasan o han pasado por la ruta Spondylus para saber si estarían dispuestos a realizar una actividad turística acuícola en la comuna Río Chico

***Obligatorio**

1. **Edad ***

2. **Género *** *Marca solo un óvalo.*

Femenino

Masculino

3. **Tipo de turista *** *Marca solo un óvalo.*

Nacional

Extranjero

4. **Lugar de residencia ***

5. **¿Viaja usted al norte de la provincia de Santa Elena? *** *Marca solo un óvalo.*

Si

No

6. **¿En compañía de quién viaja?** * *Selecciona todos los que correspondan.*

Solo

Familia

Amigos

____ Pareja Otro:

7. **¿Con qué frecuencia visita el norte de la provincia de Santa Elena?** * *Marca solo un óvalo.*

1 a 2 veces al año 3 a 4 veces al año más de 5 veces al año

8. **¿En qué época visita el norte de la provincia de Santa Elena?** *

Selecciona todos los que correspondan.

Vacaciones escolares (Costa)

Vacaciones escolares (Sierra)

Carnaval

Semana Santa

Navidad Fin de año Otro:

9. **¿Qué lo motiva a hacer turismo en el cantón Santa Elena?** * *Selecciona todos los que correspondan.*

Las playas

Su gastronomía

Las artesanías

Trabajo

Visita de sitios de interés (museo, acuario, etc.)

____ Vida nocturna Otro:

10. **¿Conoce usted la comuna Río Chico?** * *Marca solo un óvalo.*

Si

No

11. **¿Conoce qué es el turismo acuícola?** * *Marca solo un óvalo.*

- Si
 No

Nota:

El turismo acuícola es la actividad turística donde puede conocer el proceso de cultivo, cría y producción de organismos acuáticos, en este caso el camarón en la comuna antes mencionada.

12. **¿Le interesaría realizar esta actividad en la comuna Río Chico durante su recorrido en la ruta Spondylus? (turismo acuícola)** * *Marca solo un óvalo.*

- Si
 No

Si respondió SI en la pregunta anterior:

13. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por realizar un recorrido guiado en un laboratorio de larvas donde realizara turismo acuícola con una duración aproximada de una hora, finalizando con un ceviche de camarón tipo cóctel personalizado?**

Si respondió NO:

14. **¿Cuál es la razón por la cual no le interesaría? Por favor indique los factores que generan este desinterés**

Apéndice C. Inversión Inicial

Inversión inicial					
	Detalle	Cant	P. Unitario	P. Total	Total
	Total caja y bancos				\$ 9.026,80
Caja y bancos	Sueldos 3 meses	3	\$ 1.650,00	\$ 4.950,00	
	Gastos promocionales 3 meses	3	\$ 200,00	\$ 600,00	
	Servicios básicos	3	\$ 120,00	\$ 360,00	
	Gastos de Datafast	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
	Materia prima 3 meses	3	\$ 905,60	\$ 2.716,80	
	Entrenamiento y capacitación	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
		Total planta			
Edificio	Estructura		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
	Complementos de madera		\$ 400,00	\$ 400,00	
	Enlucidos		\$ 150,00	\$ 150,00	
	Filos		\$ 50,00	\$ 50,00	
	Boquetes		\$ 120,00	\$ 120,00	
	Excavaciones y rellenos		\$ 200,00	\$ 200,00	
	Varios Albañilería		\$ 350,00	\$ 350,00	
	Pintura		\$ 200,00	\$ 200,00	
	Instalaciones Eléctricas		\$ 150,00	\$ 150,00	
	Instalaciones Sanitarias		\$ 120,00	\$ 120,00	
	Piezas Sanitarias		\$ 500,00	\$ 500,00	
	Cubierta		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
	Revestimiento		\$ 400,00	\$ 400,00	
	Pisos		\$ 800,00	\$ 800,00	
	Carpintería de Madera		\$ 200,00	\$ 200,00	
	Cerrajería		\$ 500,00	\$ 500,00	
	Adecuaciones extras		\$ 200,00	\$ 200,00	
	Total equipos de oficina				\$ 1.025,00
Equipos de oficina	Teléfono inalámbrico	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
	Silla Giratoria	2	\$ 100,00	\$ 200,00	
	Sillas comedor	20	\$ 20,00	\$ 400,00	
	Escritorio	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
	Total suministros de oficina				\$ 100,00
Suministros de oficina	Grapas	3	\$ 0,50	\$ 1,50	
	Caja de 12 plumas	2	\$ 3,00	\$ 6,00	
	Perforadora	2	\$ 3,50	\$ 7,00	
	Caja de clips	3	\$ 0,50	\$ 1,50	
	Rollos de papel caja registradora	4	\$ 10,00	\$ 40,00	
	Resma de papel	4	\$ 5,00	\$ 20,00	
	Grapadora	2	\$ 3,75	\$ 7,50	
	Folios	6	\$ 2,50	\$ 15,00	
Caja de tachuelas	3	\$ 0,50	\$ 1,50		
	Total equipos de computación				\$ 610,00
Equipos de computación	Computadora de escritorio	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
	Impresora	1	\$ 260,00	\$ 260,00	
	Total muebles y enseres				\$ 465,00
Muebles y enseres	Extintor contra incendio	4	\$ 60,00	\$ 240,00	

