



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA**

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN TURISMO**

**MODALIDAD:**

**TRABAJO DE TITULACIÓN / ARTICULOS CIENTÍFICOS DE ALTO NIVEL**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS  
SOSTENIBLES**

**TEMA:**

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO COMO EJE  
POTENCIADOR DEL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN  
EL SITIO LA ESPERANZA, CANTÓN BOLÍVAR. PROVINCIA DE  
MANABÍ.**

**AUTORAS:**

**ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA.**

**ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ.**

**TUTOR:**

**ING. ANGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA., M.Gs**

**CALCETA, FEBRERO 2019**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA y la ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

---

**ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA**

---

**ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ**

## CERTIFICACIÓN DE TUTOR

**ING. ANGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA., M.Gs** certifica haber tutelado el trabajo de titulación “**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO COMO EJE POTENCIADOR DEL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN EL SITIO LA ESPERANZA, CANTÓN BOLÍVAR. PROVINCIA DE MANABÍ**”, que ha sido desarrollada por la **ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA** y la **ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ**, previo a la obtención del título de Magister en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**ING. GUILLERMO FÉLIX MENDOZA., M.Gs**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación “**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO COMO EJE POTENCIADOR DEL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN EL SITIO LA ESPERANZA, CANTÓN BOLÍVAR. PROVINCIA DE MANABÍ**” que ha sido propuesto y desarrollado por la **ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA** y la **ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ**, previa la obtención del título de Magíster en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

LIC. IVÁN MENDOZA MONTESDEOCA., Mg.

**MIEMBRO**

---

ING. NELSON GARCÍA REINOSO., M.Sc

**MIEMBRO**

---

ING. RODNEY ALFONSO ALFONSO., M.Sc

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento de este trabajo va dirigido primero a Dios, ya que sin su bendición y su amor nada somos.

A nuestros padres, que son los únicos que están siempre dispuestos a apoyarnos incluso en los momentos más turbulentos.

A nuestros compañeros de vida por su paciencia durante todo este proceso profesional.

A nuestro tutor que gracias a su conocimiento y ayuda absoluta pudimos concluir con éxito este trabajo.

A nuestros compañeros de aula que formaron parte de esta grata experiencia.

“La FE no hace que las cosas sean fáciles, hace que sean posibles”

*Lucas 1:37*

**ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA  
ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ**

## **DEDICATORIA**

Dedico este largo proceso de estudio al ser supremo que amo infinitamente, Dios, que a pesar de mis errores nunca me abandona. A mis padres Yadira y Edy que son mi escudo y fortaleza y me han apoyado siempre en todo momento. A mis hermanos que son parte de mi vida los cuales amo y respeto. A mi esposo y mejor amigo Roberto, por su amor, paciencia y espera durante este arduo proceso. Y a los dos angelitos que iluminan mi vida y la llenan de felicidad, Brissa y Zé Roberto, quienes fueron mi motivación cada día para concluir esta maestría.

**ING. TATIANA RAQUEL VERA MEJÍA**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico principalmente a mi Dios quien ha sabido guiarme y darme fortaleza para seguir adelante y no desmayar. A mi compañero de vida Antonio, mi hija Rafaela y a mi bebe hermoso que crece en mi vientre y me inspira a seguir adelante, ellos son el eje fundamental de mi vida, los amo intensamente y de quienes me siento muy orgullosa. Para mi padre Hugo que desde el cielo me cuida a cada instante y mi madre Yolanda por su apoyo, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles, y cada una de las personas que con un granito de arena estuvieron siempre presentes apoyándome para lograr cumplir mis sueños.

**ING. MERCEDES YOLANDA ZAMBRANO LAAZ**

## CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
CONTENIDO GENERAL.....	viii
CONTENIDO DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS .....	x
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. OBJETIVOS .....	9
CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO .....	10
2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
2.1.1. ANTECEDENTES DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA.....	10
2.1.2. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO.....	12
2.1.3. FASE I: ANÁLISIS DEL TERRITORIO DE LOS RECURSOS, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS EXISTENTES. ....	13
2.1.4. FASE II: ESTUDIO DE MERCADO. ....	14
2.1.5. FASE III: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO. ....	14
2.1.6. FASE IV: EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO.....	15
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	16
3.1. RESULTADO 1: ANÁLISIS DEL TERRITORIO DE LOS RECURSOS, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS EXISTENTES.....	16
3.1.1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	16
3.1.2. DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS AGROPECUARIOS Y FACILIDADES TURÍSTICAS EN RELACIÓN A LA ZONA DE LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS A LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN. 19	19
3.1.3. ANÁLISIS DE LA FICHA DE INVENTARIO, RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA EN LA REPRESA:.....	22

3.1.4.	DIAGNOSTICO DAFO.....	27
3.1.5.	ANÁLISIS DE LOS SECTORES ECONÓMICOS ALEDAÑOS AL RECURSO.....	29
3.2.	RESULTADO 2: ESTUDIO DE MERCADO .....	31
3.2.1.	PERFIL DEL VISITANTE.....	31
3.2.2.	INDICADORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES Y OPERADORES TURÍSTICOS HACIA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS AGROTURÍSTICOS.....	34
3.2.3.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	45
3.2.4.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	46
3.3.	RESULTADO 3: DISEÑO DEL PRODUCTO.....	47
3.3.1.	CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE RESTAURACIÓN Y A LOS CANOEROS.....	47
3.3.2.	ANÁLISIS DE LOS RECURSOS.....	49
3.3.3.	DISEÑO DE PRODUCTO AGROTURÍSTICO.....	50
3.4.	EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO. 53	
3.4.1.	GESTIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL DESTINO.....	53
3.4.2.	DEFINICIÓN de ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO, COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN EN EL DESTINO.....	54
3.4.3.	EVALUACIÓN DEL PRODUCTO.....	55
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....		58
4.1.	CONCLUSIONES .....	58
	ANEXOS .....	61
	ANEXO N° 1 FICHAS DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	62
	ANEXO N° 2 ENCUESTA SOCIOECONÓMICA .....	72
	ANEXO N° 3 ENCUESTA PARA MEDIR EL PERFIL Y PERCEPCIÓN DEL VISITANTE.....	74
	ANEXO N° 4 ENCUESTA A AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS TURÍSTICAS.....	76
	ANEXO N° 5 TRÍPTICO .....	80
	ANEXO N° 6 ENCUESTA DE EVALUACIÓN DEL PRODUCTO.....	81

## **CONTENIDO DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS**

### **TABLAS.**

TABLA: 1 DEFINICIÓN EN LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE AGROTURISMO.....	3
TABLA: 2. ESQUEMA METODOLÓGICO. ....	11
TABLA: 3 ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA AGROTURISTICA. ....	12
TABLA: 4 PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO PARA LA INVESTIGACIÓN. ....	13
TABLA: 5 FAUNA REPRESENTATIVAS DE LA REPRESA.....	20
TABLA: 6 MATRIZ DAFO.....	28
TABLA: 7 DIAGNÓSTICO DE LA ENCUESTA SOCIOECONÓMICA.....	29
TABLA: 8 ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA. ....	32
TABLA: 9 FACTORES QUE LO MOTIVARON A REALIZAR LA VISITA (ANTES) .....	35
TABLA: 10 ACTIVIDADES QUE REALIZÓ EN LA REPRESA (DURANTE) ....	36
TABLA: 11 ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR (DESPUÉS).....	38
TABLA: 12 REPRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE NATURALEZA. ....	40
TABLA: 13 CARACTERÍSTICAS QUE ASOCIA RÁPIDAMENTE UN CLIENTE AL ESCUCHAR HABLAR DE PRODUCTOS RELACIONADOS AL AGROTURISMO O TURISMO RURAL. ....	41
TABLA: 14 SE ESTÁ COMERCIALIZANDO PRODUCTOS TURÍSTICOS RELACIONADOS CON REPRESAS. ....	42
TABLA: 15 CONOCIMIENTO DE LA REPRESA SIXTO DURAN BALLÉN/LA ESPERANZA. ....	42
TABLA: 16 VALORACIÓN DEL 1 AL 10 SEGÚN LA IMPORTANCIA LOS SIGUIENTES RECURSOS Y SERVICIOS A IMPLEMENTAR EN EL DESTINO, PARA QUE FORMEN PARTE DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN REPRESAS Y SUS ALREDEDORES.....	43
TABLA: 17 ¿ESTARÍA MOTIVADO POR VENDER PRODUCTOS TURÍSTICOS ASOCIADOS A RECURSOS COMO LA REPRESA SIXTO DURÁN? .....	44
TABLA: 18 PRESTADORES DE SERVICIO DE RESTAURACIÓN.....	45
TABLA: 19 RESUMEN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA SERVICIOS TURÍSTICOS .....	46
TABLA: 20 TEMÁTICAS PARA CAPACITACIÓN.....	47
TABLA: 21 ACTIVIDADES A DESARROLLAR. ....	51
TABLA: 22 ACTIVIDADES A DESARROLLAR. ....	56

## GRÁFICOS

GRÁFICO 1. MAPA DIGITAL DE LA REPRESA.....	18
GRÁFICO 2. MAPA SATELITAL DE LA REPRESA.....	19
GRÁFICO 3. (PONDERACIÓN DE CRITERIOS).....	24
GRÁFICO 4. JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS.....	25
GRÁFICO 5. (DESCRIPCIÓN DE JERARQUÍAS).....	25
GRÁFICO 6. GESTIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL DESTINO.....	53

## FIGURAS

FIGURA: 1 FACTORES QUE LO MOTIVARON A REALIZAR LA VISITA (ANTES) .....	36
FIGURA: 2. ACTIVIDADES QUE REALIZÓ EN LA REPRESA (DURANTE)...	37
FIGURA: 3. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR (DESPUÉS).....	38
FIGURA: 4 CARACTERÍSTICAS QUE ASOCIA RÁPIDAMENTE UN CLIENTE AL ESCUCHAR HABLAR DE PRODUCTOS RELACIONADOS AL AGROTURISMO O TURISMO RURAL. ....	41
FIGURA: 5. SE ESTÁ COMERCIALIZANDO PRODUCTOS TURÍSTICOS RELACIONADOS CON REPRESAS. ....	42
FIGURA: 6. CONOCIMIENTO DE LA REPRESA SIXTO DURAN BALLÉN/LA ESPERANZA .....	43
FIGURA: 7. ¿ESTARÍA MOTIVADO POR VENDER PRODUCTOS TURÍSTICOS ASOCIADOS A RECURSOS COMO LA REPRESA SIXTO DURÁN? .....	44

## **RESUMEN**

El objetivo general de ésta investigación fue diseñar un producto agroturístico como eje potenciador del desarrollo local sostenible en el sitio la Esperanza, cantón Bolívar, provincia de Manabí. Se fundamentó en determinar los recursos agropecuarios y facilidades turísticas de la zona de estudio, recursos existentes ya sean naturales o culturales, mediante la ficha de jerarquización de atractivos del MINTUR. Se realizó el diagnóstico DAFO el cual determinó que las fortaleza principal se enfocan en los recursos turísticos con gran potencial, y la debilidad principal es la carencia de oferta turística. Se utilizó el método analítico sintético y como técnica la observación de campo. Se efectuó un estudio de mercado analizando la oferta, la demanda y la competencia lo que permitió definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes hacia los productos y servicios agroturísticos. Se ejecutó un recorrido experimental, utilizando la técnica de encuesta lo que reflejó la percepción del turista. Posteriormente se diseñó el producto con los recursos existentes y los elementos para que pueda ser reconocido como tal, el cual se clasificó en 3 paquetes (Individual-Medio día-Full day). Se elaboró un plan de acción que contribuirá con el progreso socioeconómico y turístico del sitio la Esperanza y por último se establecieron las estrategias para la difusión y comercialización del producto. Se constató que la Esperanza conjuntamente con la represa es un área con una importante diversidad de recursos naturales y también culturales que conjuntamente con la producción agrícola de la zona se obtendría un buen desarrollo agroturístico en el área de estudio. Uno de los principales inconvenientes para el desarrollo de dicho producto es la falta de infraestructura turística, planes de desarrollo, falta de gestión, y el limitado recurso con el que cuenta el gobierno local que impiden aportar al desarrollo turístico de la zona.

## **PALABRAS CLAVES**

Producto turístico, agroturismo, sostenibilidad, desarrollo turístico, turistas, perfil del turista.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research was to design an agrotourism product as an axis that enhances local sustainable development in the La Esperanza site, Bolívar canton, Manabí province. It was based on determining the agricultural resources and tourist facilities of the study area, existing resources whether natural or cultural, through the hierarchy of attractiveness tab of MINTUR. The SWOT diagnosis was made, which determined that the main strengths are focused on tourism resources with great potential, and the main weakness is the lack of tourist offer. The synthetic analytical method was used and field observation as a technique. A market study was carried out analyzing supply, demand and competition, which allowed to define the indicators that influence the perception of visitors towards agro-tourism products and services. An experimental tour was carried out, using the survey technique which reflected the perception of the tourist. Subsequently, the product was designed with the existing resources and the elements so that it can be recognized as such, which was classified into 3 packages (Individual-Half day-Full day). An action plan was drawn up that will contribute to the socioeconomic and tourist progress of the La Esperanza site and, finally, the strategies for the dissemination and commercialization of the product were established. It was found that the Esperanza together with the dam is an area with an important diversity of natural and cultural resources that together with the agricultural production of the area would obtain a good agro-tourism development in the study area. One of the main drawbacks to the development of this product is the lack of tourism infrastructure, development plans, lack of management, and the limited resources available to the local government that prevent the tourist development of the area.

## **KEY WORDS**

Tourism product, agrotourism, sustainability, tourism development, tourists, tourist profile.

# CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

## 1.1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo constituye un factor primordial en el desarrollo social, cultural y económico de los pueblos, es por este motivo que los actores involucrados directamente en el turismo deben tomar las medidas pertinentes para desarrollarlo como tal. Existen diferentes actividades que se pueden realizar cuando se desplaza hacia un destino, pero depende del perfil del turista hacia donde se dirija, y que desea escoger. Por este motivo las empresas turísticas se ven en la necesidad de diseñar y adelantar estrategias colectivas las mismas que pasan a ser no solamente una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas individuales y conjuntas, sino que trabajar para que un destino sea reconocido y cuente con elementos necesarios para ser visitado, para esto se diseñan productos turísticos, dándole un plus adicional. Es por esto que la presente investigación tiene como objetivo diseñar un producto agroturístico como eje potenciador del desarrollo local sostenible en el sitio la Esperanza del cantón Bolívar.

En el presente trabajo se detalla cada una de las fases para el diseño de un producto agroturístico, para esto primero se conocerá a través de varios autores como ha venido evolucionando el agroturismo, la inclusión de los productos y la aceptación del mismo, se dará realce al desarrollo local tomando en cuenta los indicadores de la sostenibilidad. El lugar para este estudio es el sitio la esperanza, perteneciente a la parroquia Quiroga del cantón Bolívar, ya que es un recurso que posee belleza paisajística, flora y fauna factores importantes a tomar en cuenta para escogerlo como tal.

Según (Gurría, 2003) manifiesta: que “El producto Turístico está constituido, por el conjunto de bienes servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, esto es, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno solo, se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o

potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas”. Así mismo en el Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Perú (MINCENTUR, 2014) se define al producto turístico como el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos en conjunto como parte de la experiencia turística. Por lo tanto se puede señalar que un producto turístico debe ser considerado como un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, combinado por una mezcla de elementos de la industria turística, con el único propósito de ser ofrecido al mercado con el objetivo de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de un precio establecido.

El agroturismo es una de las actividades que se realiza en espacios rurales, en el que se incluyen, el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros, una forma de conocer cómo ha ido evolucionando el concepto de agroturismo y lo que representa en la actualidad, es estudiar las distintas definiciones que ha ido recibiendo a lo largo del tiempo recopilado por (Araujo, 2012) siendo estas las pioneras o primeras conocidas, aquellas que aludían a tal término la realización de actividades turísticas en casas de labranza. Ya en la década de 1980, se añade a la mera mención del ámbito (actividades turísticas en casas de labranza), la complementariedad entre las actividades primarias de la casa (las agropecuarias) y la oferta de actividades turísticas, aumentando así su actividad. Entrada la década de 1990, el término evoluciona más allá, no siendo suficiente la fijación del ámbito y la explicación del carácter complementario que representa el turismo, sino que se especifica la contraprestación monetaria por el “disfrute de una vida cotidiana en el rural” y se hace hincapié en ciertas tareas de carácter comunicativo o promocional: esfuerzos por atraer visitantes y promover los productos del campo. Así, cada concepto va adquiriendo más matices. El producto agroturístico se va perfilando y aproximando al concepto actual, el cual se define como toda actividad de turismo y ocio vinculada a cualquier actividad agrícola, ganadera,

pesquera y/o agropecuaria, con alojamiento en la propia casa de labranza y degustación de los productos explotados. En la siguiente tabla según (Araujo, 2012) se detalla cómo se ha desarrollado conceptualmente el agroturismo.

*Tabla: 1 definición en la evolución del concepto de agroturismo*

D.A.R.T (1974)	Cualquier tipo de empresa turística o de ocio en una casa de labranza.
Hoyland (1982)	La provisión de alojamiento temporal y/o de las instalaciones indirectamente recreativas de una casa de labranza.
Frater (1983)	Empresas de turismo establecidas en una casa de labranza que son, en gran parte, complementarias a las actividades principales de la misma.
Murphy (1985)	Casas de labranza que complementan sus funciones primarias con alguna forma de negocio relacionado con turismo.
WTB (1986)	Casas de labranza, independientemente del tamaño, donde la actividad primara es la agricultura y donde el turismo es una actividad complementaria.
Pearce (1990)	Un tipo de turismo rural mediante el cual los huéspedes pagan para poder compartir la vida cotidiana en el rural como invitados o simples visitas en las casas de labranza.
Jansen-Verbeke y Nijmegen (1990: 36)	Turismo relacionado con el medio agrario, productos agrarios o con una estancia en el rural.
Bowen <i>et al.</i> (1991: 44)	Tipo de ocio basado en el mundo agrícola a través de una empresa que procesa productos agrarios y ganaderos y que se esfuerza por atraer visitantes que los valoren y adquieran.
Hilchey (1993:10)	Negocio dirigido por el propietario para el goce o formación del público, para promover los productos de campo y generar ingresos adicionales para la casa de labranza.
Sharpley y Sharpley (1997: 148)	Conjunto de actividades en el medio rural que incluyen: alojamiento, centros rurales para visitar, museos, tiendas rurales y visitas educativas.
Viñals (1999:13)	Modalidad turística activa en áreas rurales asociada a la prestación de alojamiento y/o restauración en granjas, caseríos, masías o pazos, entre otros, en las que el turista participa en las diferentes actividades agropecuarias.
Mesa (2000: 562)	Turismo desarrollado en espacios rurales que elige como alojamiento una casa cuya explotación básica es la actividad agropecuaria, pero utiliza las habitaciones sobrantes como captación de una renta complementaria.
Przezbórska (2003: 206)	Actividades de turismo y ocio vinculadas con el trabajo rural o cualquier actividad agrícola, hortícola, pesquera o agropecuaria.
Hernando y Marvin (2003: 13)	Turismo que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de modo directo con los procesos de producción de las fincas agropecuarias e de las agroindustriales, culminando con la degustación de los productos.

