



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo turístico en
la parroquia El Progreso del Cantón Pasaje en el año 2023**

**JUMBO MAZA DANIELA BEATRIZ
LICENCIADA EN TURISMO**

**PESANTEZ CHAVEZ LISSETH CAROLINA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo
turístico en la parroquia El Progreso del Cantón Pasaje en el año
2023**

**JUMBO MAZA DANIELA BEATRIZ
LICENCIADA EN TURISMO**

**PESANTEZ CHAVEZ LISSETH CAROLINA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTOS INTEGRADORES

**Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo
turístico en la parroquia El Progreso del Cantón Pasaje en el año
2023**

**JUMBO MAZA DANIELA BEATRIZ
LICENCIADA EN TURISMO**

**PESANTEZ CHAVEZ LISSETH CAROLINA
LICENCIADA EN TURISMO**

ILLESCAS ESPINOZA WILMER HENRY

**MACHALA
2023**

ALIMENTOS Y BEBIDAS ARTESANALES COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL PROGRESO DEL CANTÓN PASAJE EN EL AÑO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.utmachala.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1%
6	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.utC.edu.ec Fuente de Internet	<1%

9	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.espam.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
12	dspace.ueb.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
13	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya Trabajo del estudiante	<1 %
15	mail.polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1 %
16	riunet.upv.es Fuente de Internet	<1 %
17	"Recuperación transformadora de los territorios con equidad y sostenibilidad V. Innovación, turismo y perspectiva de género en el desarrollo regional", Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2021 Publicación	<1 %
18	1library.co Fuente de Internet	<1 %

19	www.trabajemos.cl Fuente de Internet	<1 %
20	www.achus.info Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	<1 %
22	dominiodelasciencias.com Fuente de Internet	<1 %
23	moam.info Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
27	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
28	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
29	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
30	issuu.com Fuente de Internet	<1 %

31 pesquisa.bvsalud.org

Fuente de Internet

<1 %

32 uvadoc.uva.es

Fuente de Internet

<1 %

33 www.universia.pr

Fuente de Internet

<1 %

34 doku.pub

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

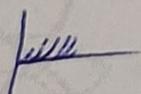
Las que suscriben, JUMBO MAZA DANIELA BEATRIZ y PESANTEZ CHAVEZ LISSETH CAROLINA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia El Progreso del Cantón Pasaje en el año 2023, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

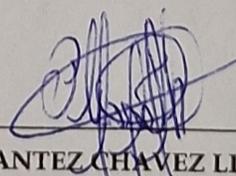
Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



JUMBO MAZA DANIELA BEATRIZ

0750654345



PESANTEZ CHAVEZ LISSETH CAROLINA

0706250404

DEDICATORIA

Daniela Beatriz Jumbo Maza:

Este trabajo de investigación se lo dedico con mucha nostalgia, alegría y amor a mis padres Eugenia Beatriz Maza Ponce y Luis Cristóbal Jumbo Masache quienes me han inculcado valores y enseñanzas me han acompañado en todo este camino universitario.

Liseth Carolina Pesantez Chávez:

Este trabajo de investigación se lo dedico con mucha nostalgia, alegría y amor a mis padres Rosa Amparito Chávez Reyes y Luis Ramiro Pesantez Cedillo quienes me han apoyado en todo este camino universitario y me inculcaron que debo seguir adelante, cumpliendo metas.

AGRADECIMIENTO

Daniela Beatriz Jumbo Maza:

Quiero agradecer a nuestro tutor el Dr. Wilmer Henry Illescas Espinoza, por guiarnos de la mejor manera en nuestro proyecto integrador, por ser muy paciente haber sido una persona que nos impartió sus conocimientos y enseñanzas por explicarnos cada detalle para culminar esta primera parte del proyecto.

Liseth Carolina Pesantez Chávez:

Quiero agradecer a nuestro tutor externo del proyecto integrador el Dr. Wilmer Henry Illescas Espinoza, por su guía y comprensión al ayudarnos a completar esta primera parte, y estar presente en todo este proceso, cuando teníamos dudas que siempre estuviera predispuesto a resolver con amabilidad.

ALIMENTOS Y BEBIDAS ARTESANALES COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA EL PROGRESO DEL CANTON PASAJE DEL AÑO 2023

ARTISANAL FOOD AND BEVERAGES AS AN ALTERNATIVE FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE PARISH OF EL PROGRESO IN THE CANTON OF PASAJE IN THE YEAR 2023.

Resumen

En el presente proyecto integrador titulado: Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo turístico de la parroquia el progreso del cantón Pasaje del año 2023 tiene como objetivo investigar una alternativa de desarrollo turístico. Mediante una revisión bibliográfica que determino la importancia del turismo industrial y las actividades que se puedan realizar en nuestra propuesta de *Full Day*.

Palabras claves: Turismo Industrial, Alimentos y bebidas artesanales.

Abstract:

This integrative project entitled: Food and Beverage Crafts as an Alternative for Tourism Development in the Parish Progress of the Canton of Pasaje in the year 2023 aims to investigate an alternative for tourism development. Through a bibliographic review that determined the importance of industrial tourism and the activities that can be carried out in our Full Day proposal.

Keywords: Industrial Tourism, Artisanal food and beverages.