	Hamaca	3	\$	15,00	\$	45,00	
	Lámpara de emergencia	4	\$	25,00	\$	100,00	
	Espejo	2	\$	40,00	\$	80,00	
	Total equipos de producción						\$ 2.397,82
Equipos de producción	Refrigeradora	1	\$	500,00	\$	500,00	
	Cocina	1	\$	500,00	\$	500,00	
	Congelador	1	\$	600,00	\$	600,00	
	Microonda	1	\$	150,00	\$	150,00	
	Pírex varios tamaños	6	\$	5,97	\$	35,82	
	Cafetera industrial	1	\$	80,00	\$	80,00	
	Licuadora	1	\$	40,00	\$	40,00	
	Juego de cuchillos	2	\$	30,00	\$	60,00	
	Tabla de picar	2	\$	16,00	\$	32,00	
	Batidora	1	\$	75,00	\$	75,00	
	Jarras	1	\$	15,00	\$	15,00	
	Juego de ollas industriales	1	\$	60,00	\$	60,00	
	Juego de cubierto 20 piezas	2	\$	40,00	\$	80,00	
	Juego de vasos 6 unidades	4	\$	20,00	\$	80,00	
	Juego de tazas 6 unidades	2	\$	12,00	\$	24,00	
	Vajilla (cevicheras) 16 piezas	2	\$	30,00	\$	60,00	
Saleros	2	\$	3,00	\$	6,00		
Gastos de constitución	Total gastos de constitución						\$ 1.000,00
	Tasas y permisos	1	\$	500,00	\$	500,00	
	Consultoría Técnica	1	\$	500,00	\$	500,00	
	Total equipos electrónicos						\$ 5.620,00
Equipos electrónicos	Televisor 42 pulgadas	2	\$	500,00	\$	1.000,00	
	Cámara de seguridad	8	\$	40,00	\$	320,00	
	Aire Acondicionado	1	\$	800,00	\$	800,00	
	Adecuación sala (sensaciones)	1	\$	200,00	\$	200,00	
	Gafas RV	5	\$	150,00	\$	750,00	
	Equipo de grabacion+extras	1	\$	500,00	\$	500,00	
	Producción de video+3D	1	\$	2.000,00	\$	2.000,00	
Photobook	1	\$	50,00	\$	50,00		
Total de inversión inicial							\$ 27.584,62

Apéndice D. Balance Inicial

Balance inicial				
Activos			Pasivos	
Activo corriente		\$ 9.126,80	Pasivo largo plazo	
Caja	\$ 9.026,80		Documentos por pagar	\$ -
Suministros de oficina	\$ 100,00			
Activo fijo		\$ 17.457,82	Total pasivos	
Edificación	\$ 7.340,00			\$ -
Equipo electrónico	\$ 5.620,00		Patrimonio	
Equipo de oficina	\$ 1.025,00		Capital propio	\$ 27.584,62
Equipo de computación	\$ 610,00			
Muebles y enseres	\$ 465,00		Total patrimonio	
Equipo de producción	\$ 2.397,82			\$ 27.584,62
Activo diferido		\$ 1.000,00		
Gastos de constitución	\$ 1.000,00			
Total activos		\$ 27.584,62	Total pasivos y patrimonio	
				\$ 27.584,62