**Fuente:** Araujo, N. (2012)

Según (Calvache, 2016) el sector agropecuario ha sido calificado como el motor productivo de la economía ecuatoriana, a pesar de eso hay poco apoyo para los pequeños agricultores y fincas que viven de la producción de sus tierras, y esto ha causado la difícil situación de la emigración de nuestros campesinos y el abandono de sus posesiones. La actividad agropecuaria nacional y del mundo se ha visto afectada en los últimos años, ya que su rentabilidad ha ido disminuyendo considerablemente y hoy en día es muy difícil poder subsistir por medio de ella, es por eso que a partir de todo este triste escenario surge la necesidad de buscar actividades complementarias a la actividad diaria del campo y que venga a incrementar los ingresos alternos de los obtenidos directamente de la agricultura.

Departiendo a nivel mundial el concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa (Calvache, 2016) y describe la modalidad de alquilar habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres, sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas. Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad, ya que se han creado normativas que permiten mejorar la calidad de los servicios ofrecidos y de esta manera gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico. Francia es el país en el cual podemos encontrar una mayor diversidad de ofertas y que tiene la noción más amplia de turismo rural. Esto se debe a que el sector público comprendió que se trataba de mucho más que una moda urbana, lo cual favoreció a su crecimiento y motivo a los agricultores.

En América Latina, son Argentina, Chile, Uruguay y Colombia los países que tienen mejor desarrollado el turismo rural y bajo un concepto similar al de los países europeos. En Argentina, la actividad cobró fuerte impulso en la década de los 90 fundamentalmente a partir de estancias ubicadas en la Patagonia, se han creado hasta la actualidad aproximadamente 1500 establecimientos bajo la modalidad de turismo rural. En Colombia, la crisis impulso a los cafeteros a buscar alternativas para mantener sus fincas dándose cuenta que son muy apreciadas por los turistas (Solano, 2010)

Hablando ahora de Ecuador según (Andrade & Ullauri, 2015) manifiestan que, si se realiza un análisis de los orígenes, influencias y proceso para el desarrollo del agro turismo en Ecuador parte desde la transformación de la tenencia de la tierra a partir de la Reforma Agraria de 1964 en Cuenca, indagando los inicios de la relación de la actividad agraria y el desarrollo del agroturismo en el cantón.

Ecuador cuenta con diferentes y llamativas regiones rurales, generadas por su ubicación tropical y andina, con una orografía y topografía marcadas, y con la existencia de diferentes ecosistemas de trasfondo. En sus regiones naturales se pueden realizar diversas actividades turísticas, entre ellas el agroturismo, pero también ha tenido fuertes impactos por las diferentes necesidades del ser humano al momento de utilizar estos recursos; se puede decir que la mayor ventaja con la que cuenta el país es su biodiversidad, por ello es primordial conservarla y aprovecharla de una manera responsable. El ámbito rural en su concepción amplia, territorial y multisectorial, comprende gran variedad de actividades: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como otras áreas relacionadas al mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía y agroturismo que tienen su propia dinámica y aporte a la economía. (Washington, 1997)

La diversidad que posee Ecuador permite la práctica de varios tipos de actividades turísticas siendo el agroturismo una de las principales alternativas, los proyectos en comunidades indígenas de la región amazónica, área andina y en el litoral, poseen un acelerado impulso en cuanto a turismo rural (Doumet & Yáñez, 2014) Dentro de este contexto, el agroturismo constituye una actividad interesante de desarrollo, sobre todo en regiones como las del presente caso que cuentan a la vez con producción agropecuaria, recursos naturales y culturales relevantes, pero con poco desarrollo económico. El agroturismo es una forma alternativa del turismo, esto consiste en los visitantes puedan realizar las actividades diarias del lugar a visitar, pernoctar en la comunidad a esto se le llama turismo vivencial y las características de los espacios rurales

que atraen a los visitantes se pueden identificar en agrícolas, ganaderas, patrimonio étnico, cultura y la hospitalidad de su gente. En el agroturismo se debe trabajar en asociatividad con los actores involucrados en el turismo y con la comunidad, ya que es la unión directa con la vida rural, las tradiciones, la gastronomía, la riqueza cultural; es disfrutar de la naturaleza, los paisajes, la conversación con los comuneros, conocer su historia, siempre y cuando esto se realice con la participación y observación del turista nacional o extranjero, además de dar una calidad en la prestación de este servicio y una adecuada promoción y comercialización, y que las actividades a realizarse se complementen con el destino y el segmento al que está dirigido un producto.

Por otra lado se habla también del Turismo Sostenible, en el 2004, y la (OMT (Organización Mundial del Turismo), 2005) definió el concepto de Turismo Sostenible de la siguiente manera: “Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo”

El turismo sostenible nos permite diversificar la producción turística manteniendo la integridad sociocultural y la diversidad biológica. Dentro de esta actividad se integra a todos los grupos humanos de la cadena productiva, especialmente para promover el desarrollo y crear fuentes de empleo. Esta cadena de valor es importante para mejorar la comercialización de productos locales y la calidad de vida de las zonas. Lo que el turismo sostenible pretende es crear nuevas oportunidades y alternativas de trabajo para las pequeñas y medianas empresas, así como para los sectores informales y rurales de la economía, disminuyendo la exclusión social y económica. El turismo sostenible es una alternativa de desarrollo para que los países pobres con recursos no explotados, puedan hoy en día generar más divisas y empleo; al ser una de las actividades económicas más dinámicas de este tiempo. (Calvache, 2016).

Según (Doumet & Yáñez, 2014) en la provincia de Manabí se pueden observar varios ecosistemas y tipos de suelos, así como diferentes actividades agrícolas y pecuarias con buenos resultados. Entre los principales productos agrícolas se cuentan el cacao, plátano, bananas, café, cítricos y productos de ciclo corto. La producción pecuaria tiene su importancia, especialmente en la región norte con la ganadería bovina y equina. La producción agropecuaria sumada a las tradiciones culturales y la diversidad de ecosistemas locales, posicionan a Manabí como uno de los escenarios ideales para el desarrollo de actividades turísticas direccionadas al área rural.

La provincia de Manabí está dotada de diversos sitios llenos de belleza natural; especialmente en toda la zona rural de la provincia. Las haciendas de Manabí en general poseen características turísticas como: escenarios naturales con sus cascadas, ríos, lagunas, vertientes, montañas con presencia de vegetación primaria donde es el hábitat de una diversidad de flora y fauna salvaje, la cotidianidad, la cultura, son recursos fundamentales para el turismo. También se pueden practicar varias actividades entre ellas, paseos por senderos, trotar, acampar, realizar cabalgatas y disfrutar de inolvidables escenarios fotográficos, pesca deportiva, ciclismo de montaña. (García, 2015)

El Agroturismo es una actividad que de a poco se desarrolla en la provincia de Manabí, por lo que se han creado rutas turísticas, un ejemplo de esto es Río Muchacho a 14 Km de Canoa del cantón San Vicente, un lugar turístico que se dedica a la producción agrícola sustentable; dichos propietarios se encargan de impartir conocimientos de las actividades agrícolas a los turistas así como también la elaboración de artesanías en semillas de palma, identificar especies de fauna y flora, la elaboración del cacao tostado y molido, cosechar productos del lugar, tratamiento de baño negro, el ordeñamiento de vacas entre otras. Otras de las rutas que sobresalen es la "Ruta de los Abuelos" en el cantón Santa Ana y la "Ruta del Encanto" que comprende la vía Portoviejo-Pichincha y recorre las localidades de Chirijos, Calderón, Alajueta y San Plácido, para aquellas personas que gustan de estar en permanente contacto con la

naturaleza, allí se encuentran múltiples haciendas dedicadas al turismo rural o agroturismo.

Es importante mencionar estas rutas y productos agroturísticos para indicar de qué manera el agroturismo contribuye al desarrollo de las comunidades, y es que estos ejemplos muestran claramente que el agroturismo es una forma de que la comunidad receptora se beneficie y aproveche sus recursos naturales ya que existe este fuerte potencial para cada región, que no necesita de una arquitectura de por medio, solo brindar un buen servicio acompañado del área natural y el resultado de la elaboración con productos naturales, además existe un beneficio económico hacia la comunidad, ya que en temporadas de cosecha y sembrío son las que más afluencia atrae aumentando las oportunidades de progreso para sus habitantes tanto a nivel familiar como regional.

En el cantón Bolívar, a 12 kilómetros al sureste de la cabecera cantonal Calceta, se encuentra la represa Sixto Durán Ballén, también conocida como represa la Esperanza caracterizada por la presencia de flora y fauna conjugadas con la belleza paisajística de sus atractivos naturales, culturales y sus costumbres tradicionales, los cuales aún no se han desarrollado en su totalidad turísticamente, fue construida con varios objetivos: almacenamiento de agua, regulación del caudal del río Carrizal y producción de energía eléctrica; sin embargo, su uso en la actualidad se concentra en almacenamiento hídrico mayormente destinado a riego y actividades de pesca. (Espinoza, & Vera, 2012) En los alrededores de la represa se observan comunidades que todavía preservan sus tradiciones; la economía se basa en la agricultura, ganadería y pesca, pero por falta de planes de desarrollo existen problemas de mal manejo de los recursos naturales y culturales, teniendo como resultado procesos de deforestación, introducción de especies exóticas, falta de empleo y el éxodo rural. (Doumet & Yáñez, 2014). Este escenario justifica la realización de un estudio, que contribuya a mejorar la situación socio económica local, teniendo como herramienta primordial el agroturismo. En la represa existen muchas falencias empezando que no está constituida como un

atractivo o producto turístico, sino más bien como un recurso el cual no está siendo aprovechado como debería.

Ante lo mencionado se plantea la interrogante: ¿Mediante el diseño de un producto agroturístico se podrá potenciar el desarrollo local sostenible en el sitio la Esperanza, mejorando su economía y posicionarlo como un atractivo a visitar con frecuencia?

## **1.2. OBJETIVOS**

- OG. Diseñar un producto agroturístico como eje potenciador del desarrollo local sostenible en el sitio la esperanza, cantón Bolívar. Provincia de Manabí.
- OE1. Realizar un diagnóstico de los recursos agropecuarios y facilidades turísticas en relación a la zona de las comunidades aledañas a la represa Sixto Durán Ballén, a fin de emplearlos en el diseño de un producto agroturístico
- OE2. Definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes hacia los productos y servicios agroturísticos, mediante un estudio de mercado.
- OE3. Estructurar el diseño de un producto agroturístico en la represa Sixto Durán Ballen, para potenciar el desarrollo local.
- OE4. Elaborar un plan de acción para el desarrollo de un producto agroturístico que contribuya con el progreso socioeconómico y turístico del sitio la esperanza.

## **CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO**

### **2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo se exponen de manera organizada los diferentes procedimientos a realizar para el cumplimiento del objetivo principal el mismo que está directamente enfocado en diseñar un producto agroturístico como eje potenciador del desarrollo local sostenible en el sitio la esperanza, cantón Bolívar. Provincia de Manabí., y por ende los objetivos específicos, así como los pasos, herramientas, técnicas y métodos que serán útiles para el desarrollo de este trabajo, siguiendo como base la línea de investigación del mismo que es la planificación y desarrollo de destinos turísticos sostenibles.

El área de estudio se encuentra en la represa Sixto Durán Ballen, perteneciente a la parroquia Quiroga del cantón Bolívar, la misma que fue construida con el propósito de almacenar agua y producir energía eléctrica, siendo también un gran aporte para los comuneros ya que se sustentan económicamente de la producción pesquera y de los recorridos en canoas que ellos realizan ya sean a los turistas o a los habitantes de la zona. La temporalidad de acceso es de todo el año, preferiblemente en días de feriados, el sitio tiene potencial para desarrollar actividades turísticas como pesca deportiva, caminatas, paseos en bote, paseos a caballo, visitas guiadas, observación de flora y fauna, gastronomía, camping y eventos programadas, motivos por los cuales se escogió el lugar para el diseño de un producto agroturístico.

#### **2.1.1. ANTECEDENTES DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA.**

Se analizaron investigaciones de varios autores entre los cuales se pueden mencionar; (Mintur, 2017) que nos indican características básicas y concretas en la realización y elaboración de un producto. (Blázquez Sarrión y Aycart, 2014) que están más enfocados en realizar análisis previos y diagnóstico. Victorero Rodríguez Katherine (2015), que nos muestra una metodológica fundamental que enmarca lo necesario. (Gonzalez, 2013) este autor se

direcciona en un sistema más estructurado y (MINCENTUR, 2014) que tiene aspectos importantes esenciales para trabajar en el diseño de un producto agroturístico. Con este esquema metodológico que se encuentra en la tabla 2 se puede realizar la respectiva comparación con las fases de esta investigación, para de esta manera crear la metodología que se relacione directamente con lo que se desea elaborar.

*Tabla: 2. Esquema metodológico.*

<b>MINTUR (2017)</b>	<b>Blázquez Sarrión y Aycart (2014)</b>	<b>Victorero Rodríguez Katherine (2015)</b>	<b>González, M. (2013).</b>	<b>MINCETUR (2014)</b>
1.- Definir los objetivos	1.- Estudio preliminar.	1.- Realización del diagnóstico turístico.	1.- Generación de ideas.	1.- Descripción detallada del producto turístico.
2. Inventario de los recursos.	2.- Identificar el perfil del cliente.	2.- Definición de estrategias de difusión y publicidad del producto diseñado.	2.- Realizar un análisis del territorio de los recursos, infraestructura y servicios existentes.	2.- Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico.
3.- Diseño de productos turísticos.	3.- Análisis FODA 3.- Comercialización. 4.- Creación del producto turístico. 5.- Posicionamiento	3.- Comercialización.	3. Diseñar el producto. 4.- Desarrollar estrategias que ayuden a conseguir los objetivos propuestos para el desarrollo del producto.	3.- Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico. 4.- Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores. 5.- Plan de acción para el desarrollo de un producto turístico.

**Fuente:** Elaboración de las autoras.

Se realizó una tabla comparativa entre las fases utilizadas por cada autor, y los objetivos específicos de esta investigación para que de esta manera se pueda establecer una metodología que incluya las etapas principales para la presente investigación, en el siguiente análisis de cada autor se detalla que existe coincidencia cronológica y sistemática en algunos de los parámetros mencionados. Lo mismo que se detalla en la tabla 3 del análisis de metodologías para el desarrollo de una propuesta agroturística.

*Tabla: 3 Análisis de metodologías para el desarrollo de una propuesta agroturística.*

OBJETIVOS	MINTUR (2017)	Blázquez Sarrión y Aycart (2014)	Victorero Rodríguez Katherine (2015)	González, M. (2013).	MINCETUR (2014)
Realizar un diagnóstico de los recursos agropecuarios y facilidades turísticas en relación a la zona de las comunidades aledañas a la represa Sixto Durán Ballén, a fin de emplearlos en el diseño de un producto agroturístico.	X	X	X	X	X
Definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes hacia los productos y servicios agroturísticos.		X	X	X	
Estructurar el diseño de un producto agroturístico en la represa Sixto Durán Ballen, para potenciar el desarrollo local.	X	X	X		X
Elaborar un plan de acción para el desarrollo de un producto agroturístico que contribuya con el progreso socioeconómico y turístico del sitio la esperanza.		X	X	X	X

**Fuente:** Elaboración de las autoras.

### **2.1.2. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO.**

Según el análisis realizado de las metodologías antes señaladas según varios autores y basándose en lo que se requiere para la presente investigación como es el diseño de un producto agroturístico como eje potenciador del desarrollo local sostenible en la represa Sixto Duran Ballen, se procedió a elaborar la siguiente estructura metodológica, donde se muestra sus cuatros fases con sus respectivas actividades, métodos, técnicas e instrumentos a utilizar para el logro del desarrollo de los resultados esperados en el presente trabajo.

*Tabla: 4 Procedimiento metodológico para la investigación.*

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, INSTRUMENTOS.	TÉCNICAS	E
1.- Análisis del territorio de los recursos, infraestructura y servicios existentes.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnóstico del sector.</li> <li>2. Determinar los recursos agropecuarios y facilidades turísticas en relación a la zona de las comunidades aledañas a la represa Sixto Durán Ballén.</li> <li>3. Análisis de los sectores económicos aledaños al recurso.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Bibliográfica.</li> <li>✚ Método analítico sintético</li> <li>✚ Inventario de recursos. (ficha de inventario) ficha propia (Ministerio de Turismo)</li> <li>✚ Matriz FODA</li> <li>✚ Observación de campo</li> <li>✚ Fichas</li> <li>✚ Cuestionarios de entrevistas.</li> <li>✚ Encuestas. ( la comunidad)</li> </ul>		
2.- Estudio de mercado.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de la oferta y la demanda.</li> <li>2. Analizar el perfil del turista.</li> <li>3. Análisis de los indicadores que influyen en la percepción del visitante.</li> <li>4. Análisis de la competencia.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Revisión bibliográfica.</li> <li>✚ Método analítico sintético.</li> <li>✚ Google Forms. (encuesta a las agencias de viajes)</li> <li>✚ Encuestas. (visitantes)</li> </ul>		
3.- Diseño del producto agroturístico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación a los prestadores de servicios de restauración y a los canoeros.</li> <li>2. Generación de ideas.</li> <li>3. Análisis de los recursos.</li> <li>4. Diseño de producto agroturístico</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Lluvia de ideas.</li> <li>✚ Matriz de temas para las capacitaciones</li> </ul>		
4.- Evaluación y promoción del producto agroturístico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de la estrategia de posicionamiento.</li> <li>2. Definición de canal de distribución.</li> <li>3. Comercialización del producto.</li> <li>4. Evaluación del producto.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Matriz de diseño de producto turístico</li> <li>✚ Estrategias de posicionamiento.</li> <li>✚ Promoción, publicidad.</li> <li>✚ Tríptico</li> <li>✚ Encuestas. (visitantes)</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración de las autoras.