INDICE

Capítulo I	6
Introducción	6
Justificación	7
Problemática	8
Objetivos: Generales y Específicos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
CAPÍTULO II	9
Marco Teórico	9
Turismo y su importancia	9
Agroturismo en Ecuador	9
El turismo industrial o agroecoturismo	11
Actividades agroindustriales	11
Ventajas de vender producto de turismo agroecoturístico	12
Casos de éxito del turismo industrial	12
Marco Conceptual	13
Turismo Rural	13
Desarrollo Turístico	13
Producto Turístico	13
Paquetes turísticos	14
Patrimonio cultural	14
Patrimonio industrial	14
Marco Legal	15
Ley del turismo	15
CAPÍTULO III	15
Metodología	15
MÉTODOS	15
Población	16
Muestra	16
Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos	17
Entrevista	17
Encuesta	17

Ficha de observación	17
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	18
INTERPRETACIÓN DE ENCUESTA	19
Análisis y discusión de resultados	31
CAPÍTULO IV	32
Propuesta Integradora	32
Misión	33
Visión	33
OBJETIVOS	33
Objetivo General	33
Objetivos específicos	33
FICHA TÉCNICA	34
ITINERARIO	35
LOGO DE LA EMPRESA	37
AFICHE PROMOCIONAL	38
ANÁLISIS PRESUPUESTARIO	39
MAPA TURÍSTICO	40
.....	40
.....	40
.....	40
GUION TURÍSTICO	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	43
Referencias	44
ANEXOS	47

Capítulo I

Introducción

Citando a Pineda et al. (2019), pasaje de la nieve es conocido entre las personas del lugar por su belleza paisajística y su innumerables flora y fauna. Además, es reconocido por la calidad y amabilidad de su gente. Debido, que siempre intenta transmitir su cultura y ser personas muy emprendedoras en diferentes ámbitos como el agroturismo, venta de artesanías y especialmente en elaboración de bebidas artesanales que se basan en el cacao.

Como opina Vargas et al. (2017), a pesar que no sea tan grande regionalmente, esta zona cuenta con los espacios suficientes para que sean utilizados los recursos y la economía a favor del Cantón Pasaje. Los cuales permiten que los productos artesanales sean aprovechados y comercializados en diferentes partes de la zona. Por tal motivo, la parroquia el Progreso pretende implementar el recorrido en las diferentes áreas de emprendimientos como un servicio complementario.

Acerca de los emprendimientos artesanales de la parroquia el Progreso del Cantón Pasaje, busca ser el sustento económico para la comunidad con la generación de fuentes de empleo. Por lo tanto, como opina Lazo et al. (2017), para el desarrollo de un determinado lugar es importante la creación de emprendimientos, que posibiliten generar iniciativas auténticas para que tenga buena acogida por parte de los turistas. Esto conlleva que más personas sean partícipes con nuevos servicios turísticos para la mejora de la oferta turística de la comunidad.

En el presente proyecto integrador tiene como objetivo investigar una alternativa de desarrollo turístico en la parroquia el Progreso-Cantón Pasaje. Mediante los emprendimientos de alimentos y bebidas artesanales que se encuentran en la zona. En esta investigación el capítulo I

y capítulo II se determina los objetivos, la problemática y la investigación bibliográfica. Una de sus principales problemas es la falta de promoción turística por parte del Gad Municipal de Pasaje.

Justificación

Este proyecto tiene como finalidad crear un *full day* agroecoturístico para la Parroquia el Progreso, Cantón Pasaje. Se busca promover el turismo local y a su vez impulsar los emprendimientos artesanales de la zona. Por ende, la comunidad receptora se verá beneficiada en diferentes ámbitos como social y económico, ya que permitirá establecer plazas de empleo.

Desde el punto de vista de Rodríguez & Sánchez (2022) el producto agroecoturístico se relaciona con los bienes agroindustriales y el turismo vivencial con los trabajos de campo. Por ende, también los turistas pueden saborear los diferentes productos elaborados por los emprendedores de la comunidad. Se busca generar una experiencia única para las personas debido que es algo nuevo e innovador en el sector.

Se ha tenido en cuenta para la ejecución del plan, la participación del Gad municipal de Pasaje en conjunto con la parroquia el Progreso. Para promover y generar el desarrollo turístico de la zona, que beneficie principalmente a los emprendedores de los productos artesanales. Ya que, ellos conocen el proceso de producción, fabricación y empaquetado del vino de arándano, coctel de chocolate y jugo de arándano.

Según Portilla (2022) el crecimiento del turismo alternativo es necesario para cumplir con las carencias de la comunidad. Debido, que va a solventar el desarrollo turístico de la zona con el proyecto planteado y a su vez hará que exista afluencia de visitantes nacionales y extranjeros. Por tal razón se debería enfocar en la sostenibilidad turística para la comunidad receptora obtenga la bonificación del agroecoturismo.

Problemática

La parroquia el Progreso, es un destino enriquecido por su gran potencial natural y que cuenta con diferentes proyectos artesanales, no obstante, no ha tenido el suficiente desarrollo turístico, por ende, el agroecoturismo no se ha hecho notar como una de las primeras fuentes de empleo para la comunidad y Cantón.

Por consiguiente, se realiza la siguiente interrogante:

¿Cómo los alimentos y bebidas artesanales contribuyen al desarrollo turístico de la parroquia el progreso del Cantón Pasaje en el año 2023?

Objetivos: Generales y Específicos

Objetivo General

Analizar la contribución de los alimentos y bebidas artesanales al desarrollo turístico de la parroquia el progreso del Cantón Pasaje en el año 2023 mediante investigación de campo.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de los alimentos y bebidas del sector mediante la observación y revisión documental para establecer el estado del arte.
- Aplicar instrumentos de investigación científica como entrevistas y encuestas para determinar la factibilidad de realizar un proyecto de difusión por medio de un turismo agroindustrial de alimentos y bebidas.
- Planificar un Full Day de turismo agroindustrial para difundir los atractivos naturales y los productos elaborados, por medio de una visita in situ.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Alimentos y bebidas artesanales como alternativa de desarrollo turístico en la Parroquia El Progreso del Cantón Pasaje en el año 2023

Turismo y su importancia

Como opina Yépez et al. (2021) menciona que a nivel mundial el turismo, es un tipo de actividad turística necesaria para el crecimiento de los destinos turísticos. La cual no solo implica un intercambio de conocimientos en el ámbito cultural, social y ambiental entre diferentes regiones del país. También requiere la participación de aspectos económicos, políticos y sociales para el mejoramiento continuo de la comunidad y del crecimiento de la industria.