Apéndice E. Depreciación

Depreciación tangible				
	Valor en libros	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Edificio	\$ 7.340,00	10	\$ 734,00	\$ 61,17
Equipo de oficina	\$ 1.025,00	5	\$ 205,00	\$ 17,08
Equipo de computación	\$ 610,00	3	\$ 203,33	\$ 16,94
Muebles y enseres	\$ 465,00	5	\$ 93,00	\$ 7,75
Equipo de producción	\$ 2.397,82	5	\$ 479,56	\$ 39,96
Equipo electrónico	\$ 5.620,00	5	\$ 1.124,00	\$ 93,67
Total de depreciación			\$ 2.838,90	\$ 236,57

Depreciación anual	
Depreciación año 1	\$ 2.838,90
Depreciación año 2	\$ 2.838,90
Depreciación año 3	\$ 2.838,90
Depreciación año 4	\$ 2.635,56
Depreciación año 5	\$ 2.626,56

Depreciación intangible				
	Valor en libros	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00	\$ 16,67

Apéndice F. Sueldos año uno

Año 1												
Cargo	Cant	Sueldo mensual	Sueldo total	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Costo total mensual	Costo total anual	
Administrador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 83,33	\$ 32,83	\$ 41,67	\$ -	\$ 1.458,00	\$ 1.134,65	\$ 13.615,83	
Chef de cocina	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 20,83	\$ 32,83	\$ 10,42	\$ -	\$ 364,50	\$ 285,72	\$ 3.428,58	
Guía	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ -	\$ 583,20	\$ 455,50	\$ 5.466,03	
Total	4	\$ 1.150,00	\$ 1.650,00	\$ 19.800,00	\$ 137,50	\$ 98,50	\$ 68,75	\$ -	\$ 2.405,70	\$ 1.875,87	\$ 22.510,45	

Sueldos año dos

Año 2												
Cargo	Cant	Sueldo mensual	Sueldo total	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Costo total mensual	Costo total anual	
Administrador	2	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 12.960,00	\$ 90,00	\$ 32,83	\$ 45,00	\$ 1.080,00	\$ 1.574,64	\$ 1.315,21	\$ 15.782,47	
Chef de cocina	1	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 22,50	\$ 32,83	\$ 11,25	\$ 270,00	\$ 393,66	\$ 330,85	\$ 3.970,24	
Guía	1	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 5.184,00	\$ 36,00	\$ 32,83	\$ 18,00	\$ 432,00	\$ 629,86	\$ 527,72	\$ 6.332,69	
Total	4	\$ 1.242,00	\$ 1.782,00	\$ 21.384,00	\$ 148,50	\$ 98,50	\$ 891,00	\$ 1.782,00	\$ 2.598,16	\$ 2.093,35	\$ 25.120,16	

Sueldos en cinco años

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	\$ 13.615,83	\$ 15.782,47	\$ 17.045,07	\$ 18.408,68	\$ 19.881,37
Chef de cocina	\$ 3.428,58	\$ 3.970,24	\$ 4.287,86	\$ 4.630,89	\$ 5.001,36
Guía	\$ 5.466,03	\$ 6.332,69	\$ 6.839,30	\$ 7.386,45	\$ 7.977,36
Total	\$ 22.510,45	\$ 26.085,41	\$ 28.172,24	\$ 30.426,02	\$ 32.860,10

Apéndice G. Incremento anual de precios y ventas

Incremento anual de Precios	15%
Incremento anual de Ventas	10%

Apéndice H. Ingresos del escenario optimista

Rubros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Venta de entradas	80%	80%	80%	80%	60%	60%	80%
Cantidad (personas)*	320	320	320	320	240	240	320
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 4.800,00