### **2.1.3. FASE I: ANÁLISIS DEL TERRITORIO DE LOS RECURSOS, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS EXISTENTES.**

En esta fase se realizó un diagnóstico del sector, determinando los recursos agropecuarios con lo que cuenta la comunidad, para esto se hizo uso de un inventario de recursos del ministerio de turismo, para el levantamiento de la información de los recursos existentes, también se utilizó la matriz FODA, para determinar los factores internos como son las fortalezas y debilidades, y los factores externos, oportunidades y amenazas, de las cuales se formularon estrategias para mejorar en el sector. Las técnicas, métodos e instrumentos que se utilizaron en esta fase son: bibliográfica, método analítico – descriptivo., inventario de recursos, matriz FODA, y la observación de campo. Mediante una

encuesta a los pobladores se ejecutó un análisis de los sectores económicos aledaños al recurso. Todo esto con el objetivo de recopilar información pertinente de los recursos existentes en la zona, con el fin de que pueda ser utilizado para el diseño de un producto agroturístico.

#### **2.1.4. FASE II: ESTUDIO DE MERCADO.**

En esta fase se realizó una revisión bibliográfica en donde se conceptualizó los respectivos contenidos de esta fase, para luego analizar la oferta y la demanda mediante el método analítico – sintético, después de esta actividad se realizó un recorrido experimental en donde se aplicó una encuesta que ayudó a obtener datos mediante escalas valorativas predefinidas acerca de la percepción en cada una de las experiencias agroturísticas, estos datos permitieron realizar los respectivos estudios estadísticos comparativos para determinar los niveles de experiencia que brindara la inserción de un producto turístico durante la participación en cada una de las actividades. El primer recorrido se elaboró con servicios otorgados por negocios particulares de la zona, con un itinerario poco flexible y actividades agroturísticas.

En base a la información que fue proporcionada por los participantes de este recorrido la misma que se obtuvo mediante una encuesta se pudo determinar los componentes a estudiar de la percepción del turista.

#### **2.1.5. FASE III: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO.**

En esta fase se inició con una capacitación a los prestadores de servicio de restauración y a los canoeros, en la cual se elaboró una matriz de temas para las capacitaciones. Temas importantes de los cuales los habitantes del sector deben tener conocimientos, principalmente de los indicadores de sostenibilidad los mismos que ellos deben llevar a la práctica. Posteriormente se realizó una reunión con los comuneros a fin de que ellos sean partícipes en la generación de opiniones, mediante la lluvia de ideas, teniendo esta lista de acuerdos se

trabajó con la herramienta de la multivotación, para hacer el respectivo diagnóstico de cada uno de los elementos a incluirse en el producto.

#### **2.1.6. FASE IV: EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO.**

Para el diseño del producto se elaboró un plan de acción para el desarrollo de un producto agroturístico que contribuya con el progreso socioeconómico y turístico del sitio la esperanza y en el mismo se ejecutó la definición de la estrategia de posicionamiento, el canal de distribución, y la comercialización del producto en el mercado. Utilizando estrategias de marketing para logra posicionar el producto dentro del cantón, la provincia y porque no el país.

A través de la utilización de instrumentos cualitativos (encuestas) se obtuvo criterios junto a la información necesaria que valide los factores que proporcionen a la experiencia turística. Y realizar la respectiva evaluación de acuerdo a los parámetros o directrices observados en dicho lugar. Este recorrido tuvo las siguientes características: Los servicios fueron realizados por un grupo comunitario asociado, los servicios fueron otorgados con los materiales y costumbres de la localidad, un itinerario muy flexible adaptado a la producción de la zona mediante la realización de actividades artesanales. Con esto recorrido se pudieron realizar las respectivas comparaciones y sacar conclusiones si es factible o no el producto.

## **CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1. RESULTADO 1: ANÁLISIS DEL TERRITORIO DE LOS RECURSOS, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS EXISTENTES.**

#### **3.1.1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.**

El área de investigación se encuentra en la provincia de Manabí (zona costera o litoral de Ecuador), cantón Bolívar, a 12 km al Sureste de la ciudad de Calceta, en la parroquia Quiroga: la represa Sixto Durán Ballén, sitio la Esperanza. Quiroga es una parroquia rural del cantón Bolívar, está circundada territorialmente por la cabecera cantonal. Los límites son: al Norte el Río Carrizal (Calceta); al Sur Calceta y Junín; al Este las riveras del embalse La Esperanza y las elevaciones de Severino (Calceta) y al Oeste el estero La Pita y el sitio Patón (Junín). Su clima es cálido-húmedo y está ubicada a 32 metros sobre el nivel del mar. La Parroquia Quiroga está conformada por la cabecera parroquial y 13 comunidades rurales y 6 sectores urbanos compuestos por barrios. De conformidad a los datos provisionales entregados por el INEC del censo poblacional del 2011, la parroquia tiene 3.767 habitantes y una superficie de 61.97 Km<sup>2</sup>,

La Esperanza está situada en la confluencia de los ríos Burro, Cañas, Bejuco y Trueno, los mismos que forman el río Carrizal, construida en la cabecera de la cuenca hidrográfica del mismo, cuenta con una cuenca de 445 km<sup>2</sup>, almacena 450 millones de metros cúbicos, cubriendo un área de embalse de 2.250 ha. La presa fue diseñada en la década de los 70 en el marco de un “Proyecto de Propósito Múltiple Carrizal Chone”, que incluye tanto la presa como el área de riego Carrizal-Chone. Después de varios estudios preliminares, asumió el proyecto de construcción de la presa la empresa española Dragados y Construcciones S.A., y la obra se inició después de concertada la financiación internacional; fue construida en 1992 y culminó en 1996. Actualmente el manejo y control de la presa está a cargo de la Corporación Reguladora del

Manejo Hídrico de Manabí y SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua). Sin lugar a duda ésta ha creado grandes beneficios para el cantón Bolívar. El puerto y presa La Esperanza pertenecen al estado y está bajo el control de la Municipalidad del Cantón Bolívar y bajo la administración de SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua), y gracias a los servicios de la Escuela de Policía ubicada en la parroquia Quiroga la presa conjuntamente con el puerto son controlados y vigilados por la misma. (Espinoza & Vera, 2012)

Su biodiversidad se ve marcada por una infinidad de ecosistemas que van desde zonas altamente intervenidas por la actividad humana (agrícola, pecuaria), y áreas naturales conservadas. La interrelación entre los ecosistemas mencionados permite que varias especies animales y vegetales encuentren lugares aptos para asegurar su existencia, desarrollo y conservación. La producción agropecuaria se vende a intermediarios y muchas veces no se encuentra optimizada, por no existir un modelo integrador que realmente se oriente a un crecimiento o desarrollo sostenible. La represa Sixto Durán Ballén posee una importante diversidad de recursos naturales y culturales, que junto a la producción agrícola permite el desarrollo de actividades agroturísticas; su localización y cercanía con otros recursos turísticos ya posicionados lo torna un lugar estratégico para el turismo. Sin embargo, existen inconvenientes para que el agroturismo se desarrolle en la zona de estudio debido a la falta de infraestructura turística, inexistente capacitación y carencia de planes de desarrollo y modelos de gestión para la región. (Doumet & Yáñez, 2014)

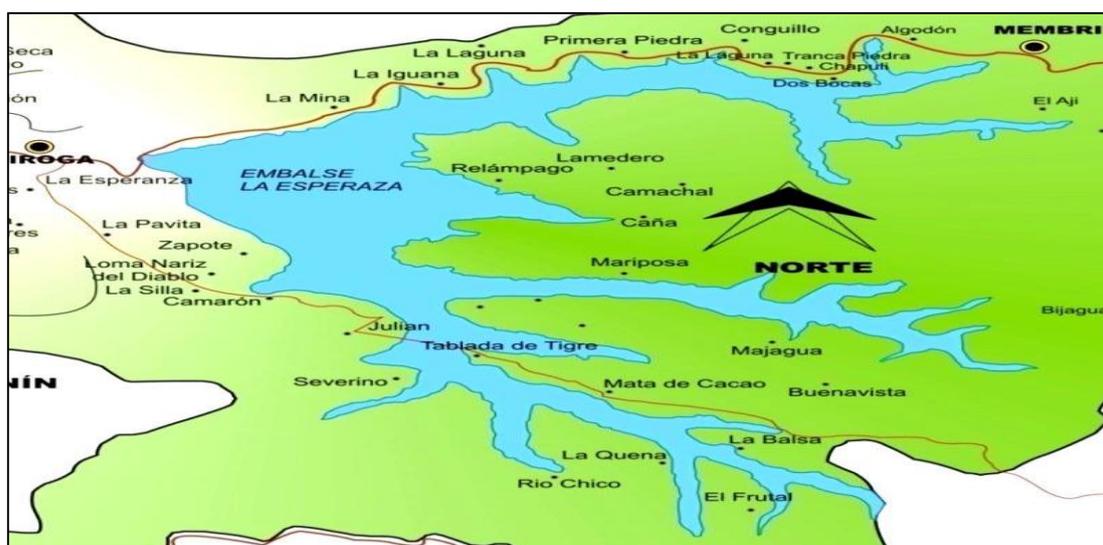
El clima es semihúmedo característico de esta zona, los valores pluviométricos anuales varían entre 1.000 y 2.000 mm, las lluvias se concentran en los meses de invierno (de diciembre a marzo) y un marcado verano (de mayo hasta finales de octubre). La temperatura ambiental de la zona durante el día es de 31 ° C y en la tarde es de 27 ° C.

Existen diversas altitudes desde los 22 m.s.n.m. hasta los 105 m.s.n.m., esto se debe a que los niveles del embalse disminuyen y aumentan de acuerdo a

las estaciones; en la estación seca que se prolonga de junio hasta fines de diciembre los niveles del embalse disminuyen hasta un 40% por la demanda de agua existente; y en la época invernal inicia a fines de diciembre y se prolonga hasta fines de marzo y comienzos de abril, cuando esta recupera sus niveles de agua. Las variaciones de los niveles del embalse están sujetos a las estaciones y estas pueden variar de año a año, de inviernos cortos con prolongas de sequias a un marcado invierno que puede prolongarse hasta con nueve meses de lluvia.

La cuenca hidrográfica del río Chone que tiene una extensión de 2.267 km<sup>2</sup> a la cual pertenece la sub cuenca hidrográfica del río Carrizal, atraviesa los cantones de Bolívar, Tosagua y Chone. Tiene una extensión de aproximadamente 150 km, el río Carrizal está formado por los ríos Burro, Cañas, Bejuco y Trueno, entre sus afluentes principales en la parte superior del río. En la parte media de la cuenca, a la altura de los poblados de Calceta y Tosagua se le unen los ríos Junín y Amarillo respectivamente, antes de llegar a Bachillero se une otro afluente, el río Canuto para luego unirse el río Carrizal y junto al río Chone formar el estuario de río Chone que desemboca en el mar a la altura de Bahía de Caráquez.

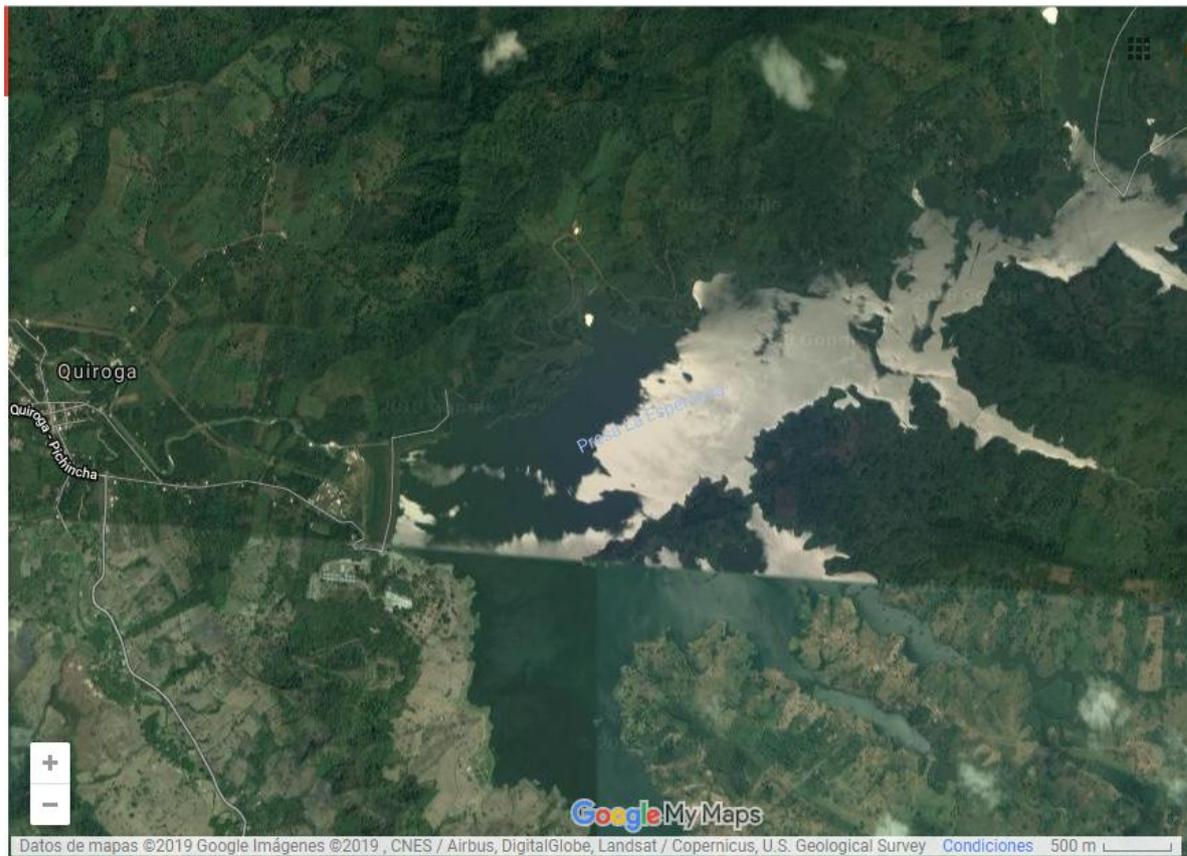
*Gráfico 1. Mapa digital de la represa*



Fuente: GAD "BOLIVAR"

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado de Bolívar, 2008.

Gráfico 2. Mapa satelital de la represa



Fuente: Google Map.

### 3.1.2. DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS AGROPECUARIOS Y FACILIDADES TURÍSTICAS EN RELACIÓN A LA ZONA DE LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS A LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN.

Esta zona está caracterizada por las selvas de montaña ecuatoriales, con bosques muy húmedos, semis húmedos y seco tropical, los efectos ecológicos-paisajísticos de elevación de masa condiciona la presencia de selva nublada en diferentes alturas del territorio continental. La cadena montañosa de la costa se la conoce como cordillera costera que se encuentra bordeando la línea de costa. Sus máximas alturas llegan a los 800 m.s.n.m. Por lo general se encuentra coronada por bosques primario y secundario, las partes de montaña baja y las cercanas a las riveras de la represa y el río Carrizal han sido deforestadas para diversos usos como: asentamientos humanos, tierras para

pastoreo de ganado y cultivos agrícolas diversos tales como cacao, plátano, maíz, maní. En las siguientes tablas 4,5 y 6 se detalla la biodiversidad más representativa de la zona tanto en aves, reptiles y mamíferos.

Tabla: 5 Fauna representativas de la represa

AVES	
NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
<i>ThraupisEpiscapus</i>	Tangara azuleja
<i>TrogonChionuros</i>	Trogon coliblanco trasandino
<i>Platypsarishomochrous</i>	Cabezón unicolor
<i>NatharchusMocrothynchos</i>	Buco cuelliblanco
<i>PhaethornisBaroni</i>	Ermitaño de barón
<i>LeptotilaRufaxilla</i>	Paloma frentigris
<i>Chloroceryle Americana</i>	Martin pescador verde
<i>FurnariusCinnamomeues</i>	Hornero del pasofico
<i>MolothrusBonariensis</i>	Vaquero brillante
<i>PiculusRubiginosus</i>	Carpintero olividoado
<i>TurdusMaculirostris</i>	Mirlo ecuatoriano
<i>MelanerpesPucherani</i>	Carpintero carinegro
<i>ButoridesStriatus</i>	Garcilla estriada
<i>MyzetetesSimilis</i>	Mosquero social
<i>MegarynchusPitangua</i>	Mosquero picudo
<i>TimyrasemiFasciata</i>	Titira enmascarada
<i>TyrannusmeLancholicus</i>	Tirano tropical
<i>Taraba Major</i>	Batara mayor
<i>TrogonMesurus</i>	Trogon ecuatoriano
<i>CulumbaSubvinacea</i>	Paloma rojiza
<i>CrotophagaAni</i>	Garrapatero piquiliso
<i>CrotophagaSulcirostris</i>	Garrapatero piquiestriado
<i>MyiodynastesMaculatus</i>	Mosquero rayado
<i>AmaziliaAmazilia</i>	Amazilia ventrerrufa
<i>CulumbinaBuckleyi</i>	Tortolita ecuatoriana
<i>ViniliornisCallonatus</i>	Carpintero dorciescarlata
<i>SaltatorMaximus</i>	Saltador golianteado
<i>Ardea Alba</i>	Garceta grande
<i>NycticoraxNycticorax</i>	Garza nocturna coroninegra
<i>EgrettaThula</i>	Garceta nivea
<i>Bubulcus Ibis</i>	Garceta bueyera
<i>Aramus Guarauna</i>	Carrao
<i>ArdeaCocoi</i>	Garzón cocoy
<i>TigrisomaLineatum</i>	Garza tigre castaña
<i>HimantopusMexicanus</i>	Cigüeñuela cuellinegra
<i>Jacana Jacana</i>	Jacana curunculada
<i>CrotophagaMajor</i>	Garrapatero mayor
<i>PionusMenstruus</i>	Loro cabeciazul
<i>ForpusCoelestis</i>	Periquito del pacifico
<i>BrotogerisPirrhopterus</i>	Perico cachetigris
<i>MimusLongicaudatus</i>	Sinsonte colilargo
<i>EuphoniaLaniirostris</i>	Eufonia piquigruesa
<i>Fluvicola Negreta</i>	Tirano de agua enmascarado
<i>CaragypsAtratus</i>	Gallinazo negro

<i>Cathartes Aura</i>	Gallinazo cabezirrojo
<i>Megaceryle Torquata</i>	Martín pescador grande
<i>Sturnella Bellicosa</i>	Pastorero peruano
<i>Molothrus Oryzivorus</i>	Vaquero gigante
<i>Piaya Cayana</i>	Cuco ardilla
<i>Elanus Leucuros</i>	Elanio coliblanco
<i>Tapera Naevia</i>	Cuculillo crespín
<i>Lophostrix Cristata</i>	Búho penachudo
<i>Tyto Alba</i>	Lechuza campanaria
<i>Brotogeris Pyrrhopterus</i>	Perico cachetigris
<i>Sporophila Corvina</i>	Espiguero variable
<i>Tityra Inquisitor</i>	Titiracoroninegra
<i>Crypturellus Transfasciatus</i>	Tinamú cejiblanco
<i>Dendrocygna Bicolor</i>	Pato silbador canelo
<i>Dendrocygna Autumnalis</i>	Pato silbador ventrinegro
<i>Tachybaptus Dominicanus</i>	Zambullidor menor

### MAMIFEROS

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Ratus Ratus	Rata
Muss Musculus	Ratón
Ratus Novalgicius	Ratón silvestre
Didelphis Marsupialis	Zarigüeya
Tamandua Mexicana	Hormiguero
Choleopus Hoffmanni	Perezoso

### REPTILES

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Iguana Iguana	Iguana
Annolis Sp	Lagartija

**Fuente:** Tesis de diseño de un centro de turismo comunitario en el sitio la esperanza de la parroquia Quiroga, cantón Bolívar, provincia de Manabí.