En el mundo Moreno et al. (2020) opina que el turismo es una labor prioritaria, debido que atrae a diferentes aspectos positivos y negativos dentro de un atractivo turístico. En el cual, se identifica en el desarrollo económico para la comunidad con plazas de empleo, en cambio, también este se deteriora donde se está llevando a cabo la actividad turística. Debido que no se emplean los diferentes métodos de sustentabilidad y salubridad para preservar estos recursos para futuras generaciones.

Agroturismo en Ecuador

De acuerdo con Cobos, Castillo & Covri (2021) el agroturismo se identifica como una variante del turismo rural que se centra en la agricultura que está estrechamente relacionada a la cultura, gastronomía e historia de las parroquias o comunidades rurales. Donde se llevan a cabo las actividades turísticas que tienen relación con la cultura del lugar, debido que esta actividad es la principal que se desarrolla en la zona. Por lo tanto, la vivencia de los pobladores brinda la

experiencia única por la apreciación de las tradiciones, cultura y mitos que esto permite conectarse con la vida diaria.

Desde el punto de vista de Garaicoa et al. (2023), Ecuador tiene capacidades geográficas, económicas y socioculturales para e impulsar el agroturismo como una oportunidad sustentable. Por lo que promueve el desarrollo local y mejora la calidad de vida de sus habitantes de la comunidad receptora. Por otro lado, Ecuador siendo un país mega diverso permitirá el crecimiento socioeconómico de las fincas que practiquen el agroturismo como una actividad turística.

Además, en la amazonia del país, según Lara et al. (2020), el agroturismo es un componente dinamizador de la economía, ya que permite su desarrollo y protección ambiental. Estas acciones que involucran un crecimiento al sector de alimentos y bebidas, por lo cual, el aumento de turistas ha generado mayores ingreso y mejora de la calidad de vida de las personas de la zona. Esto indica que muchas personas del lugar se han visto de forma audaz en crear sus emprendimientos turísticos para obtener beneficios que da esta actividad.

Teniendo en cuanta, a Segura et al. (2021) Afirma que dicha actividad turística permita el desarrollo de las haciendas ecuatorianas, debido que se beneficiaran al impulso de la actividad productiva tanto en servicios turísticos como actividades agropecuarias. No obstante, no todas las fincas podrían implementar agroturismo porque no cuentan con instalaciones y adecuaciones apropiadas para desarrollar esta modalidad. Esto conllevara al aumento de la oferta turística en toda su magnitud junto con sus servicios complementarios que hacen factible la actividad turística.

El turismo industrial o agroecoturismo

En Ecuador, Como señala Vásconez & Vásconez (2022) se desarrolla el agroecoturismo, específicamente en la Parroquia rural san isidro, que está fundamentada en la oferta de una gastronomía variada, con recetas antiguas que son transmitidas de generación en generación. Da a conocer una perspectiva excepcional para resguardar el agroturismo y sus recursos para poder incrementar las vistas de los turistas. Estas características han hecho que la zona sea reconocida y de esta manera cumplir con el objetivo que es atraer visitantes y fomentar el desarrollo sostenible.

Como opina Moral & Fernández (2019) una de las fortalezas que proporciona el turismo industrial es promover los productos que se realizan en las industrias, por ende, también mejora la comercialización del mismo. Debido que este turismo está adaptado para conocer los procesos e implementaciones que se utilizan para realizar las diferentes producciones, especialmente en zonas rurales. Esta muestra un nuevo modelo turístico que está dirigido a analizar el incremento de actividades agro ecoturísticas que destaquen con la única finalidad de dar a conocer a los turistas.

Actividades agroindustriales

Desde el punto de vista de Vázquez (2011) las actividades agroindustriales consisten en observar el proceso que conlleva y que posteriormente se probará la calidad del producto. Donde también se podrá realizar fotografías dentro de la fábrica y por lo cual también se ofrece talleres adaptados a conocer sobre las habilidades o técnicas artesanales directamente de los dueños del lugar. Debido que ellos cuentan con mucha experiencia en este sector y se podrá obtener mejores resultados de este recorrido turístico.

Ventajas de vender producto de turismo agroecoturístico

Una de las ventajas más buscadas por los emprendedores artesanales es obtener un beneficio económico por la actividad. Por consiguiente, como señala Caamaño (2011) hay diferentes maneras de obtener ese beneficio monetario, en el cual, se diferencian como compañía, es que directamente perciben una bonificación económica por la guianza que se realiza a sus instalaciones y proceso del producto. Y, por otro lado, también hay empresas que se favorecen por ese recorrido, debido que su propósito principal es la venta del producto.

Casos de éxito del turismo industrial

El turismo industrial en Alemania es reconocido, debido que fue uno de los que aventuro principalmente por esta tipología del turismo, por ende, tuvo muchos éxitos. Por lo cual, Gallego (2011) menciona que en la fábrica siderúrgica de Völklingen, desarrollan vistas guiadas por la antigua planta del lugar. Por lo tanto, donde aprenden sobre la historia de la confección del acero y para que sea más entendible el proceso utilizan proyectores con diferentes informaciones que se útil y necesaria para el turista.