Rubros	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Venta de entradas	80%	80%	50%	50%	90%	73%
Cantidad (personas)*	320	320	200	200	360	3480
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 5.400,00	\$ 52.200,00

Ingresos anuales y flujo neto del escenario optimista

Visitantes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad (personas)*	3480	3828	4211	4632	5095
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 17,25	\$ 19,84	\$ 22,81	\$ 26,24
Total ingresos	\$ 52.200,00	\$ 66.033,00	\$ 83.531,75	\$ 105.667,66	\$ 133.669,59
Total egresos	\$ 31.814,90	\$ 32.721,89	\$ 37.093,27	\$ 42.345,15	\$ 48.767,08
Total flujo neto	\$ 20.385,10	\$ 33.311,11	\$ 46.438,48	\$ 63.322,51	\$ 84.902,51

Ingresos del escenario normal

Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
venta de entradas	60%	60%	60%	60%	40%	40%	60%
Cantidad (personas)*	240	240	240	240	160	160	240
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 3.600,00

Rubros	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Venta de entradas	60%	60%	40%	40%	75%	40%
Cantidad (personas)*	240	240	160	160	300	2620
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 4.500,00	\$ 39.300,00

Ingresos anuales y flujo neto del escenario normal

Escenario normal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad (personas)*	2620	2830	3056	3300	3564
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 17,25	\$ 19,84	\$ 22,81	\$ 26,24
Total ingresos	\$ 39.300,00	\$ 48.810,60	\$ 60.622,77	\$ 75.293,47	\$ 93.514,50
Total egresos	\$ 31.814,90	\$ 32.721,89	\$ 37.093,27	\$ 42.345,15	\$ 48.767,08
Total flujo neto	\$ 7.485,10	\$ 16.088,71	\$ 23.529,50	\$ 32.948,33	\$ 44.747,42

Ingresos del escenario pesimista

Rubros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Venta de entradas	50%	50%	50%	50%	30%	50%	50%
Cantidad (personas)*	200	200	200	200	120	200	200
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.800,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00

Rubros	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Venta de entradas	50%	50%	30%	30%	60%	30%
Cantidad (personas)*	200	200	120	120	240	2200
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 33.000,00

Ingresos anuales y flujo neto del escenario pesimista

Escenario pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad (personas)*	2200	2332	2472	2620	2777
Precio unitario (consumo pp)	\$ 15,00	\$ 17,25	\$ 19,84	\$ 22,81	\$ 26,24
Total ingresos	\$ 33.000,00	\$ 40.227,00	\$ 49.036,71	\$ 59.775,75	\$ 72.866,64
Total egresos	\$ 31.814,90	\$ 32.721,89	\$ 37.093,27	\$ 42.345,15	\$ 48.767,08
Total flujo neto	\$ 1.185,10	\$ 7.505,11	\$ 11.943,45	\$ 17.430,61	\$ 24.099,57

Apéndice I. Detalles de gastos

Gastos administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Sueldos administrativos	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Internet	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Luz	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Directv	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Uniformes	\$ 100,00						
Mantenimiento				\$ 300,00			
Suministro de oficina	\$ 50,00			\$ 50,00			\$ 50,00
Materiales de limpieza	\$ 40,00		\$ 40,00		\$ 40,00		\$ 40,00
Depreciación edificio	\$ 61,17	\$ 61,17	\$ 61,17	\$ 61,17	\$ 61,17	\$ 61,17	\$ 61,17
Depreciación equipo de oficina	\$ 17,08	\$ 17,08	\$ 17,08	\$ 17,08	\$ 17,08	\$ 17,08	\$ 17,08
Depreciación equipo de computación	\$ 16,94	\$ 16,94	\$ 16,94	\$ 16,94	\$ 16,94	\$ 16,94	\$ 16,94
Depreciación muebles y enseres	\$ 7,75	\$ 7,75	\$ 7,75	\$ 7,75	\$ 7,75	\$ 7,75	\$ 7,75
Depreciación gastos de constitución	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67
Total gastos administrativos	\$ 1.459,61	\$ 1.379,61	\$ 1.419,61	\$ 1.729,61	\$ 1.419,61	\$ 1.379,61	\$ 1.469,61