**Elaborado por:** Espinoza y Vera 2012.

Las Características del cuerpo de agua del embalse la esperanza son de color claro verdoso hasta los 100 cm de profundidad. El espejo de agua del embalse tiene presencia de lechuguinas, (*Eichhornia crassipes* y *Pistiastratiotes*) que cubre alrededor de 40% el área del embalse; los lechuguinas están influenciados por los vientos que los empujan en dirección Este a Oeste o viceversa, lo que hace que la misma se mueva en diferentes zonas de la represa.

La represa Sixto Durán Ballén junto con sus comunidades alberga una rica diversidad cultural, fruto de la preservación de las manifestaciones del montubio manabita el cual es arraigado a la tierra y sus actividades. La comunidad y todo su legado cultural forman parte de las bases para que la actividad turística se desarrolle.

Según (Doumet & Yáñez, 2014) entre los principales recursos se encuentran:

- Represa Sixto Durán Ballén, segundo embalse en importancia de la provincia de Manabí.
- Tradiciones y manifestaciones culturales preservadas: Tradiciones del pueblo montubio del interior de Manabí: Oralidad (chigualos, amorfinos, velorios, leyendas, fiestas tradicionales y religiosas, peleas de gallo.
- Gastronomía (tonga, Salprietá, dulces típicos, suero blanco, cacao fino de aroma chocolate tradicional, rompopo, coladas de maduro).
- Arquitectura tradicional con caña guadua y cadí, artesanías y utensilios hechos de mate, zapán, barro, mocora y madera;
- Comunidad La Isla y hacienda Velázquez.
- Importante existencia de diversidad de recursos naturales y paisajísticos: fauna y flora de la represa Sixto Durán Ballén, Cerro Mil Pesos cascadas Chapulí, Primera Piedra, Tigre de dos Bocas; Bosque protector Primera Piedra.
- Producción agropecuaria diversa y abundante: Producción de cacao fino de aroma considerado uno de los mejores del país.

En cuanto a infraestructura hotelera alrededores de la represa o cercano al lugar no existe, ya para aquellos que deseen hospedarse lo harán en la ciudad de calceta que si tienen hoteles y hostales, por otra parte con el asunto de restauración se considera la existencia de tres prestadoras de servicios de restaurante, las mismas que ofrecen desayunos y almuerzos.

### **3.1.3. ANÁLISIS DE LA FICHA DE INVENTARIO, RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA EN LA REPRESA:**

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. Se constituye como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para

planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. (Mintur, 2017)

Para esto el Ministerio de Turismo ha creado una ficha de evaluación automatizada (Anexo 1) la cual se utilizó en la zona de estudio y sirvió como apoyo al proceso de identificación, clasificación y jerarquización del sitio. Es importante mencionar que las variables, factores y valores (puntos máximos), están establecidos por el Ministerio de Turismo, a través de la metodología para inventarios de atractivos turísticos, y se asigna automáticamente en base a la evaluación realizada en el sitio, como por ejemplo: su estado de conservación, infraestructura (vialidad), servicios básicos (energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, etc.).

Se considera a esta fase como clave debido a que mediante una calificación se permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de productos turísticos. A la vez será posible diagnosticar el potencial que presente el atractivo levantado y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones y coadyuvar a su desarrollo. A continuación, se detalla la ponderación de criterios en el gráfico 3 que es la misma para atractivos naturales y culturales.

Gráfico 3. (Ponderación de criterios)

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTAD
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	9,3
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9,1
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>54,4</b>

Fuente: Fichas de jerarquización de atractivos.

Una vez que se ha levantado la información del sitio, este es puesto en valor numérico mismo que representa el puntaje alcanzado de 54,4 sobre 100 puntos como se muestra en la imagen 3 el cual se enmarca dentro de un nivel de jerarquía de escala II según la imagen 4.

Gráfico 4. Jerarquización de atractivos

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Fuente: Fichas de jerarquización de atractivos.

Cabe recalcar que las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real y que están consolidados, como a los que no están en operación o respectivamente consolidados. (Mintur, 2017)

La jerarquía en la que se enmarca según los resultados de la evaluación técnica realizada a las fichas de jerarquización de atractivos describe que es un atractivo con algún rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales. Lo que se describe a continuación en la imagen 5.

Gráfico 5. (Descripción de Jerarquías)

Jerarquización	Descripción
JERARQUÍA IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.
JERARQUÍA III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
JERARQUÍA II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
JERARQUÍA I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
RECURSO	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: Fichas de jerarquización de atractivos.

Durante este proceso se analizaron y determinaron las características particulares que posee la zona de estudio tanto en el contexto individual como en relación al entorno, se evidencia que el Sitio La Esperanza donde se encuentra ubicada la represa Sixto duran Ballen, cuenta con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo, se evidenciaron sus recursos naturales y culturales como paisaje, flora y fauna, gastronomía típica en el sector, actividades agrícolas y pesqueras, tradiciones culturales, podrían formar parte de un producto agroturístico que es lo que pretende la investigación.

El proceso de identificación de recursos y evaluación de atractivos es fundamental para determinar la oferta turística de un territorio, sin embargo, se pudo evidenciar durante la evaluación que para algunas instituciones este proceso no tiene mucha relevancia por considerar que sería una inversión de recursos y tiempo poco beneficiosa para el desarrollo del turismo a gran escala. No obstante, gracias a todo el proceso de investigación del presente estudio, se puede afirmar que la base fundamental para el desarrollo del turismo está en los atractivos turísticos, sean estos naturales o culturales, sin los cuales no existiría el interés o motivación del turista por desplazarse de un lugar a otro con el fin de conocerlos y disfrutar de ellos, la materia prima del turismo son los atractivos turísticos, gracias a los cuales se puede articular la oferta de servicios y productos que en conjunto con otros elementos constituyen la oferta turística sobre la cual tiene lugar una de las principales actividades económicas del mundo como es el turismo.

A la vez sugerir al ente principal del cantón como lo es el Gobierno local (GAD), departamento de Turismo, contar con materiales, fichas, catastros, inventarios actualizados, que permitan el registro de una información veraz. El sitio La Esperanza y la represa conocida también por este mismo nombre poseen un interés particular para el turismo y por lo tanto pueden tomarse en cuenta para complementar la oferta de productos turísticos en cada uno de los cantones de la provincia, siempre y cuando exista la gestión e innovación que

lamentablemente son dos factores carentes en esta zona, pero que gracias a la autogestión, motivación y emprendimiento de la comunidad se lo puede alcanzar. En el caso de la Esperanza los registros se basan en atractivos naturales como: cascadas, cerros, belleza paisajística, aves, entre otros; y atractivos culturales como: gastronomía típica, que en su conjunto aportan a complementar la oferta de productos y servicios turísticos que hasta el momento no ha logrado desarrollarse en el cantón.

#### **3.1.4. DIAGNOSTICO DAFO.**

Para la determinación de estrategias se elaboró la matriz DAFO, que es una herramienta mediante la cual se evalúan diversos factores internos y externos, para diagnosticar la situación en la que se encuentra la comunidad, y así establecer cuáles y cuantas serán las estrategias que se utilizarán para mejorar los puntos bajos que presenta el lugar, la misma que se estructuro de la siguiente manera:

Tabla 6 Matriz DAFO

IMPACTOS (Leyendas)		ANÁLISIS EXTERNO														
		OPORTUNIDADES							AMENAZAS							
		Desarrollo de actividades de deportes acuáticos.	Espacios para implementación de infraestructura turística	Aplicación de proyectos de preservación y Conservación.	Desarrollo de actividades de agroturismo.	Desarrollo de productos turísticos.		Fenómenos naturales.	Falta de inversión turística.	Inestabilidad política.	Deforestación de los lugares aledaños.	Problemas de Eutrofización y azolvamiento que disminuyen la calidad del agua y acortan la vida útil del embalse.				
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS		O1	O2	O3	O4	O5	T	A1	A2	A3	A4	A5	T	TOTAL	
		Variedad de recursos naturales y paisajísticos (flora y fauna)	F1	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	2	13	28
		Predisposición de los comuneros a trabajar para fomentar el turismo.	F2	2	3	2	3	3	13	3	3	2	3	2	13	26
		Recurso turístico con gran potencial.	F3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	14	29
		Producción y venta de productos agrícolas.	F4	2	3	2	2	3	14	2	3	3	2	2	13	27
		Gran potencial para realizar el agroturismo.	F5	3	2	3	2	3	13	2	3	3	3	2	13	26
			T	13	14	13	13	15		13	15	13	14	10		
	DEBILIDADES	Presencia de maquinaria pesada	D1	2	3	2	2	3	12	2	2	1	1	1	7	19
		Carencia de oferta turística.	D2	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	30
		Inadecuado manejo de suelo.	D3	2	3	3	2	3	13	3	3	2	3	3	14	27
		Desconocimiento del valor del recurso, por parte de los gobiernos locales	D4	3	3	2	3	3	14	2	3	2	3	2	12	26
		Inexistencia de creación de productos turísticos.	D5	3	2	2	2	3	12	3	3	2	3	2	13	25
			T	13	14	12	12	15		13	14	10	13	11		
		<b>TOTAL</b>		26	28	25	25	30		26	29	23	27	21		

Fuente: Elaboración propia

Según el diagnóstico DAFO se puede constatar la falta de inversión en el ámbito turístico en la comunidad la Esperanza como amenaza principal a esto se anexa la carencia de oferta turística que viene siendo la debilidad principal, y aun así no se aprovecha que es un recurso turístico con gran potencial que podría fomentar al máximo el desarrollo de productos turísticos como una oportunidad para los pobladores.

Las estrategias que se formularon para disminuir las debilidades, neutralizar las amenazas, potenciar fortalezas y aprovechar las oportunidades según los

resultados obtenidos en el diagnóstico DAFO que más se acomodan a los problemas y necesidades del sitio se detallan a continuación:

- Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acordes a los distintos segmentos de demanda
- Realizar actividades agroturísticas para los diferentes segmentos.
- Diversificar la oferta turística del destino.
- Potenciar turísticamente la Esperanza.
- Realizar capacitación a los moradores para que conozcan el valor que posee el recurso y ayude con la conservación del mismo.
- Dar a conocer al GAD las necesidades en las cuales ellos estén prestos a ayudarles, tales como señalización, accesibilidad. Entre otros.
- Que un comité en la presa la Esperanza establezca políticas internas mediante el apoyo de actores inmersos en el área.
- Crear centros de información turística.
- Fomentar y fortalecer emprendimientos locales sustentables y sostenibles, relacionadas con la actividad turística.

### **3.1.5. ANÁLISIS DE LOS SECTORES ECONÓMICOS ALEDAÑOS AL RECURSO.**

Se realizó un estudio socioeconómico en las zonas aledañas al recurso en función de las fichas aplicadas (ANEXO 2), lo cual se detalla a continuación:

*Tabla: 7 Diagnóstico de la encuesta socioeconómica.*

<b>ASPECTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	Caña el 27%
	Bloque el 27%
<b>Tipo de vivienda que posee la familia.</b>	Mixta el 40%
	Según la encuesta realizada se determina que el tipo de vivienda que posee la población en mayor porcentaje es la mixta con el 40%, siendo estas de caña y madera.

<b>Personas que viven en la vivienda.</b>	5 personas	28%
	6 personas	28%
Según los datos se puede observar que las mayorías de casas están habitadas por más de 5 personas.		
<b>Valor aproximado que ganan a la semana.</b>	10-20	el 20%
	21-30	el 20%
	31-40	el 40%
	+41	el 20%
	El sustento económico de la población en los alrededores de la represa se mantiene de la pesca, de cargar pasajeros en lancha y de la venta de la comida. Por lo cual los mayores ingresos que perciben a la semana son de \$30,00 a \$40,00.	
<b>Nivel de educación.</b>	Primaria	el 67%
	Secundaria	el 24%
	Universitaria	el 9%
	Según el nivel de educación de la población se determinó que en su mayoría solo ha concluido la primaria.	
<b>Servicios básicos que disponen.</b>	Agua potable	el 7%
	Agua entubada	el 33%
	Pozo	el 60%
	Entre los servicios básicos que disponen está el pozo con un 60%, siendo indispensable la necesidad de se le mejoren los servicios, para las cual las autoridades pertinentes deben tomar las medidas necesarias.	
<b>Sistema de aguas servidas que disponen.</b>	Pozo Séptico	el 53%
	Letrinas	el 47%
	El sistema de aguas servidas que disponen la mayoría de la población es el pozo séptico.	
<b>Actividades económicas principales de la familia.</b>	Agricultura	el 37%
	Pesca	el 33%
	Las actividades económicas principales con las que se sustentan las familias es la pesca y la agricultura, pudiéndose también incluir el turismo teniendo el	

	recurso de la represa.
	SI el 25%
	NO el 75%
<b>Microempresa legalmente establecida en la familia.</b>	Las empresas que disponen estas familias son los restaurantes, unas que han hecho créditos para poner su negocio propio y otros que han sido herencia.
	Servicios básicos el 53%
	Vías el 11%
	Empleo el 36%
<b>Necesidades de las familias</b>	Las necesidades de la población están los servicios básicos y la falta de empleo que es un factor determinante para que ellos no puedan tener mayores ingresos y no puedan educar a sus hijos como desearían.

**Fuente:** Encuesta socioeconómica a la comunidad.

**Elaborado por:** Las autoras.

## 3.2. RESULTADO 2: ESTUDIO DE MERCADO

Para la realización de este resultado se ejecutó un estudio de mercado el mismo que consiste en el análisis de la demanda el cual vamos a estudiar el perfil del visitante para esto se aplicó encuestas enfocadas en conocer el perfil del visitante y su interés por el agroturismo. También la oferta turística que posee el sitio la esperanza, y finalizamos esta fase con un análisis de las competencias.

### 3.2.1. PERFIL DEL VISITANTE.

Para determinar el perfil del visitante que llega a la represa, se tomó en cuenta los datos de la primera parte de la encuesta realizada a los turistas, al desconocer la cantidad de turistas que llegan al lugar por falta de datos oficiales y poder obtener la muestra se decide aplicar la fórmula de población desconocida, ya que no existe estadística confiable que nos arrojen datos de los visitantes del cantón Bolívar, mucho menos del sitio La Esperanza, la

misma que se detalla a continuación:  $n = \frac{Z^2 \cdot a/2 \cdot p \cdot q}{d^2}$  que nos sirvió para determinar una base de 190 encuestas. En base a esto se elaboró el cuestionario (ANEXO 3) con el formato de estudio de mercado utilizado en la carrera de turismo de la ESPAM MFL, con ciertas modificaciones en función a la investigación. Esta encuesta fue realizada en dos jornadas para el feriado del 10 de agosto y la segunda en una feria el 28 de octubre por festividades del cantón Bolívar ambas se realizaron en la represa Sixto Durán Ballén. Se obtuvo un total de 208 encuestas.

Según los datos obtenidos se puede constatar que hay que tener en cuenta que el nuevo consumidor turístico está bien informado y vinculado a la realidad social y cultural de los lugares que visita y más exigente en el conjunto de su experiencia. El turista es alguien que urge de respuestas instantáneas y precisas a sus requerimientos de información o de prestación de servicios. A continuación se detalla los resultados que dieron las encuestas en cuanto al perfil del visitante con respecto a las variables de edad, sexo, país de origen, nacionalidad, provincia, nivel de educación y la ocupación principal.