Un caso de éxito del turismo industrial, debemos mencionar a España que los últimos años ha venido impulsando este segmento de turismo. Como señala Cañizares et al. (2019) Menciona que la fábrica de harinas de la comunidad Castilla y león emplea diferentes actividades como la guianza por el lugar. También para complementar el servicio, realizan trabajos específicos que estén relacionados con la panadería.

Marco Conceptual

Turismo Rural

Desde el punto de vista de Mora et al. (2021), el turismo rural abarca las actividades que se realizan en zonas rurales, al cual está perfectamente conectada con la agricultura, la cosecha de varias frutas que produce en el campo. La demanda de este turismo es muy aprovechada por los turistas debido que permite que salgan de su zona de confort. Por ende, se puede vivir esta experiencia a través de esta tipología de turismo rural para favorecer la comunidad.

Desarrollo Turístico

Teniendo en cuenta a Pereyra et al. (2021), menciona que el desarrollo del turismo implica la creación y el mantenimiento de una industria turística sostenible en un lugar, región, país o zona específica del mundo. Esto significa que las actividades turísticas deben hacer hincapié en la sostenibilidad ambiental, la preservación cultural y los beneficios económicos y sociales a largo plazo. Por lo tanto, para el desarrollo turístico, es necesario que los atractivos turísticos cuenten con todos los recursos turísticos e infraestructura para beneficio de la localidad.

Producto Turístico

Según Ramírez (2019) los productos turísticos son denominados un mercado de servicios agrupados para facilitar a los turistas realizar actividades que puedan satisfacer sus necesidades. Por tal razón, estos servicios se basan en la gastronomía a ofrecer, transporte turístico para que llegaran a los atractivos y alojarse en los hoteles o hosterías de la comunidad. De esa manera el visitante se sienta cómodo y pueda recomendar a más personas a visitar el destino.

Paquetes turísticos

Citando a Cavazos (2021) los paquetes turísticos son esenciales a la hora de viajar a un destino turístico para obtener varios servicios que están asegurados a la hora de llegar. Estos paquetes pueden ser personalizados para satisfacer las necesidades que requiera el turista teniendo en cuenta de los servicios que no están incluidos en el contrato. Por lo general estos incluyen alojamiento, transporte turístico, guía personalizada, seguro de vida y alimentación.

Patrimonio cultural

Teniendo en cuenta a Párraga et al. (2021) definen al patrimonio cultural como un legado de acontecimientos sociales de una comunidad, de modo que esto representa como cultura a esa población. Sin embargo, debido a la evolución de la humanidad se ha perdido poco a poco el patrimonio que identifica a una comunidad. Para que, su identidad como comunidad no se siga perdiendo es necesario implementar medidas de protección a sus bienes patrimoniales.

Patrimonio industrial

Desde el punto de vista de Rodríguez et al. (2021), considera que el patrimonio industrial son infraestructuras que están considerados como herencia que pasa de generación en generación, esto también aporta información a ese lugar en específico. Así como, cualquier otro patrimonio se ha visto afectado por la falta de cuidado de los organismos competentes y de las personas. Estos bienes industriales buscan seguir produciendo conocimientos profesionales para la ciudadanía.

Marco Legal

Ley del turismo

Art. 12.- cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos (Ministerio de Turismo, 2009)

CAPÍTULO III

Metodología

La metodología mixta será utilizada en el presente proyecto de investigación. Por lo cual, se conceptualiza a la metodología cualitativa como la recolección de datos y la interpretación de los mismos (Fassio, 2018). Por tal razón, este método se especifica en temas específicos, para posteriormente describir la realidad obtenida del estudio efectuado (Guerrero, 2016). De ese modo, es necesario utilizar en la investigación, para obtener datos acerca del proceso de los alimentos y bebidas artesanales de la parroquia a través de investigación de campo.

Por otra parte, citando a Cadena et al. (2017), comentan que la investigación cuantitativa busca analizar los datos numéricos aplicados mediante entrevistas no estructuradas. También, señala que el enfoque cuantitativo permite identificar el problema real para la creación del marco teórico del trabajo (Torres, 2016). Este enfoque es necesario aplicar a la investigación, debido que como objetivo se planteó realizar una encuesta al dueño de la fábrica de los alimentos y bebidas artesanales.

MÉTODOS

Método de observación

Desde el punto de vista de Campos & Martínez (2012) comentan que este método, consiste en la observación del sujeto de investigación, por lo cual, esto genera obtener información correcta y verificada. Por consiguiente, este instrumento se utilizará para desarrollar el primer objetivo específico de la investigación. En el cual, se podrá obtener información sobre la situación actual de los alimentos y bebidas artesanales mediante las fichas de observación.

Población

De acuerdo con Arias et al. (2016) menciona que la población se identifica como un grupo determinado en el cual se basara la investigación. Esto es necesario, debido que nos permite obtener ideas o conclusiones sobre el tema que se está encuestando. Por lo cual, la encuesta está dirigida a las personas a la población de la parroquia el progreso del Cantón Pasaje de la provincia de el Oro.

Muestra

Según el punto de vista de López (2004), afirma que la muestra es el número de personas que serán aplicadas la encuesta. En el cual se aplicó una fórmula establecida que conlleva seguir varios pasos para obtener este elemento. Por ende, la muestra del trabajo de alimentos y bebidas artesanales es de 358 personas.

Muestreo

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2(N - 1) + (z^2 \times p \times q)}$$

n: Tamaño de la población es de 5.155 mil habitantes.

z: nivel de confianza 95%

p: posibilidad que ocurra

q: posibilidad de no ocurrencia.

e: margen de error 5%

Resultado es de 358 personas a encuestar.

Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos

Entrevista

Teniendo en cuenta a Feria et al. (2020), opinan que la entrevista, es una de las formas de relacionarse entre el locutor y el entrevistador para obtener datos o soluciones verbales del problema de investigación. También este método nos permite adquirir información de su apreciación de los factores que subordinan esta problemática. Por ende, se aplicará una entrevista semiestructurada al dueño de la fábrica de los alimentos y bebidas artesanales para poder conseguir datos que ayude a resolver el problema de la investigación.

Encuesta

Desde el punto de vista de Mattos & Alfaro (2020) La encuesta es un método que se puede aplicar en cualquier tipo de investigación, mediante preguntas específicas del tema a investigar. Por lo cual, esto aporta información necesaria como sus criterios de un tema a desarrollarse en un futuro. Por consiguiente, se empleará la encuesta a la población de la parroquia progreso para conocer su opinión sobre la realización de un *full day* agroecoturístico en los atractivos turísticos.

Ficha de observación

Citando a Rekalde et al. (2014) el método de observación consiste en realizar apuntes sobre lo que se está visualizando del objeto de investigación mediante trabajo de campo. También las fichas ayudan a obtener información que no se puede extraer de una investigación bibliográfica del tema. Por consiguiente, se realizará la ficha de observación para cumplir con los objetivos específicos planteados y también para establecer el estado del arte.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 1

Entrevista guiada a los dueños de los emprendimientos artesanales.

Preguntas	Fabrica (ChocoArom)	Fabrica (AGRO - ARANDANO)
¿Usted se siente capacitado para atender turistas?	Si, hemos recibido visitas de un grupo emprendedoras de Esmeralda y anteriormente un grupo de youtubers que han ido a realizar videos del emprendimiento, debido que ha tenido buena acogida el producto y entonces llegan al local para conocer el proceso y nosotros le damos a conocer	Si me siento preparado, anteriormente han llegado visitantes nacionales al área de proceso del producto que realizamos.
¿Cómo considera usted que la parroquia el Progreso se diferencia de otros destinos agroindustriales?	La parroquia el Progreso se reconocer por ser una zona cacaotera y la diferencia es que nosotros tenemos el cacao, naranja, mandarina, pero, principalmente el cacao, en el cual, se ha creado sus productos derivados y por ende aprovechar de esta materia prima que tenemos.	Bueno por lo general Progreso, es una parroquia productiva, especialmente el cacao y muchas personas ya lo están industrializando que es lo más importante, ya la fruta lo está convirtiendo en productos para comercialarlos y aparte se complementa con lugares turísticos como el balneario Dos Bocas y también existe el proyecto innovador como el del arándano.
¿Qué tipo de perfil de turistas usted prefiere recibir en su establecimiento?	Hemos tenido la visita de todo tipo de perfil, por lo cual, quien quiera visitar nuestro emprendimiento nuestras puertas siempre estarán abiertas, por lo cual no hay un perfil específico.	Bueno en este momento, se recibe a todos que quieran visitar.
¿Considera usted que cuenta con la infraestructura adecuada para recibir visitantes?	No tenemos todos los equipos necesarios para recibir visitantes porque estamos empezando, pero eso si tenemos lo básico, pero si tenemos buena acogida y ventas poco a poco iremos equipándonos.	No cuento con la estructura adecuada, quizás en un futuro exista ese sitio donde se pueda identificar el área de procesos del proyecto, la que existe ahora es un área provisional.
¿Describa el producto o servicio que usted ofrece a través de su emprendimiento artesanal?	En si nuestro producto, son la pasta de cacao, bombones, licor de cacao y el coctel, también se les explica el proceso para realizar estos productos si desean.	Nosotros estamos dedicados a la producción de arándanos que se la comercializa en las tiendas y las que quedan que se las llama de tipo 2 se realiza una bebida arándano que se le endulza con estevia que se cosecha ahí mismo y por lo general el producto está a \$2.50.

INTERPRETACIÓN DE ENCUESTA

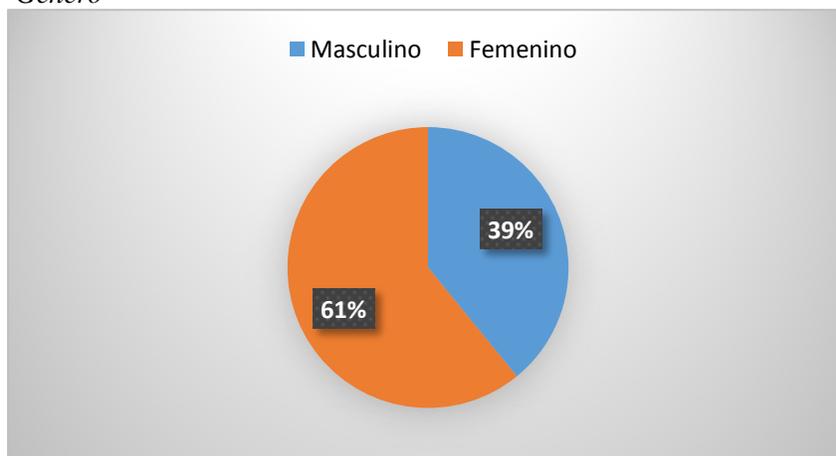
Tabla 2

Genero

1. Genero		
Opciones	Porcentaje	Valor
Masculino	39%	140
Femenino	61%	218
Total	100%	358

Figura 1

Genero



Como se puede visualizar, el género femenino con el 61% ha visitado la parroquia el Progreso a diferencia del masculino que está representado con el 39%, por lo cual, esto nos permite obtener datos sobre donde debe estar focalizada nuestro proyecto debido que el objetivo es la creación de un full Day con temática agro ecoturística en el lugar turístico.