Gastos administrativos	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Sueldos administrativos	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00				
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00				
Luz	\$ 50,00	\$ 600,00				
Agua	\$ 120,00	\$ 1.330,00				
Directv	\$ 30,00	\$ 360,00				
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00				
Uniformes						\$ 100,00
Mantenimiento	\$ 300,00				\$ 300,00	\$ 900,00
Suministro de oficina			\$ 50,00			\$ 200,00
Materiales de limpieza		\$ 40,00		\$ 40,00		\$ 240,00
Depreciación edificio	\$ 61,17	\$ 734,00				
Depreciación equipo de oficina	\$ 17,08	\$ 205,00				
Depreciación equipo de computación	\$ 16,94	\$ 203,33				
Depreciación muebles y enseres	\$ 7,75	\$ 93,00				
Depreciación gastos de constitución	\$ 16,67	\$ 200,00				
Total gastos administrativos	\$ 1.679,61	\$ 1.419,61	\$ 1.429,61	\$ 1.419,61	\$ 1.679,61	\$ 17.885,33

Gastos de publicidad

Gastos de publicidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Publicidad	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total gastos de publicidad	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00

GASTOS DE PUBLICIDAD	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.500,00				
Total Gastos de Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.500,00				

Resumen de gastos

Resumen gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 19.685,33	\$ 20.669,60	\$ 21.703,08	\$ 22.552,85	\$ 23.680,49
Sueldo administrativo	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08
Internet	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Luz	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Agua	\$ 1.330,00	\$ 1.396,50	\$ 1.466,33	\$ 1.539,64	\$ 1.616,62
Directv	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Teléfono	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
Uniformes	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55
Mantenimiento	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96
Suministro de oficina	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10
Materiales de limpieza	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72
depreciación edificio	\$ 734,00	\$ 770,70	\$ 809,24	\$ 849,70	\$ 892,18
depreciación equipo de oficina	\$ 205,00	\$ 215,25	\$ 226,01	\$ 237,31	\$ 249,18
depreciación equipo de computación	\$ 203,33	\$ 213,50	\$ 224,18	\$ -	\$ -
Concesión de uso de espacio	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
depreciación muebles y enseres	\$ 93,00	\$ 97,65	\$ 102,53	\$ 107,66	\$ 113,04
depreciación gastos de constitución	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10
Gastos de publicidad	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Publicidad	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Total gastos	\$ 21.185,33	\$ 22.244,60	\$ 23.356,83	\$ 24.289,29	\$ 25.503,75

Apéndice J. Costos operacionales

Rubro	Precio unitario	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Sueldo guía	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50
Degustación de ceviche	\$ 2,30	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 368,00	\$ 368,00
Depreciación equipos de producción	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96
Depreciación equipos electrónicos	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67
Sueldo chef	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total		\$ 935,63	\$ 935,63	\$ 935,63	\$ 935,63	\$ 751,63	\$ 751,63

Rubro	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Sueldo guía	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 455,50	\$ 5.466,03
Degustación de ceviche	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 368,00	\$ 368,00	\$ 690,00	\$ 6.026,00
Depreciación equipos de producción	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 39,96	\$ 479,56
Depreciación equipos electrónicos	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 93,67	\$ 1.124,00
Sueldo chef	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total	\$ 935,63	\$ 935,63	\$ 935,63	\$ 751,63	\$ 751,63	\$ 1.073,63	\$ 10.629,56

Costo unitario del ceviche

Ceviche	Costo unitario	
# de libras	1	
Precio libra de camarón	\$	5,00
Colas por libras	25	
Colas por ceviche	4	
Ceviches por libras	6	
Precio ceviche por libra	\$	0,80
Vegetales	\$	0,50
Cocinera	\$	1,00
Total ceviche	\$	2,30