*Tabla: 8 Análisis del perfil del turista.*

<b>ASPECTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Edad</b>	<p>Entre los visitantes de la represa en lo correspondiente a la edad se detalla a continuación:</p> <p>De 10 a 20 el 12 %</p> <p>De 21 a 30 el 28%</p> <p>De 31 a 40 el 32%</p> <p>De 41 a 50 el 18%</p> <p>De 51 a 60 el 7%</p> <p>De 61 a 70 el 3%</p> <p>Siendo más representativo las edades de 21 a 40 años el segmento que más visita la represa Sixto Duran Ballén.</p>
<b>Sexo</b>	55% sexo masculino y el 45% restante corresponden al sexo femenino

<b>País de origen,</b>	Ecuador representando el 99% y el 1% mercado extranjero
<b>Nacionalidad</b>	Nacionalidad ecuatoriana el 99,5% y el 0,5% extranjeros
<b>Provincia</b>	Manabí el 63%, Guayas 20% y Pichincha 15%.
<b>Nivel de educación</b>	Estudios Primarios y secundarios con 47%, y 35% estudios universitarios.
<b>Ocupación principal.</b>	El 88% es laboralmente activo, en términos estadísticos, este grupo representa a las personas que tienen trabajo y pertenecen a empresa privada, sector público y cuenta propia.
<b>Medio de información para llegar a la represa</b>	El 44% obtuvo información por medio de familiares, mientras que un 34% ya la ha visitado en otras ocasiones, lo cual conlleva a concluir que es un sitio que el turista si desea regresar por sus hermosos paisajes, además que también está siendo promocionada por personas que ya han visitado el lugar.
<b>Personas en total (grupo de visita)</b>	El 54% de los turistas han visitado el lugar en familia, el 26% solo, y el 11% con amigos.
<b>Medio de transporte utilizado.</b>	Vehículo propio 68%, alquilado 15% y autobús 11%
<b>Duración del viaje</b>	El 96% en un día, mientras que el 4% estuvo más de dos días.
<b>Tipo de alojamiento que utilizo.</b>	Vivienda propia/familia/amigos el 68% y hotel el 26%, datos que están vinculados directamente con la pregunta; el medio que obtuvo para llegar a la represa, siendo también relevante por medio de amigos y familiares.
<b>Valor a pagar si se ofertaran productos en la represa.</b>	Hasta \$20 el 59% De \$21 a \$40 el 34% De \$41 a \$59 el 5% Más de \$60 el 2%  Lo que determina que los turistas pueden pagar por un producto elaborado en la represa un valor estimado entre \$20 a \$40.
<b>Aceptación de un producto agroturístico en la represa.</b>	Con una aceptación de un 100%

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Las autoras.

### **3.2.2. INDICADORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES Y OPERADORES TURÍSTICOS HACIA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS AGROTURÍSTICOS.**

Para definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes hacia los productos y servicios agroturísticos se estructuraron dos cuestionarios a manera de encuestas. El primero orientado a los visitantes del recurso insitu (ANEXO 3) y la segunda, a los operadores turísticos receptivos de la provincia, diseñada en la plataforma google forms (ANEXO 4) de manera digital, aplicada mediante links enviados por parte de un operador de referencia de los investigadores a los grupos de whatsapp de las agencias de viajes manabitas.

La primera encuesta sirvió para obtener datos mediante escalas valorativas predefinidas acerca de la percepción en cada una de las experiencias turísticas en la zona, estos datos permitieron realizar los respectivos estudios estadísticos comparativos, para determinar tres aspectos importantes acerca del proceso de consumo del producto, dividido en tres etapas (ANTES, DURANTE Y DESPUÉS), y los niveles de experiencia que brindaría la inserción de un producto agroturístico en la percepción del turista durante la participación en cada una de las actividades. El muestreo se distribuyó en dos jornadas de recolección de datos, la primera se realizó en el feriado del 10 de agosto y la segunda en una feria el 28 de octubre por festividades del cantón Bolívar ambas tuvieron lugar en la represa Sixto Durán Ballén. Se aplicaron 208 encuestas en total, se la realizó in situ para conocer el perfil del visitante, sus requerimientos, sus necesidades al momento de visitar un destino.

A continuación se detallan los indicadores evaluados con sus respectivos análisis en las siguientes tablas de frecuencias obtenidas del programa IBM SPSS Statistics 22 de la primera encuesta realizada a los turistas que visitaron la represa Sixto Duran Ballen. Para determinar la percepción del visitante en esta fase se trabajó con tres aspectos importantes, como primer punto a desarrollar están los factores que lo motivaron a visitar el lugar (ANTES), el segundo ítem consiste en analizar las actividades realizadas en el destino

(DURANTE), y por último que actividades le gustaría realizar en la represa (DESPUÉS).

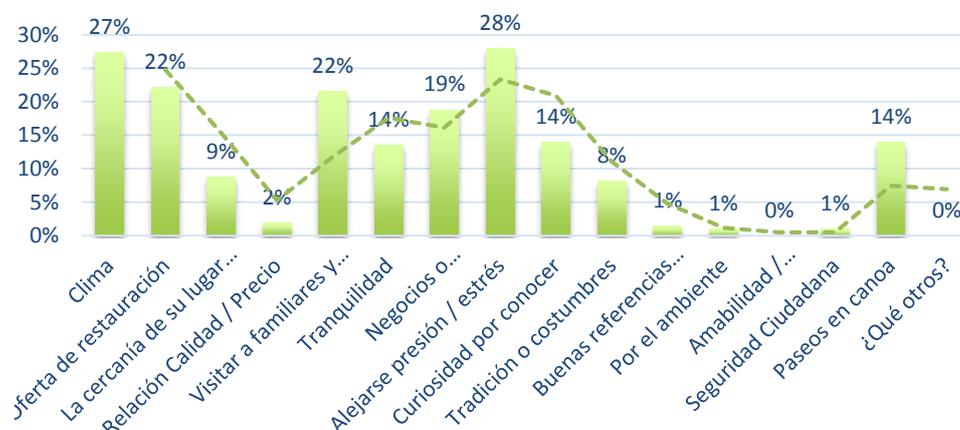
*Tabla: 9 Factores que lo motivaron a realizar la visita (antes)*

FACTORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PERDIDOS EN EL SISTEMA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CLIMA	57	27,4%	151	100,0	100,0
OFERTA DE RESTAURACIÓN	46	22,1%	162	100,0	100,0
LA CERCANIA AL LUGAR DE SU RESIDENCIA	18	8,7%	190	100,0	100,0
RELACIÓN CALIDAD / PRECIO	4	1,9%	204	100,0	100,0
VISITAR A AMIGOS Y FAMILIARES	45	21,6%	163	100,0	100,0
TRANQUILIDAD	28	13,5%	180	100,0	100,0
NEGOCIOS O MOTIVACIONES PROFESIONALES	39	18,8%	169	100,0	100,0
ALEJARSE DE LA PRESIÓN Y EL ESTRÉS	58	27,9%	150	100,0	100,0
CURIOSIDAD POR CONOCER	29	13,9%	179	100,0	100,0
TRADICIÓN O COSTUMBRES	17	8,2%	191	100,0	100,0
BUENAS REFERENCIAS (INFORMACIÓN)	3	1,4%	205	100,0	100,0
POR EL AMBIENTE	2	1,0%	206	100,0	100,0
AMABILIDAD / HOSPITALIDAD	0	0	208	100,0	100,0
SEGURIDAD CIUDADANA	2	1,0%	206	100,0	100,0
PASEOS EN CANOA	29	13,9%	179	100,0	100,0

**Fuente:** IBM SPSS Statistics 22

**Elaborado por:** Las autoras.

Figura: 1 Factores que lo motivaron a realizar la visita (antes)



Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Las autoras

Los tres factores más relevantes que motivó al turista al momento de realizar la visita fue alejarse de la presión y estrés con un 27,9%, el 27,4% por el clima y el 22,1% por la restauración. A más de buscar alejarse de la presión o estrés, juega un papel muy importante el clima y la comida que oferta la zona de estudio, para lo cual es imprescindible mejorar en el asunto de la gastronomía, con una oferta muy variada y porque no con un plato típico de la zona, en la cual el visitante pueda identificar cada uno de sus componentes y su elaboración y esto llame la atención al turista. Es claro también que la visita a familiares en épocas de feriados con un 22% forman parte de una gran oportunidad para promocionar eventos de preferencia gastronómicos en la zona. Esto deja en claro que la sumatoria de elementos como el clima, alejarse de la presión y estrés, la tranquilidad del lugar deberían ser los principales elementos para promover campañas de promoción de los productos turísticos dentro del destino.

Tabla: 10 Actividades que realizó en la represa (durante)

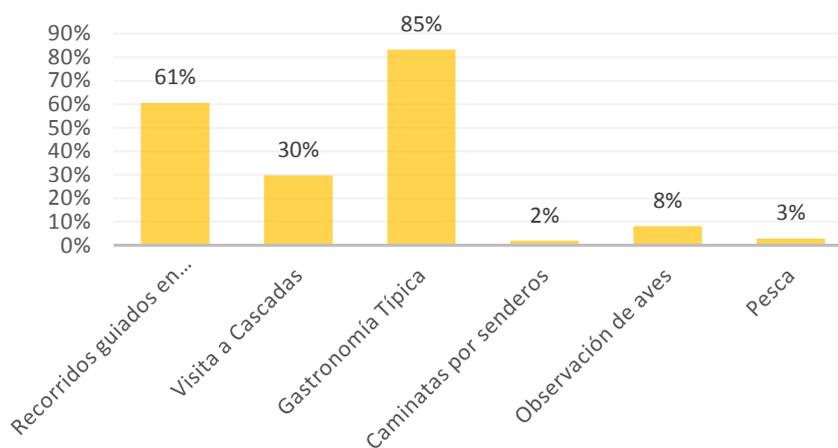
ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PERDIDOS EN EL SISTEMA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
RECORRIDOS GUIADOS EN LANCHA	126	60,6%	82	100,0	100,0
VISITA A CASCADAS	62	29,8%	146	100,0	100,0

GASTRONOMÍA TÍPICA	176	84,6 %	32	100,0	100,0
CAMINATA POR SENDEROS	4	1,9%	204	100,0	100,0
OBSERVACIÓN DE AVES	17	8,2%	191	100,0	100,0
PESCA	6	2,9%	202	100,0	100,0

**Fuente:** IBM SPSS Statistics 22

**Elaborado por:** Las autoras.

*Figura: 2. Actividades que realizó en la represa (durante)*



**Fuente:** IBM SPSS Statistics 22

**Elaborado por:** Las autoras

Las actividades mejor apreciadas por los visitantes durante la visita fueron la Gastronomía típica y los recorridos guiados en lancha, y en un menor porcentaje la visitas a cascadas. Se puede constatar que la prioridad de los turistas sigue siendo la búsqueda de oferta gastronómica en el interior de la provincia, lo cual implica trabajar mucho más en este aspecto, como también el mejorar el servicio durante los recorridos alrededores de la represa, lo cual conlleva a que se capaciten a los dueños de las canoas para que puedan brindar una guía con adecuada información del sitio y su entorno especialmente en la observación de aves, lo que sería una buena oportunidad para involucrar un segmento de visitantes más especializado, en lo que consiste las visitas a la cascadas se debe trabajar en mejorar el acceso hacia el lugar.

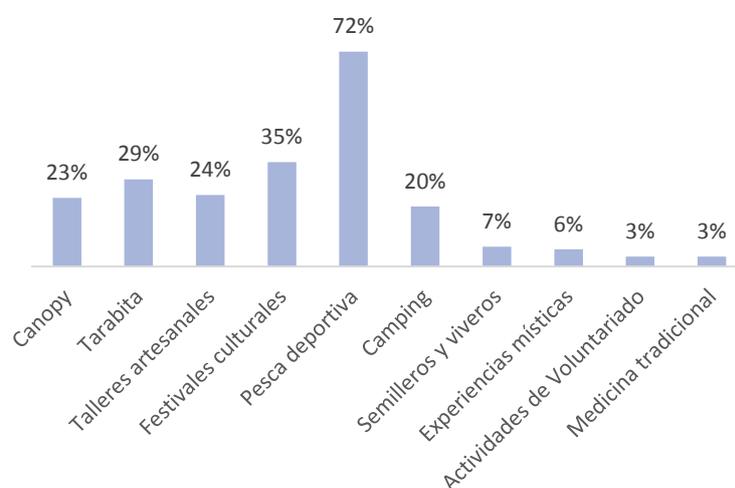
*Tabla: 11 Actividades que le gustaría realizar (después)*

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PERDIDOS EN EL SISTEMA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CANOPY	48	23,1%	160	100,0	100,0
TARABITA	61	29,3%	147	100,0	100,0
TALLERES ARTESANALES	50	24,0 %	158	100,0	100,0
FESTIVALES CULTURALES	73	35,1%	135	100,0	100,0
PESCA DEPORTIVA	150	72,1%	58	100,0	100,0
CAMPING	42	20,2%	166	100,0	100,0
SEMILLEROS Y VIVEROS	14	6,7%	194	100,0	100,0
EXPERIENCIAS MÍSTICAS	12	5,8%	196	100,0	100,0
ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO	7	3,4%	201	100,0	100,0
MEDICINA TRADICIONAL	7	3,4%	201	100,0	100,0

**Fuente:** IBM SPSS Statistics 22

**Elaborado por:** Las autoras.

*Figura: 3. Actividades que le gustaría realizar (después)*



**Fuente:** IBM SPSS Statistics 22

**Elaborado por:** Las autoras.

La pesca deportiva con el 72%, tuvo mayor aceptación, lo que representa una oportunidad de negocio para los prestadores de servicio local, incluyendo una inversión por parte de los canoeros y así diversidad su oferta, y de esta manera mejorar sus ingresos por la actividad turística, el 35% festivales culturales fortalece la idea de aprovechar los feriados para la realización de eventos gastronómicos, y el 29% tarabita relacionado con actividades de turismo de

aventura, un componente primordial para la diversificación de segmento en el lugar y otra oportunidad de poseer un atractivo diferenciado en la zona. Otro dato a observar es la poca valoración de las actividades relacionadas al agroturismo por parte del turista local, lo que significaría empezar a diversificar la oferta para atraer nuevos segmentos que mejoren las oportunidades de desarrollo turístico en el sector. El segmento turista actual se muestra más inclinado por realizar actividades que conlleven a salir del estrés y relajarse haciendo un deporte diferente junto con la familia, por otro lado están los que aún prefieren lo tradicional como los festivales culturales que hacen recordar esas costumbres, tradiciones y sus raíces, y también entre las preferencias del visitantes está el realizar algo que se puede considerar como extremo la tarabita.

En este estudio se evaluó en el visitante la percepción antes, durante y después del recorrido se puede constatar que entre los factores que lo motivaron a realizar la visita fue: alejarse de la presión y estrés, el clima y la restauración, (ANTES). Actividades que realizo (DURANTE), en este apartado se dio más realce a la gastronomía típica, recorridos guiados en lancha, y la visitas a cascadas, y para culminar están las actividades que le gustaría realizar (DESPUES) La pesca deportiva, festivales culturales y tarabita, dando así un diagnostico cuales serían las posibles actividades a incluir en un producto agroturístico.

La segunda encuesta estuvo dirigida a los operadores turísticos receptivos de la provincia, diseñada en la plataforma google forms (ANEXO 4) de manera digital, se realizó a un total de 11 agencias y operadoras turísticas de la provincia de Manabí. El objetivo de la misma es conocer qué porcentaje representa los productos de naturaleza, que interés existe sobre productos en represa, el nivel de conocimiento de la Esperanza y que actividades son indispensables al momento de implementar en el destino para que formen parte de un producto agroturístico en represas y sus alrededores. A continuación se detallan los resultados más importantes obtenidos en los distintos apartados evaluados a los prestadores de servicio en teste caso agencia de viajes:

*Tabla: 12 Representación de los productos de naturaleza.*

	<b>Agroturismo</b>	<b>Turismo comunitario</b>	<b>Turismo rural</b>	<b>Turismo de aventura</b>
<b>1</b>	30%	40%	30%	50%
<b>2</b>	10%	20%	10%	10%
<b>3</b>	30%	10%	10%	10%
<b>4</b>	30%	20%	20%	20%
<b>5</b>	20%	20%	50%	90%
<b>6</b>	40%	40%	60%	100%
<b>7</b>	10%	10%	10%	40%
<b>8</b>	20%	50%	50%	80%
<b>9</b>	10%	10%	10%	20%
<b>10</b>	10%	20%	10%	10%
<b>11</b>	10%	10%	10%	10%

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

Como se puede observar según los porcentajes que representan las diversas modalidades propuestas dentro de la cartera de productos de las distintas agencias, la preponderancia la tiene el turismo de aventura y el turismo comunitario, lo que no excluye el trabajo a realizarse a través de productos rurales o agroturísticos quienes tienen una representación más baja y en general de los productos ofrecidos mediante paquetes receptivos en la provincia. Lo que representa un segmento no tan amplio pero que fortalecido mediante la modalidad comunitaria y la implementación de ciertas actividades de aventura podrían representar una gran oportunidad en el sector.

*Tabla: 13 Características que asocia rápidamente un cliente al escuchar hablar de productos relacionados al agroturismo o turismo rural.*

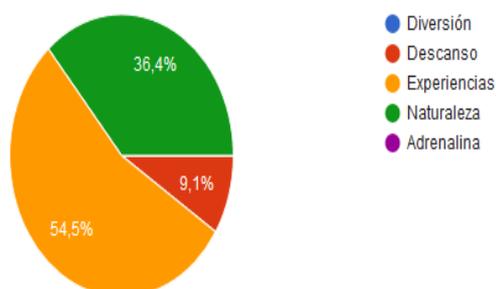
	Respuestas	Porcentaje
Diversión	0	0%
Descanso	1	9,1%
Experiencias	6	54,5%
Naturaleza	4	36,4%
Adrenalina	0	0%
<b>Total</b>	11	100%

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

*Figura: 4 Características que asocia rápidamente un cliente al escuchar hablar de productos relacionados al agroturismo o turismo rural.*

11 respuestas



**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

El turista actual se inclina por visitar lugares que demanden de mayores experiencias, la naturaleza que también es un factor determinado para disfrutar del entorno que le rodea, adrenalina, diversión, y descanso características que un cliente podría asociar al momento de escuchar hablar sobre productos agroturísticos o turismo rural. Según la encuesta realizada determina que a los que más importancia le dan es a las experiencias con un 55%, luego la naturaleza con un 36%.

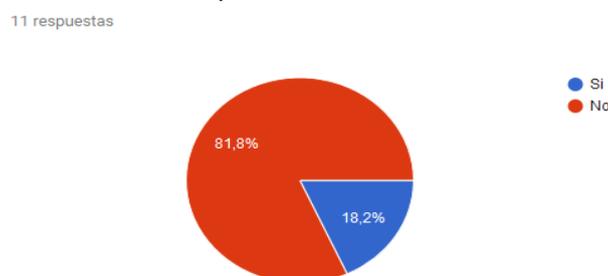
*Tabla: 14. Se está comercializando productos turísticos relacionados con represas.*

	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	2	18,2
NO	9	81,8
<b>Total</b>	11	100%

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

*Figura: 5. Se está comercializando productos turísticos relacionados con represas.*



**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según las agencias y operadoras encuestadas determinan un mayor rango del 81% al indicar que no se está comercializando productos relacionado con represas, lo que conlleva a que se le dé una mayor importancia y empiecen a incluirla entre sus actividades de a poco para que el turista pueda vivir un encuentro con la naturaleza y tener nuevas experiencias.