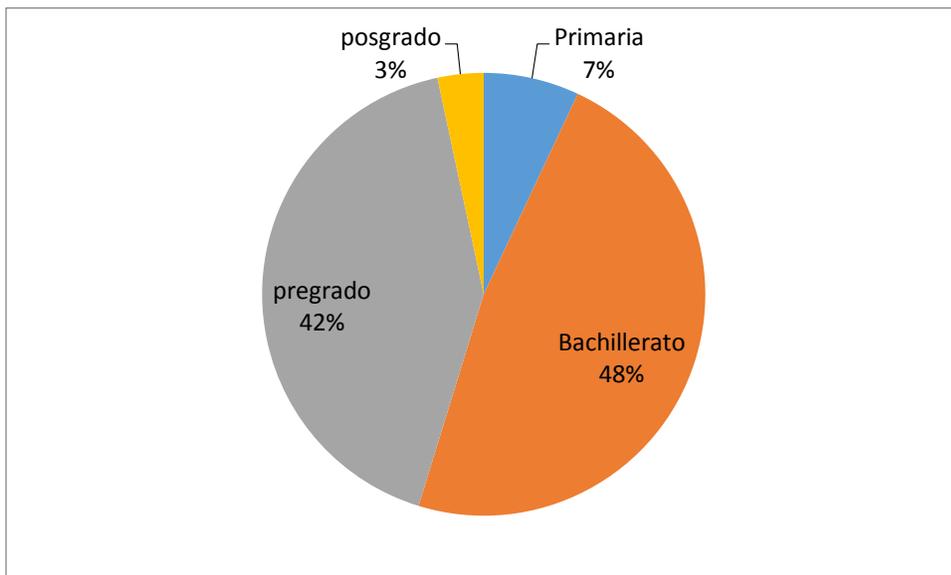
Tabla 3

Educación

2. ¿Cuál es su nivel de educación?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Primaria	7%	25
Bachillerato	42%	150
Pregrado	48%	171
Posgrado	3%	12
Total	100%	358

Figura 2

Educación



Se puede observar en la gráfica, que mayormente las personas que visitan la parroquia el progreso son bachilleres por lo cual se los identifica con 48%, a su vez, el 42% de turistas cuentan con un título de tercer nivel, en cambio el 7% son personas que han estudiado solo la primaria, finalmente con tan solo el 3% han realizado una maestría.

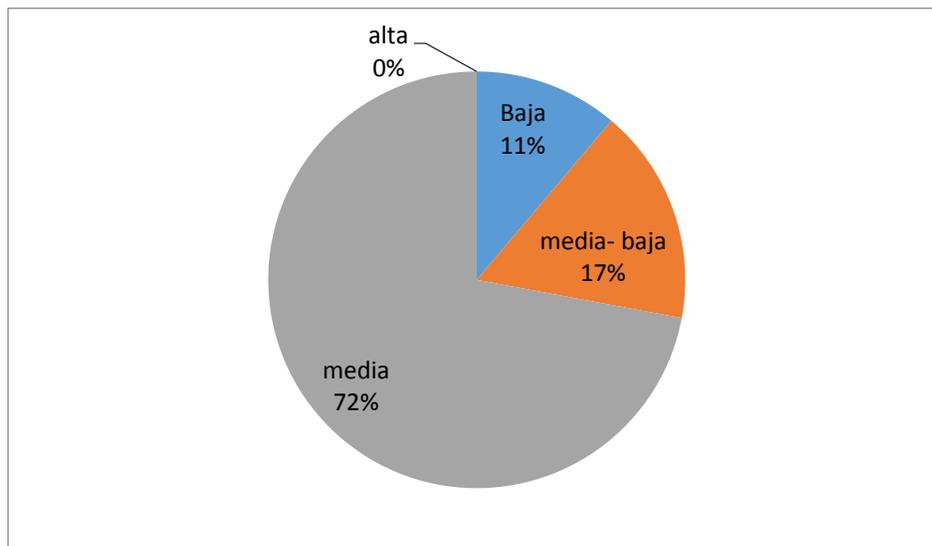
Tabla 4

Estado socioeconómico

3. ¿Cómo percibe usted su estado socio-económico?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Baja	11%	40
media- baja	17%	60
Media	72,07%	258
Alta	0%	0
Total	100%	358

Figura 3

Estado socioeconómico



En la encuesta planteada sobre los alimentos y bebidas artesanales de la parroquia el Progreso, se preguntó sobre el estado socioeconómico de las personas que han visitado el lugar. En el cual, el 72% de los turistas se perciben de clase media, en cambio el 17% creen que su estado socioeconómico es media baja. Y finalmente tenemos a los de clase baja que está representado por un 11%.

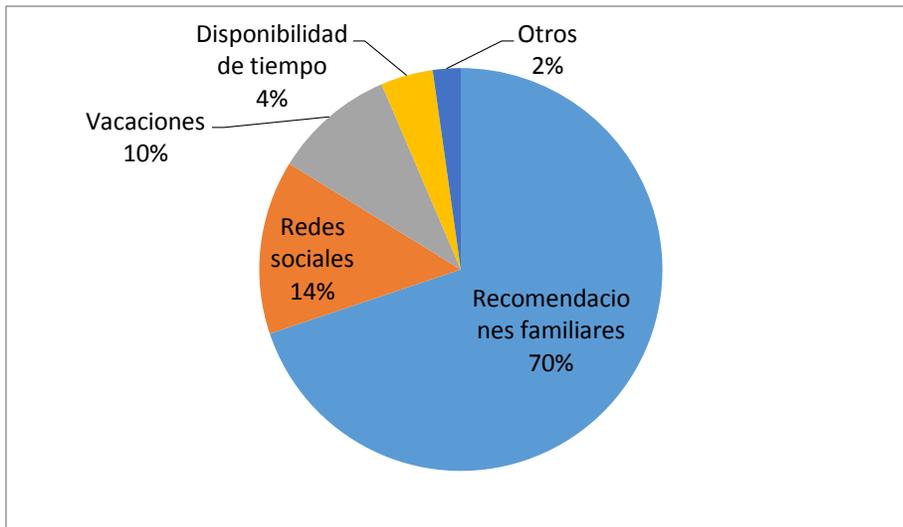
Tabla 5

Motivo de visita

5. ¿Por qué motivo eligió visitar la parroquia el Progreso?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Recomendaciones familiares	70%	250
Redes sociales	14%	50
Vacaciones	10%	35
Disponibilidad de tiempo	4%	15
Otros	2%	8
Total	100%	358