Costos operacionales anuales

Rubro	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo guía	\$ 455,50	\$ 5.466,03	\$ 5.739,34	\$ 6.026,30	\$ 6.327,62	\$ 6.644,00
Degustación de ceviche	\$ 552,00	\$ 6.026,00	\$ 6.327,30	\$ 6.643,67	\$ 6.975,85	\$ 7.324,64
Depreciación equipos de producción	\$ 39,96	\$ 479,56	\$ 503,54	\$ 528,72	\$ 555,16	\$ 582,91
Depreciación equipos electrónicos	\$ 93,67	\$ 1.124,00	\$ 1.180,20	\$ 1.239,21	\$ 1.301,17	\$ 1.366,23
Sueldo del chef	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Total		\$ 10.629,56	\$ 11.161,04	\$ 11.719,09	\$ 12.305,05	\$ 12.920,30

Apéndice K. Estado de resultados

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Venta Totales		\$ 39.300,00	\$ 48.810,60	\$ 60.622,77	\$ 75.293,47	\$ 93.514,50
TOTAL DE INGRESOS		\$ 39.300,00	\$ 48.810,60	\$ 60.622,77	\$ 75.293,47	\$ 93.514,50
(-) Costos de Operación		\$ 10.629,56	\$ 11.161,04	\$ 11.719,09	\$ 12.305,05	\$ 12.920,30
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 28.670,44	\$ 37.649,56	\$ 48.903,67	\$ 62.988,43	\$ 80.594,19
(-) Gastos de Administración		\$ 19.685,33	\$ 20.669,60	\$ 21.703,08	\$ 22.552,85	\$ 23.680,49
(-) Gastos de Publicidad		\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 7.485,10	\$ 15.404,96	\$ 25.546,84	\$ 38.699,14	\$ 55.090,44
(-) Gastos Financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores		\$ 7.485,10	\$ 15.404,96	\$ 25.546,84	\$ 38.699,14	\$ 55.090,44
(-) Participación a trabajadores	15%	\$ 1.122,77	\$ 2.310,74	\$ 3.832,03	\$ 5.804,87	\$ 8.263,57
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta		\$ 6.362,34	\$ 13.094,21	\$ 21.714,81	\$ 32.894,27	\$ 46.826,88
(-) Impuesto a la renta	25%	\$ 1.590,58	\$ 3.273,55	\$ 5.428,70	\$ 8.223,57	\$ 11.706,72
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 4.771,75	\$ 9.820,66	\$ 16.286,11	\$ 24.670,70	\$ 35.120,16

Apéndice L. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 39.300,00	\$ 48.810,60	\$ 60.622,77	\$ 75.293,47	\$ 93.514,50
(-) Egresos de efectivo		\$ 31.814,90	\$ 36.118,99	\$ 40.660,22	\$ 45.005,30	\$ 52.452,49
Gastos de operación		\$ 10.629,56	\$ 11.161,04	\$ 11.719,09	\$ 12.305,05	\$ 12.920,30
Gastos de administración		\$ 19.685,33	\$ 20.669,60	\$ 21.703,08	\$ 21.703,08	\$ 23.680,49
Gastos de publicidad		\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 1.122,77	\$ 2.310,74	\$ 3.832,03	\$ 5.804,87
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 1.590,58	\$ 3.273,55	\$ 5.428,70	\$ 8.223,57
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 7.485,10	\$ 12.691,61	\$ 19.962,54	\$ 30.288,18	\$ 41.062,00
FLUJO NETO DE CAJA	27.584,62	\$ 7.485,10	\$ 12.691,61	\$ 19.962,54	\$ 30.288,18	\$ 41.062,00