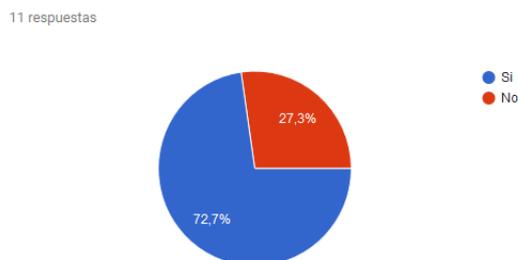
*Tabla: 15 Conocimiento de la Represa Sixto Duran Ballén/La Esperanza.*

	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	8	72,7
NO	3	27,3
<b>Total</b>	11	100%

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

Figura: 6. Conocimiento de la Represa Sixto Duran Ballén/La Esperanza



Fuente: Google forms.

Elaborado por: Las autoras.

Se puede determinar que si tienen en su mayoría las agencias de viajes conocimiento sobre la existencia de la represa Sixto Duran Ballén, dando esto un mayor realce e importancia para que de esta manera se pueda incluir entre sus productos a comercializar.

Tabla: 16 Valoración del 1 al 10 según la importancia los siguientes recursos y servicios a implementar en el destino, para que formen parte de un producto turístico en represas y sus alrededores.

RECURSOS Y SERVICIOS	RESPUESTAS											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Recorridos Guiados en lanchas	10	9	10	8	9	10	2	7	9	8	8	90
Canopy	10	9	5	8	1	1	2	8	9	8	7	68
Tarabita	10	9	9	7	1	1	2	9	9	8	8	73
Visita a cascadas	8	10	10	9	6	10	2	9	9	8	8	89
Observación de aves	10	9	10	9	8	10	2	9	9	8	9	93
Talleres artesanales	9	10	10	9	9	10	2	9	9	8	9	94
Festivales culturales	10	9	8	8	5	10	2	6	9	8	9	84
Gastronomía	9	10	10	10	9	10	3	9	9	8	9	96
Caminata por senderos	9	9	10	8	5	10	2	9	9	8	9	88
Pesca deportiva	10	9	10	9	9	10	3	7	9	2	8	86
Camping	10	9	10	10	9	10	2	9	9	3	9	90
Semilleros y viveros	10	9	10	8	2	10	2	7	9	8	9	84

<b>Experiencias místicas</b>	9	9	9	9	5	10	2	6	9	1	9	78
<b>Actividades de Voluntariado</b>	9	9	9	10	5	10	2	7	9	3	9	82
<b>Medicina tradicional</b>	9	9	5	8	5	10	2	9	8	3	9	77

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según la valoración dada en la importancia de los recursos y servicios a implementar en el destino, para que formen parte de un producto turístico en represas y sus alrededores se puede constatar que la gastronomía cumple un rol muy importante seguido de los talleres artesanales, observación de aves, recorridos en lancha y camping.

*Tabla: 17 ¿Estaría motivado por vender productos turísticos asociados a recursos como la Represa Sixto Durán?*

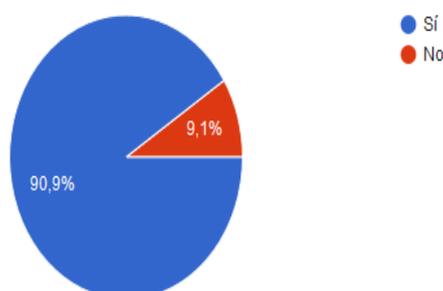
	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	10	90,9
NO	1	9,1%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

*Figura: 7. ¿Estaría motivado por vender productos turísticos asociados a recursos como la Represa Sixto Durán?*

11 respuestas



**Fuente:** Google forms.

**Elaborado por:** Las autoras.

Es satisfactorio que según la encuesta realizada en las agencias y operadoras se determine que en un 91% si están interesados en comercializados productos como la represa Sixto Duran Ballén, dando esto importancia a que se dé mejoras en el lugar.

### 3.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La Esperanza es un sitio perteneciente a la parroquia de Quiroga del cantón Bolívar cuenta con un gran recurso como es la represa Sixto Duran Ballén la misma que no es muy conocida turísticamente, pero que posee un gran potencial, además de ello su cultura, que se ve reflejada en la vida diaria de los habitantes del sector, sus costumbres, actividades, etc., que conjugadas brindan al visitante la oportunidad de conocer la riqueza que posee la localidad.

En la actualidad existen en La Esperanza tres cabañas donde ofrecen servicio de alimentación, las cuales no están en buenas condiciones; sus comunidades aledañas no cuentan con servicios turísticos que complementen a este recurso y provean de facilidades al visitante. En el puerto La Esperanza se encuentran ubicadas las canoas a motor y la gabarra que prestan el servicio de transporte fluvial a las personas que desean dirigirse hacia otras comunidades, y los buses que se dirigen hacia la parroquia de Membrillo y Pichincha, también se ha implementado el servicio de bus URBANBASS que se encarga del recorrido desde calceta hasta la represa.

*Tabla: 18 Prestadores de servicio de restauración.*

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Comedor Lolita	Restaurante	Puerto La Esperanza
Comedor San Vicente	Restaurante	Puerto La Esperanza
Comedor Jessenia	Restaurante	Puerto La Esperanza

**Elaborado por:** las autoras.

### 3.2.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Para determinar el análisis de la competencia, se tomaron en cuenta a las organizaciones que actualmente desarrollan agroturismo, cuyo territorio de influencia está enmarcado en el centro de Manabí.

- Finca agroturística Sarita en la parroquia Quiroga.
- Finca Agroturística Río Muchacho en el Cantón de San Vicente

*Tabla: 19 Resumen análisis de la competencia servicios turísticos*

COMPETENCIA	HOSPEDAJE	ALIMENTACIÓN	RECREACIÓN	PRECIO DE INGRESO AL AREA
Finca agroturística Sarita	Hospedaje comunitario	1 Restaurante	Recorrido sendero, elaboración de productos.	\$5,00 la entrada.
Río Muchacho	Hospedaje comunitario	1 Restaurante	Recorrido sendero, cabalgatas, trabajo diario	\$45.00 por día incluida alimentación

**Elaborado por:** las autoras.

Una vez caracterizadas cada una de las organizaciones que brindan agroturismo se puede determinar que ofrecen servicios turísticos ya establecidos debido a que tienen una capacidad instalada, mayores atractivos naturales y culturales que poseen estos sitios, de esta manera se crea una cadena de valor consolidada. A más de ello poseen una gran diversidad de productos que se han ido creando de acuerdo a sus necesidades y a la demanda. Por consiguiente, se puede determinar que las ventajas competitivas que poseen estas organizaciones con relación a la comunidad de la Esperanza son la infraestructura turística y mayor demanda de turistas. Además de ello cada una de estas organizaciones lleva mucho tiempo desarrollando actividades agroturísticas que les permiten tener experiencia y por ende tienen estrategias comerciales con instituciones y organizaciones dentro y fuera del país.

### 3.3. RESULTADO 3: DISEÑO DEL PRODUCTO.

#### 3.3.1. CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE RESTAURACIÓN Y A LOS CANOEROS.

La generación de ideas para la elaboración de un producto con la comunidad, fue promovida a través de la realización de un plan de capacitaciones, con la finalidad de obtener información valiosa sobre la apreciación de los recursos por parte de los comuneros, y a su vez, prepararlos en diversos aspectos relacionados con la actividad turística.

Estas capacitaciones se la realizaron a manera de talleres participativos en los diversos negocios que se encuentran dentro del sitio como lo son restaurantes y estación de los canoeros del lugar. Las temáticas desarrolladas durante las capacitaciones estuvieron estructuradas de la siguiente manera:

*Tabla: 20 Temáticas para capacitación.*

TEMATICAS DE LAS INSTRUCCIÓN TÉCNICA	CONTENIDOS	TIEMPO DE DURACION
Sensibilización turística	• Turismo	20 HORAS
	• Hospitalidad	PRESENCIALES
	• Cultura y tradición	20 HORAS
	• Seguridad	AUTONOMAS
Calidad de los servicios turísticos	• Atención al cliente	20 HORAS
	• Sanidad alimentaria	PRESENCIALES
	• Manipulación de alimentos	20 HORAS
	• Administración turística	AUTONOMAS
	• Emprendimiento turístico	
Conservación ambiental y manejo sostenible de los recursos naturales y agropecuarios	• Educación Ambiental	
	• Manejo de residuos sólidos	
	• Manejo de recursos naturales	
	• Producción agropecuaria sostenible	20 HORAS
	• Fincas agro ecológicas integrales.	PRESENCIALES
	• Huertos caseros orgánicos	20 HORAS
	• Microempresas agro productivas	AUTONOMAS
• Pesca sustentable		
Guianza, Animación y Seguridad Turística	• Técnicas de guianza	20 HORAS
	• Animación turística	PRESENCIALES
	• Seguridad en facilidades turísticas	20 HORAS
	• Interpretación Turística Ambiental	AUTONOMAS

**Fuente:** Departamento de Vinculación.

**Elaborado por:** Las autoras.

A partir de este proceso se logró definir un banco de ideas con la población, las cuales están planteadas a corto y largo plazo, en función de los recursos existentes en la zona, las mismas se irán planteando paulatinamente a medida que la actividad turística vaya incrementándose y otorgando opciones de financiamiento. Se trabajó arduamente con la temática relacionada a sostenibilidad y los parámetros que deben cumplir para convertir el lugar en sostenible. Por lo tanto se detalla a continuación los principios que ellos deben aplicar.

**Dar un uso óptimo a los recursos ambientales:**

La conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica son el elemento fundamental del desarrollo turístico sostenible.

**Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas:**

Es necesario conservar los recursos culturales arquitectónicos y valores tradicionales de las comunidades para contribuir al entendimiento y tolerancia de las mismas.

**Beneficios económicos distribuidos equitativamente**

Se debe asegurar que las actividades económicas viables a largo plazo reporten a todos los agentes involucrados beneficios bien distribuidos. Además de asegurar estabilidad laboral, ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, así contribuyendo a la reducción de la pobreza. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. Además, debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la insostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Según la (OMT (Organización Mundial del Turismo), 2005). Entre los beneficios del Turismo Sostenible están los siguientes:

- Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano.

- Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costos.
- Genera empleo local de manera directa en el sector servicios.
- Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales.
- Genera entrada de divisas en el país e inversiones en la economía local.
- Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario puede ser esporádico e insuficiente.
- Procura el entendimiento y la toma de decisiones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
- Incorpora una planificación que asegura un desarrollo turístico adecuado a la capacidad de carga del ecosistema.
- Estimula el mejoramiento de los transportes locales, las comunicaciones y las infraestructuras básicas.
- Oferta actividades que pueden ser disfrutadas tanto por la comunidad local como por los turistas. Ayuda a la preservación del patrimonio histórico y cultural.
- Anima, por una parte, a la recuperación de usos agrarios en tierras marginales y, por otra, favorece el mantenimiento de la vegetación natural en grandes áreas.
- Mejora la autoestima de la población local y la revalorización de su entorno y sus características culturales. Ofrece oportunidad para una mayor comunicación y entendimiento entre personas de distintas procedencias.
- Demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local, y cómo ésta puede ayudar a preservarlos.
- Controla y valora los impactos provocados por el turismo, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos.

### **3.3.2. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS.**

En base al diagnóstico realizado en la primera fase con la ficha de inventario se pudo determinar cuáles serían los recursos que estarían incluidos en el diseño del producto agroturístico.

- Represa Sixto Durán Ballén, segundo embalse en importancia de la provincia de Manabí, además en sus alrededores posee belleza paisajística, flora y fauna, lugar representativo con potencial turístico.
- Gastronomía (tonga, Salprieda, dulces típicos, suero blanco, cacao fino de aroma chocolate tradicional, rompopo, coladas de maduro, gallina criolla, tilapia). Lo tradicional de la provincia de Manabí en comida típica, específicamente se puede encontrar en el sitio la esperanza.
- Arquitectura tradicional con caña guadua y cadí, artesanías y utensilios hechos de mate, zapán, barro, mocora y madera; todos estos productos elaborados con materiales de la zona.
- Comunidad La Isla, perteneciente al señor Armin Talledo, un lugar en el que se puede disfrutar de la belleza paisajística que posee la represa Sixto Durán Ballén, compartir en familia y hasta realizar un picnic.
- Importante existencia de diversidad de recursos naturales y paisajísticos: fauna y flora de la represa Sixto Durán Ballén, Cerro Mil Pesos cascadas Chapulí, Primera Piedra, Tigre de dos Bocas; Bosque protector Primera Piedra. Sitios que sin duda enamoran gracias al potencial turístico que poseen.
- Producción agropecuaria diversa y abundante: Producción de cacao fino de aroma considerado uno de los mejores del país. Actividades que ayudan con el sustento económico de la población.

### **3.3.3. DISEÑO DE PRODUCTO AGROTURÍSTICO**

En función de los resultados identificados en las encuestas, tanto la orientada a los visitantes del lugar, como a la dirigida a los operadores turísticos de la provincia, se logró identificar en conjunto con la comunidad tres tipos de posibles productos a ofrecer a los operadores y visitantes, para lo cual se diseñó un tríptico con las actividades a realizarse (ANEXO 5) las mismos que se enlistan a continuación:

- Actividades individuales
- Medio Día
- Full day (agroturismo)

### Las actividades individuales.

Estas son la base de la operación turística, están elaboradas con los medios más próximos a los comuneros, las mismas están detalladas con su descripción y tiempo de duración, estas fueron consensuadas con la comunidad para la posible utilización en paquetes organizados o ventas al detalle en el sitio.

*Tabla: 21 Actividades a desarrollar.*

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DURACIÓN</b>
PASEOS EN LANCHA	Recorridos en canoa por los alrededores de la represa, descripción de flora y fauna local.	30 min 60 min
ALIMENTACIÓN	Elaboración de platos especializados en comida típica de la zona: mariscos y gallina.	60 min
VISITA A LA CASCADA	Recorrido por bote a la cascada de Bejuco, parada técnica para bañarse y servirse un snack.	120 min
BOSQUE PRIMERA PIEDRA	Recorrido al bosque primera piedra, interpretación ambiental de la zona.	120 min
ALMUERZO EN LA ISLA	Actividades recreativas, picnic o almuerzo en la isla.	120 min
FINCAS AGROTURÍSTICAS	Recorridos y actividades participativas en fincas seleccionadas de los alrededores.	120 min
PESCA DEPORTIVA	Actividades de pesca de tilapia con anzuelo en puntos específicos de la represa.	120 min

**Elaborado por:** Las autoras.

A esta lista se le irán agregando otras actividades, como resultados de varias ideas que se incuban dentro de la comunidad, pero que necesitarán de tiempo

y recurso para alcanzar la luz, ser evaluadas y puestas en marcha como parte del servicio de la comunidad.

### **Medio día.**

Esta es una opción que estará estructurada por la combinación de dos actividades más el servicio de alimentación. Este según la percepción de los visitantes especialmente en tendencias de consumo y de estadía, podría ser el producto más representativo de la comunidad, ya que el uso del mismo tiene un tiempo ideal para una excursión del turista interno de la provincia, el mismo podrá ser elegido en el lugar o ser organizado a través de una operadora de turismo provincial.

### **Full day.**

Está enfocado a un segmento de extranjeros o de fuera de la provincia, ya que necesita de mayor preparación y está más enfocado a ser comercializado en las operadoras turísticas, este es un mix de actividades individuales y convivencia en las fincas agroturísticas, donde la experiencia estará más orientada a la valoración de la cultura Manabita y sus diversas expresiones, por lo que la duración del mismo se extenderá a lo largo de un día con la intervención de actividades culturales y de participación con la comunidad.

En este se incorporarán otras actividades como:

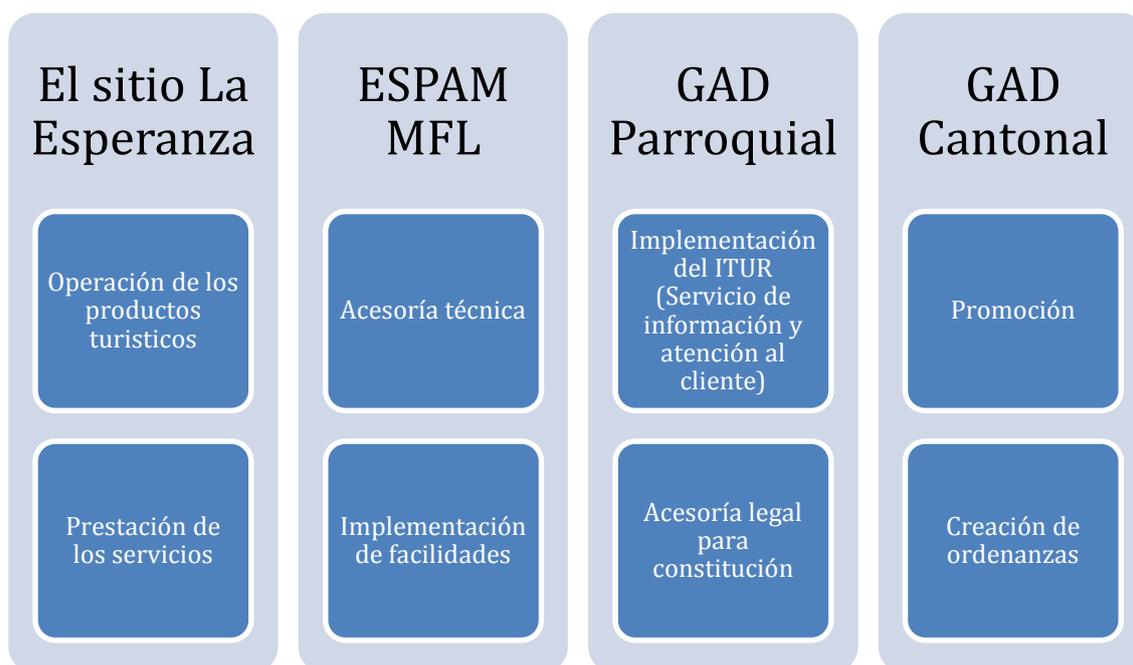
- Talleres gastronómicos.
- Talleres artesanales.
- Viveros.
- Abonos orgánicos.
- Artesanías.
- Permacultura.
- Paseos en canoa.
- Pesca deportiva.