Figura 4

Motivo de visita



Se puede visualizar en la ilustración de la pregunta encuestada, que el 70% de las personas viajan por recomendaciones familiares, seguido de un 14% de personas visitan por las redes sociales. Esto se da porque estos atractivos turísticos son conocido por ser familiar, debido que muchas personas llegan a visitar a sus familias y, por ende, realizan turismo en estos atractivos. También las redes sociales son muy influyentes a la hora de escoger el lugar a viajar, porque, permite conocer lugares maravillosos he escondidos.

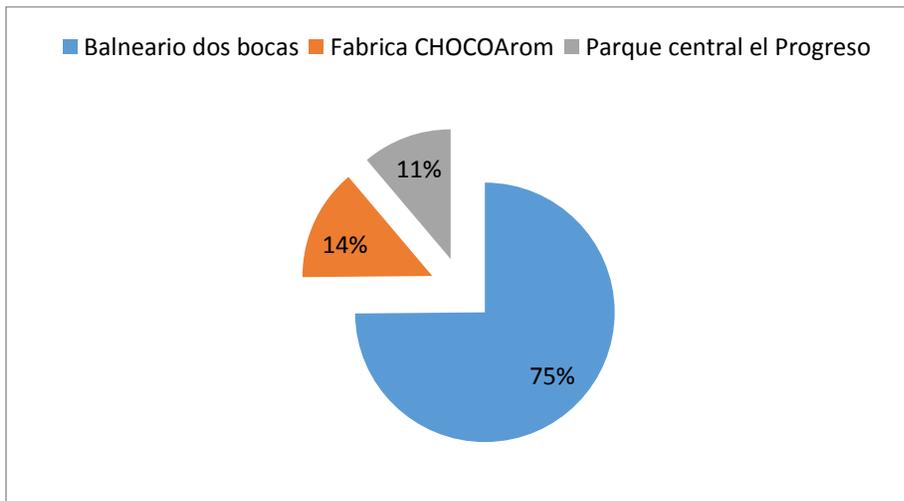
Tabla 5

Atractivos turísticos

6. Seleccione sobre los atractivos turísticos de la parroquia el Progreso			Porcentaje	Valor
Opciones				
	Conoce	Le gustaría conocer		
Balneario dos bocas	268	0	75%	268
Fabrica CHOCO Arom	20	30	14%	50
Parque central el Progreso	40	0	11%	40
Total			100%	358

Figura 5

Atractivos turísticos



Los turistas encuestados mencionan que el balneario dos bocas es uno de los principales atractivos para visitar de la parroquia, por lo cual representa un 75% de que conocen este destino. Esto se da porque este balneario cuenta con diversas actividades de recreación y de servicios complementarios como de alimentación, a lo cual, hace que tengan una experiencia bonita en el lugar.

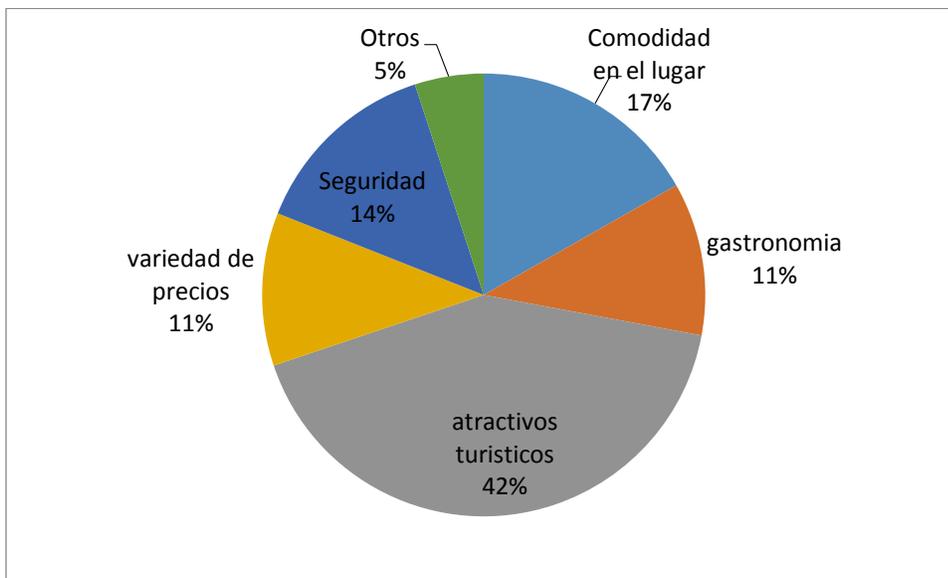
Tabla 6

Recomendaciones

¿Cuál de estas recomendaciones toma en cuenta a la hora de elegir un lugar turístico?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Comodidad en el lugar	17%	60
Gastronomía	11%	40
atractivos turísticos	42%	150
variedad de precios	11%	40
Seguridad	14%	50
Otros	5%	18
Total	100%	358

Figura 6

Recomendaciones



Se demuestra en esta pregunta de la encuesta que el 42% de los turistas realizan un viaje a una localidad por sus atractivos turísticos, al contrario del 17% de las personas que prefieren la comodidad que brinda el lugar de destino. Esto sucede porque la comodidad permite disfrutar libremente a los turistas sin ninguna preocupación de que algo va a salir mal a lo planificado antes de viajar.