Apéndice M. Evaluación Financiera

Evaluación Financiera: Escenario Normal													
<i>r</i>	<i>C_{Fr}</i>	<i>V_{0,r}</i>	<i>Sumatoria</i>	<i>Diferencia</i>	<i>días completos</i>	<i>años</i>	<i>días</i>	<i>semanas completas</i>	<i>años</i>	<i>semanas</i>	<i>meses completos</i>	<i>años</i>	<i>meses</i>
1	7.485,10	6.237,59	6.237,59	21.302,03	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	12.691,61	8.813,62	15.051,20	12.488,42	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	19.962,54	11.552,40	26.603,60	936,02	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	30.288,18	14.606,57	41.210,17	- 13.670,55	1118,38997	3	23,389973	159,33227	3	3,3322701	36,768985	3	0,7689854
5	41.062,00	16.501,90	57.712,07	- 30.172,45	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Apéndice N. Ratios Financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Bruta/ Ventas = %	72,95%	77,13%	80,67%	83,66%	86,18%
Utilidad Neta / Ventas = %	12,14%	20,12%	26,86%	32,77%	37,56%
Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,15	\$ 0,24	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,28
Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 0,17	\$ 0,36	\$ 0,59	\$ 0,89	\$ 1,27

Apéndice O. Escenarios.

	CRECIMIENTO AL 8%		CRECIMIENTO AL 6%
	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO PESIMISTA
Tasa de Descuento	20%	20%	20%
Inversión inicial	(\$27.584,62)	(\$27.584,62)	(\$27.584,62)
Flujo 1	\$20.385,10	\$7.485,10	\$1.185,10
Flujo 2	\$29.914,01	\$12.691,61	\$4.108,01
Flujo 3	\$42.871,52	\$19.962,54	\$8.376,49
Flujo 4	\$60.662,36	\$30.288,18	\$14.770,46
Flujo 5	\$81.217,10	\$41.062,00	\$20.414,15
VPN	\$80.733,69	\$25.106,21	\$(2.974,71)
TIR	105,42%	51%	16%
B/C	\$2,06	\$1,49	\$1,20
PRI	1,51	3,06	



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Abudeye Luna, Lesly Nathalie**, con C.C: # **0921974119** y **Bohórquez Cantos, Nelly Cristina**, con C.C: # **0926298381** autor/a/es del trabajo de titulación: **Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A 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 15 días del mes de marzo del año 2019

Nombre: **Abudeye Luna, Lesly Nathalie**

C.C: **0921974119**

Nombre: **Bohórquez Cantos, Nelly Cristina**

C.C: **0926298381**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de producto turístico acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto		
AUTOR(ES)	Abudeye Luna Lesly Nathalie; Bohórquez Cantos Nelly Cristina		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	136
ÁREAS TEMÁTICAS:	Gestión de productos y servicios complementarios para el turismo Turismo consciente y sostenible Tendencias actuales del mercado turístico		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Comuna de Río Chico, turismo acuícola, turismo experiencial, producto turístico		

RESUMEN/ABSTRACT:

Río Chico es una comunidad perteneciente a la provincia de Santa Elena, es un lugar muy transitado por turistas que viajan hacia el norte por la ruta Spondylus, siendo este un lugar muy transitado se ha convertido en una comuna de paso para llegar a lugares turísticos como Montañita, Olón, Puerto López, Manta, entre otros.

Debido a que los turistas desconocen la ubicación, el siguiente proyecto busca crear un producto turístico acuícola experiencial. Además, se busca crear un valor agregado a uno de los productos estrella que exporta el Ecuador el cual es reconocido a nivel mundial por su excelente sabor y producción; el camarón.

Para dicho proyecto se tuvo en cuenta distintas investigaciones acerca de la acuicultura en el Ecuador, el turismo en general y actividades de turismo acuícola que se realicen en otras partes del mundo. Mediante la ficha de "Caracterización Turística de Comunidades" del Manual para el Diagnóstico Turístico Local (Ricaurte Quijano, 2009), se procedió a analizar las condiciones en la que se encuentra la comuna Río Chico. También se utilizó una entrevista a un Ingeniero Acuicultor y encuestas como herramientas metodológicas para conocer si estuviesen interesados en esta propuesta, y con toda la información recolectada se obtuvo el perfil del visitante y elementos a tomar en cuenta al momento de diseñar el producto de excursión de turismo acuícola en la comuna Río Chico de la parroquia Manglaralto.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



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



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

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-968165076 Teléfono: +593-982432806	E-mail: leslyabudeye@hotmail.com E-mail: nelly_bohorquez@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049	
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		