### 3.4. EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO.

#### 3.4.1. GESTIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL DESTINO.

La gestión del destino ha sido promovida por la presencia de cuatro actores claves en el desarrollo turístico del sector, como lo son: la comunidad, la academia, el GAD parroquial y el GAD municipal. Cada uno de los actores ha sido integrado en los diversos encuentros realizados con la comunidad, obteniendo cada uno de ellos compromisos para con la comunidad y la gestión del destino. A continuación en el siguiente gráfico se definen estas interrelaciones:

*GRÁFICO 6. Gestión de los productos en el destino.*



**Elaborado por:** Las autoras.

A partir de esto analizando el trabajo de la comunidad quien será el principal actor del desarrollo turístico, ya que quedan organizados nueve prestadores de servicios, conformados por 6 canoeros y 3 dueñas de restaurantes, los mismos que serán la base de la operación en el lugar, quienes han cumplido con las capacitaciones respectivas en el lugar.

La ESPAM MFL, quien queda comprometida a la asesoría continua y transferencia técnica, mediante programas de capacitación y certificación de actividades turísticas en el lugar.

El GAD Parroquial quien deberá atender necesidades de ordenamiento y servicios básicos para una operación turística adecuada, fortaleciendo a la comunidad con obras básicas de infraestructura.

El GAD Cantonal quien promoverá la difusión del atractivo y generará directrices operativas mediante ordenanzas municipales que promuevan el mejoramiento de la calidad del servicio en el destino.

#### **3.4.2. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO, COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN EN EL DESTINO.**

Se busca posicionar el producto de manera directa al segmento de mercado actual- turista local y a su vez, también se aplicarán estrategias para atraer nuevos segmentos de mercado.

- La primera estrategia en función de los resultados de las encuestas está orientada al trabajo en redes sociales, a través de la creación de una fan page de Facebook, junto a su cuenta de instagram, pautados durante los 3 primeros meses y enlazados mediante un link a la página web municipal. De esta manera se busca posicionar la imagen del destino internamente en el cantón.
- Realización de un *fam trip* (viaje de familiarización), con los principales operadores turísticos receptivos de la provincia, al cual se sumaría algunos representantes de medios gráficos y prensa en general, a través de este evento se dará a conocer el producto y se entregará el material publicitario necesario para su promoción en estas agencias.
- La elaboración de un calendario de actividades en conjunto con el GAD parroquial y cantonal, mediante el cual quede programadas eventos

culturales y artísticos relacionados con la comunidad, sus costumbres y tradiciones, a realizarse durante el año en los diversos feriados nacionales y locales.

- Elaboración de un cronograma de visitas a las distintas instituciones del cantón Bolívar y aledaños, para promover los servicios de eventos y jornadas de integración, realizados a través de convenios institucionales.
- Contratación de una chiva turística para promocionar los servicios turísticos y dar servicio gratuito de transporte a los visitantes los fines de semana hasta la represa.
- Creación de un boleto de descuento en el servicio, los mismos que pueden ser otorgados por el pago de los impuestos a los ciudadanos locales, para promover las visitas el destino.
- Creación de un canal de YouTube comunitario para subir y promocionar las actividades realizadas por los visitantes y que estos puedan compartir sus experiencias a través de las redes sociales.
- Realizar alianzas estratégicas con distintos Centros de Turismo Comunitario de la provincia y del país, para a través de estos ampliar el segmento de mercado actual del destino.

### **3.4.3. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO.**

A través de una ficha de evaluación del producto (ANEXO 6) que se realizó a un grupo de maestrantes de la UPSE, se obtuvieron criterios en cuanto a los atributos y el grado de satisfacción, en una escala valorativa del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 no estoy seguro, 4 satisfecho, y 5 muy satisfecho. Este segundo recorrido tuvo las siguientes características: Los servicios fueron realizados por un grupo comunitario asociado y otorgados con los materiales y costumbres de la localidad, con un itinerario muy flexible adaptado a la producción de la zona mediante la realización de actividades artesanales. Es decir un recorrido antes de que se elabore el producto, con los turistas para medir el nivel de percepción del visitante, y otro recorrido con el producto ya elaborado para realizar la respectiva valoración del mismo, y por

ultimo las respectivas comparaciones y sacar conclusiones si es factible o no el producto.

A continuación se detalla los resultados obtenidos.

*Tabla: 22 Actividades a desarrollar.*

ASPECTOS	NIVEL DE SATISFACCIÓN
<b>Alimentación.</b>	<p>1 = muy insatisfecho el 7%</p> <p>2= insatisfecho el 33%</p> <p>3= no estoy seguro el 20%</p> <p>4= satisfecho el 40%</p> <p>5= muy satisfecho el 0%</p> <p>Según la encuesta se determinó que el 40% quedo satisfecho con la visita en la represa en cuanto a la alimentación, mientras que un 33% insatisfecho, lo que demuestra que sí hay que mejorar en este aspecto.</p>
<b>Recorridos en lanchas.</b>	<p>1 = muy insatisfecho el 0%</p> <p>2= insatisfecho el 0%</p> <p>3= no estoy seguro el 6%</p> <p>4= satisfecho el 67%</p> <p>5= muy satisfecho el 27%</p> <p>En cuanto a los recorridos en lancha se determinó que en u 67% los visitantes quedaron satisfecho en los recorridos realizados en lancha y un 27% muy satisfecho, lo cual indica el existió una buena aceptación del producto con relación a este aspecto.</p>
<b>Belleza paisajística. (flora y fauna)</b>	<p>1 = muy insatisfecho el 0%</p> <p>2= insatisfecho el 0%</p> <p>3= no estoy seguro el 0%</p> <p>4= satisfecho el 33%</p> <p>5= muy satisfecho el 67%</p>

---

	La belleza paisajística que posee la represa dejo en 67% muy satisfecho a los visitantes, mientras que un 33% satisfecho. Lo que determina la aceptación del lugar apto para visitar y impresionar a los turistas.
	1 = muy insatisfecho el 0%
	2= insatisfecho el
	3= no estoy seguro el 6%
	4= satisfecho el 67%
<b>Guianza.</b>	5= muy satisfecho el 27%
	Lo que corresponde a Guianza en un 67% quedaron satisfecho, y en un 27% muy satisfecho, lo que indica que si hubo un buen recorrido, pero de igual hay que seguir con las capacitaciones a los señores que realizan los recorridos y la guianza.

---

**Fuente:** Encuesta de evaluación del producto

**Elaborado por:** Las autoras.

Las encuestas determinaron que si existe un grado de aceptación del producto establecido, con cada una de los factores tomados en cuenta tanto como: alimentación, recorridos en lancha, guianza y belleza paisajística (flora y fauna), aspectos importantes para evaluar y medir la percepción del visitante, pero de igual hay que seguir trabajando tanto la comunidad como los principales actores involucrados en el turismo para el progreso del mismo de esta manera obtener más visitantes satisfechos, mejorar el sustento económico de la población que se vea reflejado en su gente y que el lugar se mantenga en el tiempo.

## **CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO**

### **4.1. CONCLUSIONES**

El sitio La Esperanza cuenta con un alto potencial turístico dada la variedad de recursos naturales, la presa Sixto Durán Ballén ubicada en la comunidad, ésta condición denota que la zona puede desarrollar actividades turísticas mediante la creación de productos turísticos y el mejoramiento de las facilidades turísticas en la zona.

El levantamiento de información primaria y secundaria identificó la inexistencia de un inventario de todos los recursos con los que cuenta la zona de estudio por lo que es indispensable realizar trabajos de campo conjuntamente con el GAD Municipal y representantes de cada comunidad.

Pese a que la represa Sixto Duran Ballén se encuentra ubicada en la parroquia Quiroga en el sitio la Esperanza, es una zona totalmente olvidada por los habitantes y gobiernos locales, existen varias propuestas de proyectos los cuales no se han ejecutado, pero en si es un lugar completamente desaprovechado, no se trabaja para hacer del sitio un punto de encuentro turístico.

Las comunidades aledañas a la represa poseen varios recursos naturales, flora, fauna, esta podría ser visitada por gente nacional y extranjera, por lo cual deberían existir actividades recreacionales que ayuden al desarrollo turístico del lugar y económico para sus habitantes.

En la actualidad no existen muchos proyectos enfocados en el diseño de productos agroturísticos, dirigidos en mejorar las zonas rurales y crear un turismo sostenible y sustentable para el desarrollo local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, M., & Ullauri, N. (2015). Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*, 13(5), 1199–1212.
- araujo, n. (2012). El agroturismo como alternativa de ocio. Análisis del perfil de agroturista en el parc agrari del baix llobregat (cataluña). *junio 2012*, 5(12), 1–16.
- Blázquez Sarrión y Aycart. (2014). *“Propuesta de producto turístico para COOPROTURS R.L. de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí.”*
- Calvache, D. (2016). *tema: “Propuesta de agroturismo para la hacienda ‘agroporado’, ubicada en la comunidad de san luis de agualongo, provincia de imbabura.”* pontifica universidad católica del ecuador.
- Doumet, Y., & Yáñez, A. (2014). Estrategias para desarrollar el agroturismo en la represa sexto durán ballén , manabí , ecuador, 5(1), 7–15.
- Espinoza, G., & Vera, T. (2012). *Diseño de un centro de turismo comunitario en el sitio la esperanza de la parroquia quiroga, cantón Bolívar, provincia de manabí.* Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
- Garcia, N. (2015). *Producto agroturístico en el aprovechamiento del potencial de los espacios rurales del cantón Chone.*
- Gonzalez, M. (2013). Diseño de productos turísticos y sus facilidades., 10, 22–39.
- Gurría, M. (2003). El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en, 5, 1–10.
- MINCENTUR. (2014). *manual para la planificación de productos turísticos.*
- Mintur. (2017). Metodología de atractivos turísticos.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2005). *Indicadores de desarrollo*

*sostenible para los destinos turísticos.*

Solano, G. (2010). *“Importancia de las fincas agroecológicas como producto turístico en la parroquia de ambuquí cantón ibarra provincia de imbabura.”*

*Tesis.*

Victorero, R. 2015. Elaboración de un producto agro turístico en la comunidad de Murocomba. Tesis. Ing. Ecoturismo. U. T. E. Q.

Washinton, D. C. (1997). *Informe anual sobre el medio ambiente y los recursos naturales.*

# **ANEXOS**

## ANEXO Nº 1 FICHAS DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	3	0	2	5	2	M	C	0	3	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia			Canton			Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
REPRESA SIXTO DURAN BALEN																	
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					REALIZACIONES_TÉCNICAS_Y_CIENTÍFICAS					OBRAS DE INGENIERÍA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>							
MANABI					BOLIVAR_					QUIROGA.							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>					<b>2.5 Calle Principal</b>			<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>							
SECTOR LA ESPERANZA					VIA QUIROGA			S/N		N/A							
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>					<b>2.10 Altura (msnm)</b>							
-0.85,-80.16667					-0.85,-80.16667					70 msnm							
<b>2.11 Información del administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador: <span style="color: #00aaff;">Público</span>					b. Nombre de la Institución: <span style="color: #00aaff;">Gobierno Autónomo Descentralizado de Bolívar</span>												
c. Nombre del Administrador: <span style="color: #00aaff;">Ramon Gonzalez Alava</span>					d. Cargo que ocupa: <span style="color: #00aaff;">Alcalde</span>												
e. Teléfono / Celular: <span style="color: #00aaff;">(+593) 052685123</span>					f. Correo Electrónico: <span style="color: #00aaff;">contacto@manabi.gob.ec</span>												
Observaciones: <span style="color: #00aaff;">La represa pertenece a la localidad (GAD MUNICIPAL), pero a cargo de su operación está encargado SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua)</span>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climatológicas</b> <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: <span style="color: #00aaff;">Tropical Semi Húmedo</span>					b. Temperatura(*C): <span style="color: #00aaff;">24°C</span>					c. Precipitación Pluviométrica (mm): <span style="color: #00aaff;">1000-1750 mm</span>							
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención					c. Atención										
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <span style="color: #00aaff;">texto</span>					

Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
d. Maneja un sistema de reservas:	<input type="checkbox"/>	f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>	
g. Meses recomendables de visita:	Octubre										

Observaciones: El ingreso al atractivo no tiene costo alguno, mas que los servicios de recorridos en canoa o alimentacion.

#### 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

SI  NO  S/I

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):	Calceta										
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	12	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20	hr/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.:	-0.886528	Long.:	-80.059.972	

Observaciones: Se encuentra a 12 Kilómetros de la parroquia Calceta. Se arriba por vía terrestre que conduce a Membrillo la tercer parroquia de Bolívar.

#### 4.2 Vías de Acceso (M)

a. Terrestre (M)	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado			
							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	a. Primer orden	0	0	0	texto				
	b. Segundo orden	0	0	0	texto				
	c. Tercer orden	0	0	12	asfalto	Regular			

Observaciones: Las vías son accesibles.

b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	

Observaciones: no existe

c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	-----------	--------------------------	----------------	--------------------------

Observaciones:

#### 4.3 Servicio de transporte (M)

a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique							

Observaciones: Como servicios de Transporte se cuenta con las cooperativas de Taxis y de Buses.

#### 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual	
BOLIVAR	Quinche J. Félix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Calceta-Quiroga-Membrillo-Pichincha-Quevedo

CIUDAD DE CALCETA	Quinche J. Félix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Calcoeta-Quiroga-Membrillo-Pichincha-Guevedo									
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b>															
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:		El sitio no cuenta con condiciones accesibles para personas con discapacidad.													
<b>4.5 Señalización</b>							<input checked="" type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:		Se han ubicado señales de aproximación en puntos estratégicos de mayor afluencias de visitantes													
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>			
<b>5.1 Planta turística (M)</b>							<input type="checkbox"/>								
<b>a. En el Atractivo</b>				<input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b>				<input checked="" type="checkbox"/>						
<b>Alojamiento</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	<b>Alojamiento</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas						
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Observaciones:				no existe				Observaciones:				No se posee el registro a nivel ciudad.			
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	3	10	50	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0						
Observaciones:				texto				Observaciones:				No se posee el registro a nivel ciudad.			
<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados							
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0							
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0							
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0							
Observaciones:				no existe				Observaciones:				no existe			
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0					
<input checked="" type="checkbox"/>	7	0	0	Aventura	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0					
Observaciones:				Los guías son nativos sin ningún tipo de especialización.				Observaciones:				no existen guías.			

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: No existe por encontrarse lejos de la ciudad.			Especifique: no existe		
Observaciones: texto					
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>					
<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>NO</b> <input type="checkbox"/> <b>SI/</b> <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: ha sido intervenido por el hombre.					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
				l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
				i. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>
				c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
				f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>

<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Su entorno ha tenido la intervención de la mano del hombre sin embargo su entorno, su flora y fauna se conservan.			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
		f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>			
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto
c. Fecha de declaración:	texto	d. Alcance:	texto
Observaciones: No ha existido aclaratoria alguna a nivel local ni nacional.			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
		SI/	<input type="checkbox"/>

<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua:	<input type="checkbox"/>	Agua	<input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique:	No cuentan con el servicio basico del agua, ellos la obtienen por si mismos.	Especifique:						
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique:	Red Eléctrica de Servicio Público	Especifique:	Red Eléctrica de Servicio Público					
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique:	Pozo séptico	Especifique:	Alcantarillado					
Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique:	Carro Recolector	Especifique:	Carro Recolector					
Observaciones: Actualmente cuentan con luz electrica, falta por implementar sistema de aguas servidaas y agua potable.								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		2
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0
Observaciones: <a href="#">La ciudad más cercana con centros de salud, hospitales y clínicas es Calceta a 12 km.</a>							
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto				
Observaciones: <a href="#">La represa Sixto Duran Ballen esta resguardada y vigilada por la colaboración de la Escuela de Policías.</a>							
7.5 Servicio de comunicación de uso público <input checked="" type="checkbox"/>							

a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		

Observaciones: [No cuenta con servicio telefónico más que telefonía móvil.](#)

Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>		
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>

Observaciones: [NO EXISTE](#)

7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves	<input type="checkbox"/>	Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	Incendios forestales	<input type="checkbox"/>
Sequía	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes	<input type="checkbox"/>	Tsunami	<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:	texto	Año de elaboración:	0

Observaciones: [No existen registros](#)

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	2015			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	Dentro del PDTT está la represa Sixto Duran Ballen			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	En proceso			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	En proceso			
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES <input checked="" type="checkbox"/> (M)									
9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input checked="" type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">No estan adecuadas turisticamente como corresponden pero el espacio está apto para realizar las actividades turísticas</a>									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES <input type="checkbox"/> (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>			
Observaciones: <a href="#">No existen atractivos culturales</a>									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <a href="#">Elaborado por departamento de Turismo.</a>					
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: <a href="http://www.gadbolivar.gob.ec/turismo.html">http://www.gadbolivar.gob.ec/turismo.html</a>			Ninguna	
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
Observaciones: <input type="text"/>					

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b> <input type="checkbox"/>									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0									
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna									
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique						Número de visitantes	0	
Baja (meses) <input type="checkbox"/>									
d. Llegada de turistas									
<input type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero			Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen		0	0	Países de origen	<input type="text"/>	0	0		
		0	0		<input type="text"/>	0	0		
		0	0		<input type="text"/>	0	0		
Observaciones: No existe un control de registro de visitantes, ni por parte del Gad Municipal ni la comunidad.									
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
Nombre del Informante Clave: <a href="#">GAD MUNICIPAL Y LIDERES COMUNITARIOS</a>					Contactos: <a href="#">(+593) 0930119661</a>				
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>				

12. RECURSO HUMANO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>														
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>					0					d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>					0														
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>																							
Primaria		0		Secundaria		0		Primeros Auxilios		0		Hospitalidad		0		Inglés		0		Alemán		0							
Tercer Nivel		0		Cuarto Nivel		0		Atención al Cliente		0		Guianza		0		Francés		0		Italiano		0							
Otro			texto			Sensibilización de discapacidades			0			Otro			texto			Chino			0			Otro			texto		
Observaciones: No existe personal a cargo directamente del sitio, solo control y operación del Gad Municipal y Senagua.																													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																													
<p>La presa de la Esperanza está ubicada en la Parroquia de Quiroga aproximadamente a 12 kilómetros de la Cabecera Cantonal del Cantón Bolívar, Caloeta. Entre las actividades económicas no explotadas tenemos el Turismo ya que contamos con la Presa Sixto Durán Ballén que alberga 450.000.000m<sup>3</sup> de agua y es propicia para el deporte acuático, especialmente la pesca deportiva de la tilapia y el langostino, e idénticamente las diversas aves y vegetales en su entorno.</p>																													

		
<p><b>Fuente:</b> <a href="https://www.google.com/maps/place/0%C2%B053'11.5%22S+80%C2%B003'35.9%22W/@-0.8836178,-80.0654918,2507m/data=!3m1!1e3!4m2!1m1!4m1!1m1!1m4!2m2!1d-80.1536042!2d-0.8483044!1m6!1m2!1s0x902b752f52a7a323:0xb6f09b19ae25b82f2sPresaLaEsperanza!2m2!1d-80.0674619!2d-">https://www.google.com/maps/place/0%C2%B053'11.5%22S+80%C2%B003'35.9%22W/@-0.8836178,-80.0654918,2507m/data=!3m1!1e3!4m2!1m1!4m1!1m1!1m4!2m2!1d-80.1536042!2d-0.8483044!1m6!1m2!1s0x902b752f52a7a323:0xb6f09b19ae25b82f2sPresaLaEsperanza!2m2!1d-80.0674619!2d-</a></p>		
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Tatiana Vera Mejía y Yolanza Zambrano Laaz	Apellido y Nombre Ing. Guillermo Felix	Apellido y Nombre
Institución ESPAM	Institución ESPAM	Institución
Cargo ESTUDIANTES	Cargo TUTOR	Cargo

<b>13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)</b>	
<p>La presa de la Esperanza está ubicada en la Parroquia de Quiroga aproximadamente a 12 kilómetros de la Cabecera Cantonal del Cantón Bolívar, Calceta. Entre las actividades económicas no explotadas tenemos el Turismo ya que contamos con la Presa Sixto Durán Ballén que alberga 450.000.000m<sup>3</sup> de agua y es propicia para el deporte acuático, especialmente la pesca deportiva de la tilapia y el langostino, e idénticamente las diversas aves y vegetales en su entorno.</p>	
<b>14. ANEXOS</b>	
<b>a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)</b>	
	

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	5
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	9,3
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,6
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	15
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>62,9</b>

## ANEXO Nº 2 ENCUESTA SOCIOECONÓMICA

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** El objeto de esta encuesta es conocer la realidad de la comunidad, en los aspectos sociales, económico – productivos, demográficos; que permita proponer proyectos productivos alternativos que generen el desarrollo de su comunidad. Esta encuesta es anónima no se requieren nombres.

Ficha N.º \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

#### TIPO DE VIVIENDA

1. ¿Qué tipo de vivienda posee la familia? Caña \_\_\_\_\_ Madera \_\_\_\_\_ Bloque \_\_\_\_\_ Mixta \_\_\_\_\_

Otros materiales \_\_\_\_\_

#### EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

2. ¿Qué tipos de equipos electrónicos posee la familia?

Refrigerador \_\_\_\_\_ Cocina a gas \_\_\_\_\_ Cocina inducción \_\_\_\_\_ Lavadora \_\_\_\_\_ Microondas \_\_\_\_\_ Equipo de sonido \_\_\_\_\_ computadora \_\_\_\_\_ Licuadora \_\_\_\_\_ TV \_\_\_\_\_ Celular \_\_\_\_\_ Horno eléctrico \_\_\_\_\_ Horno a gas \_\_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_\_

#### DATOS DEMOGRAFICOS

3. ¿Cuántas personas viven permanentemente en esta vivienda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Si es mayor el número especifique cuantos \_\_\_\_\_

4. ¿Cuántos núcleos familiares conviven en esta casa?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Si es mayor el número especifique cuantos \_\_\_\_\_

#### SALUD

5. ¿Qué enfermedades son recurrentes en este hogar?

\_\_\_\_\_

6. ¿Cuáles son sus ingresos semanales aproximadamente?	10-20	21-30	31-40	+ 41
--	-------	-------	-------	------

#### EDUCACION

7. ¿Cuántas personas han terminado su educación? señale solo el nivel máximo alcanzado.

Primaria

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Secundaria

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Universitaria

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**SERVICIOS BASICOS**

8. ¿Qué servicios básicos disponen? Agua Potable\_\_\_\_ Agua Entubada\_\_\_\_ Tratada\_\_\_\_ Pozo\_\_\_\_  
Otros: \_\_\_\_\_
9. ¿Qué energía eléctrica disponen? Sistema interconectado\_\_\_\_ Generador\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_ No existe \_\_\_\_\_
10. Alcantarillado Red pública\_\_\_\_ Pozo ciego\_\_\_\_ Pozo séptico\_\_\_\_ No existe \_\_\_\_\_

**MIGRACIÒN**

11. ¿Cuántas personas de esta familia han migrado al exterior o al interior del país?

Exterior: N.º \_\_\_\_\_ Destino \_\_\_\_\_

Interior del País: N.º \_\_\_\_\_ Destino \_\_\_\_\_

**ACTIVIDADES ECONÒMICAS**

12. ¿Cuáles son las actividades económicas principales de la familia?

Agricultura\_\_\_\_ Ganadería\_\_\_\_ Pesca\_\_\_\_ Turismo\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**MIGRACIÒN**

13. ¿Cuántas personas de esta familia han migrado al exterior o al interior del país?

Exterior: N.º \_\_\_\_\_ Destino \_\_\_\_\_

Interior del País: N.º \_\_\_\_\_ Destino \_\_\_\_\_

**ACTIVIDADES ECONÒMICAS**

14. ¿Cuáles son las actividades económicas principales de la familia?

Agricultura\_\_\_\_ Ganadería\_\_\_\_ Pesca\_\_\_\_ Turismo\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

15. ¿La familia tiene ingresos adicionales por ayudas económicas?

Bono\_\_\_\_ Jubilación\_\_\_\_ Mesadas del extranjero\_\_\_\_ Depósitos locales de familiares\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**NEGOCIOS INDEPENDIENTES**

16. ¿Posee la familia alguna actividad económica adicional a su actividad principal?
- 

**ACTIVIDADES AGROPECUARIAS**

17. ¿Posee la familia una microempresa legalmente establecida?

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Actividad: \_\_\_\_\_

Número de empleados \_\_\_\_\_

Posee créditos: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**NECESIDADES DE LA FAMILIA**

18. ¿Cuáles son las necesidades de su familia? \_\_\_\_\_

## ANEXO N° 3 ENCUESTA PARA MEDIR EL PERFIL Y PERCEPCIÓN DEL VISITANTE.

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes hacia los productos y servicios agroturísticos, en la represa Sixto Duran Ballén.

1. Fecha de la entrevista: \_\_\_\_\_
2. Edad: \_\_\_\_\_ años.
3. Sexo: Hombre  Mujer
4. País de origen: \_\_\_\_\_
5. Nacionalidad: Ecuatoriano  Extranjero
6. Provincia de residencia (solo para ecuatorianos): \_\_\_\_\_
7. Nivel de estudios completados:  
Sin estudios  Primarios y secundarios  Medios y técnicos  Universitarios
8. Ocupación principal  
Empresa privada  Sector público  Cuenta propia (emprendimiento)
9. ¿Porque medios obtuvo la información de la represa Sixto Duran Ballén?  

<input type="checkbox"/> He venido otras veces	<input type="checkbox"/> En ferias.
<input type="checkbox"/> Por medios de amigos y familiares	<input type="checkbox"/> Valoración y comentarios de turistas en redes sociales.
<input type="checkbox"/> Publicidad en TV, radio, folletos, periódicos, vallas....	<input type="checkbox"/> Por la web, buscadores.
10. ¿Qué factores lo motivaron a realizar la visita en la represa?  

<input type="checkbox"/> El clima	<input type="checkbox"/> Curiosidad por conocer
<input type="checkbox"/> Oferta de restauración	<input type="checkbox"/> Tradición o costumbres
<input type="checkbox"/> La cercanía de su lugar de residencia	<input type="checkbox"/> Buenas referencias (información)
<input type="checkbox"/> Relación calidad / precio.	<input type="checkbox"/> Por el ambiente
<input type="checkbox"/> Visitar a familiares y amigos	<input type="checkbox"/> Amabilidad / Hospitalidad
<input type="checkbox"/> Tranquilidad	<input type="checkbox"/> seguridad ciudadana
<input type="checkbox"/> Negocios o motivaciones profesionales	<input type="checkbox"/> Paseos en canoas
<input type="checkbox"/> Alejarse presión / estrés	<input type="checkbox"/> ¿Qué otros? _____
11. Personas en total que conforman el grupo de la visita:  

<input type="checkbox"/> Solo	<input type="checkbox"/> Amigos
<input type="checkbox"/> Matrimonio o pareja	<input type="checkbox"/> Grupos organizados.
<input type="checkbox"/> Familia	
12. Qué medio de transporte ha utilizado  

<input type="checkbox"/> Vehículo propio	<input type="checkbox"/> Autobús
<input type="checkbox"/> Vehículo alquilado	<input type="checkbox"/> Taxi
13. Duración de la visita (días)  

<input type="checkbox"/> Excursión de 1 día
<input type="checkbox"/> De 1 a 2 días
<input type="checkbox"/> De 3 a 6 días
<input type="checkbox"/> De 7 o más días.

**14. ¿Qué tipo de alojamiento utilizo y en qué ciudad se alojó?**

- |  |                                  |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vivienda propia / familiares / amigos | <input type="checkbox"/> Hostal  |
| <input type="checkbox"/> Vivienda alquilada                    | <input type="checkbox"/> Camping |
| <input type="checkbox"/> Hotel                                 |                                  |
| Ciudad _____   |                                  |

**15. Que actividades realizó en la represa**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Recorridos guiados en lanchas | <input type="checkbox"/> Observación de aves |
| <input type="checkbox"/> Visita a Cascadas             | <input type="checkbox"/> Pesca               |
| <input type="checkbox"/> Gastronomía típica            |  |
| <input type="checkbox"/> Caminatas por senderos        |  |

**16. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la represa?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Canopy                | <input type="checkbox"/> Camping                     |
| <input type="checkbox"/> Tarabita              | <input type="checkbox"/> Semilleros y viveros        |
| <input type="checkbox"/> Talleres artesanales  | <input type="checkbox"/> Experiencias místicas       |
| <input type="checkbox"/> Festivales culturales | <input type="checkbox"/> Actividades de Voluntariado |
| <input type="checkbox"/> Pesca deportiva       | <input type="checkbox"/> Medicina tradicional.       |

**17. Es su primera vez en la represa Sixto Durán Ballén.**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sí, es la primera vez                  | <input type="checkbox"/> No, vine el año pasado.           |
| <input type="checkbox"/> No, vengo todos los años o casi todos. | <input type="checkbox"/> No, pero hacía años que no venía. |

**18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete turístico (1día sin alojamiento).**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hasta 20 dólares   | <input type="checkbox"/> De 41 a 59 dólares |
| <input type="checkbox"/> De 21 a 40 dólares | <input type="checkbox"/> Más de 60 dólares  |

**19. Compraría un paquete turístico organizado en la represa la esperanza.**

SÍ  NO

**20. Valore del 1 al 5 los siguientes servicios, siendo 1 el menos importante y 10 indispensable para operar en el lugar.**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos       | <input type="checkbox"/> Información              |
| <input type="checkbox"/> Acceso para discapacitados | <input type="checkbox"/> Centro de interpretación |
| <input type="checkbox"/> Gastronomía                | <input type="checkbox"/> Señalética turística     |
| <input type="checkbox"/> Hospedaje                  | <input type="checkbox"/> Guías bilingües          |
| <input type="checkbox"/> Guías locales              | <input type="checkbox"/> Transporte               |

Otros \_\_\_\_\_

**21. ¿Va a compartir su experiencia en la represa Sixto Duran Ballén en sus redes sociales?**

Sí  No

**22. Volvería a visitar la represa Sixto Duran Ballén : SÍ  NO**

**23. Recomendará la visita a la represa Sixto Duran Ballén a sus amigos y familiares:**

Sí  No

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!



**4. 4. Cual de las siguientes característica es la primera que toma en cuenta antes de escoger un producto y comercializarlo en su AAVV \***

*Marca solo un óvalo.*

- Confianza
- Trayectoria
- Calidad
- Confort
- Precio
- Organización
- Otro: \_\_\_\_\_

**5. 5. Cuál de las siguientes características es la primera que asocia más rápidamente sus clientes al escuchar hablar de productos relacionados al agroturismo o turismo rural. \***

*Marca solo un óvalo.*

- Diversión
- Descanso
- Experiencias
- Naturaleza
- Adrenalina
- Otro: \_\_\_\_\_

**6. 6. Actualmente está comercializando algún producto turístico relacionado con represas \***

*(Ubicar nombre de la REPRESA en la opción OTRA)*

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No
- Otro: \_\_\_\_\_



9. **Valore del 1 al 10 según la importancia, los siguientes servicios, siendo 1 el menos importante y 10 indispensable para operar en el lugar. \***

*Marca solo un óvalo por fila.*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Servicios higiénicos	<input type="radio"/>									
Acceso para discapacitados	<input type="radio"/>									
Gastronomía	<input type="radio"/>									
Hospedaje	<input type="radio"/>									
Guías locales	<input type="radio"/>									
Información	<input type="radio"/>									
Centro de interpretación	<input type="radio"/>									
Señalética turística	<input type="radio"/>									
Guías bilingües	<input type="radio"/>									
Transporte	<input type="radio"/>									

10. **10. ¿Estaría motivado por vender productos turísticos asociados a recursos como la Represa Sixto Durán? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

11. **11. ¿Consideras que las tendencias en la diversificación e incremento del turismo rural justifican comercializar productos como la Represa Sixto Duran.? \***

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

12. **12. Escoja el rango de PVP con el cual se comercializa dentro de su AAVV una excursión con productos de similares características \***

*Marca solo un óvalo.*

- Entre \$20 y \$50  
 Entre \$51 y \$75  
 Entre \$76 y \$100  
 Más de \$100.

## ANEXO Nº 5 TRÍPTICO



**PAQUETE FULL DAY**

- 1.- Paseo en lancha:**  
Recorridos en canoa por los alrededores de la represa, descripción de flora y fauna local.  
**Duración:** 30 minutos.
- 2.- Bosque Primera Piedra:**  
Recorrido al bosque Primera Piedra. Interpretación ambiental de la zona.  
**Duración:** 60 minutos.
- 3.- Pesca deportiva:**  
Actividades de pesca de tilapia con anzuelo en puntos específicos de la represa.  
**Duración:** 90 minutos.
- 4.- Almuerzo en isla:**  
Actividades recreativas, picnic o almuerzo en la isla.  
**Duración:** 60 minutos.
- 5.- Visita a la cascada:**  
Recorrido por bote a la cascada de Bejuco, parada técnica para bañarse y servirse un snack.  
**Duración:** 120 minutos.
- 6.- Finca Agroturística:**  
Recorridos y actividades participativas en fincas seleccionadas de los alrededores.  
**Duración:** 120 minutos.



**Ubicación**



**A 12km. de Calceta**

**Contactos:**

☎ Cel.: 0982366723

✉ represalaesperanza@gmail.com



Represa  
La Esperanza

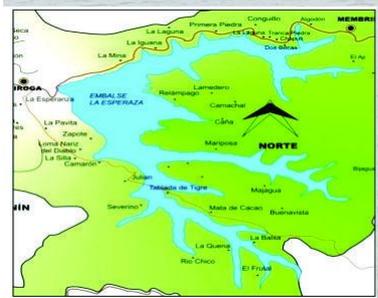
"Un tesoro por descubrir"

Manabí/Bolívar/Quiroga



**Represa "Sixto Durán Ballén"**

La comunidad de La Esperanza conjuntamente con la presa Sixto Durán Ballén se encuentra ubicada a 12Km. de la ciudad de Calceta en la parroquia Quiroga, provincia de Manabí. La presa es conocida con el nombre de la comunidad que es La Esperanza, y está situada en la confluencia de los ríos Barro, Bejuco y Trueno, los mismos que forman el río Carrizal; construida en la cabecera de la cuenca hidrográfica del mismo, cuenta con una cuenca de 445 Km<sup>2</sup>, almacena 450 millones de metros cúbicos, cubriendo un área de embalse de 2.250 ha. La presa fue diseñada en la década de los 70 en el marco de un "Proyecto Múltiple Carrizal Chone" que incluye tanto la presa como el área de riego Carrizal-Chone.



-:- ACTIVIDADES -:-

**PAQUETE INDIVIDUAL**

- 1.- Paseo en lancha:**  
Recorridos en canoa por los alrededores de la represa, descripción de flora y fauna local.  
**Duración:** 30 minutos.
- 2.- Almuerzo en isla:**  
Actividades recreativas, picnic o almuerzo en la isla.  
**Duración:** 60 minutos.




**PAQUETE MEDIO DÍA**

- 1.- Paseo en lancha:**  
Recorridos en canoa por los alrededores de la represa, descripción de flora y fauna local.  
**Duración:** 30 minutos.
- 2.- Bosque Primera Piedra:**  
Recorrido al bosque Primera Piedra. Interpretación ambiental de la zona.  
**Duración:** 60 minutos.
- 3.- Pesca deportiva:**  
Actividades de pesca de tilapia con anzuelo en puntos específicos de la represa.  
**Duración:** 90 minutos.
- 4.- Almuerzo en isla:**  
Actividades recreativas, picnic o almuerzo en la isla.  
**Duración:** 60 minutos.




## ANEXO Nº 6 ENCUESTA DE EVALUACIÓN DEL PRODUCTO.

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** El objeto de esta encuesta es conocer la satisfacción del visitante; que permita proponer proyectos productivos alternativos que generen el desarrollo de la comunidad. Esta encuesta es anónima no se requieren nombres.

**Señale con una X del 1 al 5 el valor de la escala que más se identifique con su opinión:**

**1=Muy insatisfecho    2=Insatisfecho    3=No estoy seguro    4=Satisfecho**

**5= Muy satisfecho**

**¿COMO CLASIFICA USTED LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS EN CUANTO A SU GRADO DE SATISFACCIÓN?**

1) ALIMENTACIÓN

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2) RECORRIDOS EN LANCHA

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3) BELLEZA PAISAJISTICA (FLORA-FAUNA)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4) GUIANZA

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---