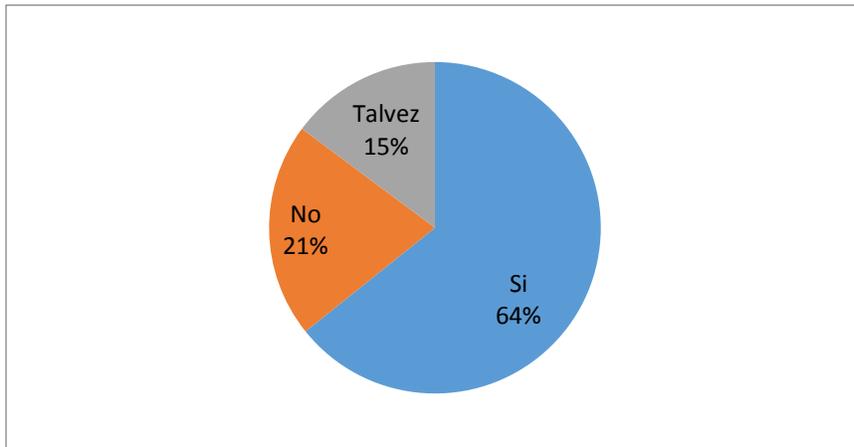
Tabla 9

Full Day

¿La incorporación de un FULL DAY de los atractivos y servicios turísticos que ofrece la parroquia, lo motivaría a usted visitar el destino?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Si	64%	230
No	21%	75
Talvez	15%	53
Total	100%	358

Fijura 7

Full Day



Se puede reconocer que un 64% aceptarían realizar el viaje debido que este Full Day embarca en diferentes actividades a realizar y atractivos turísticos a lo cual lo hace tener una experiencia inmemorable. En cambio, del 21% que no están interesados en conocer la parroquia el Progreso debido que consideran que no cuentan con la accesibilidad e infraestructura turística adecuada para visitar. Para concluir, esto rectifica que la implementación de un *full day* seria exitoso, debido que muchas personas estarían interesadas en realizar porque es algo innovador, como el recorrido turístico en las fábricas de los productos artesanales, en donde conocerán el proceso de principio a fin.

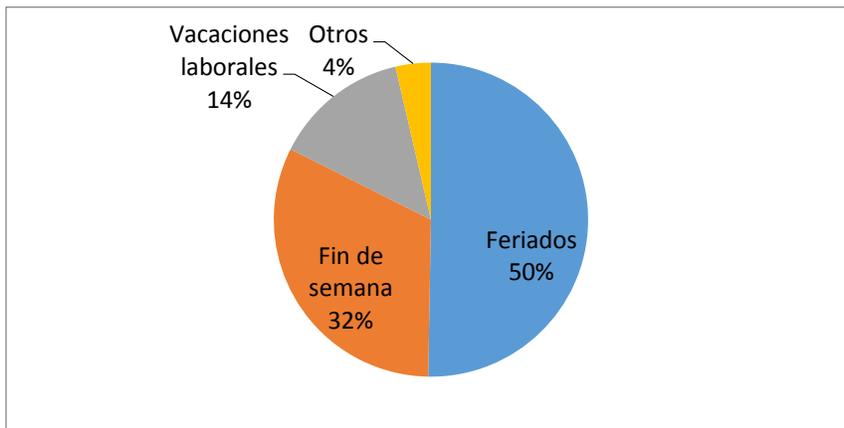
Tabla 7

Temporada de visita

¿En qué temporada le gustaría realizar un <i>full day</i> agroecoturístico?		
Opciones	Porcentaje	Valor
Ferados	50%	180
Fin de semana	32%	115
Vacaciones laborales	14%	50
Otros	4%	13
Total	100%	358

Figura 8

Temporada de visita



Se puede establecer mediante esta encuesta que la temporada preferida por parte de los turistas para visitar la parroquia es cuando existen feriados, debido que casi todas las personas viajan a lugares diferentes a su lugar de residencia, por ende, esto está representado por 50%. Por qué mientras que los fines de semana con un 32% es la segunda temporada más elegida por las personas en vista de que muchos turistas prefieren que sus lugares de visita sean cercanos a su lugar de residencia.

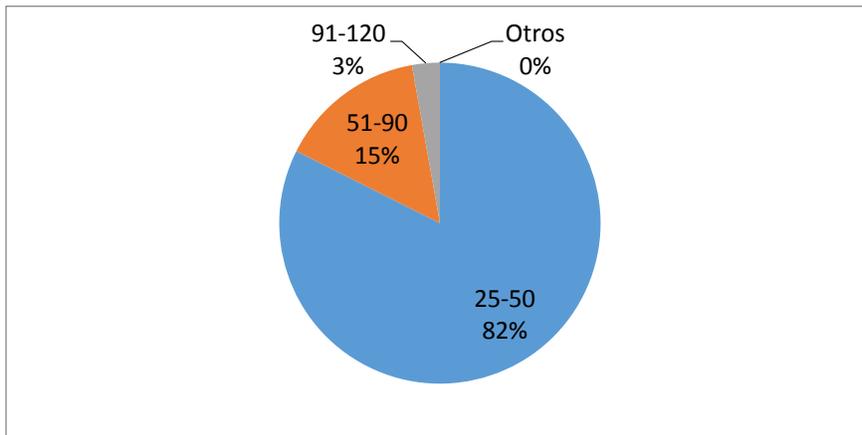
Tabla 8

Presupuesto

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un <i>full day</i> con temática agroecoturístico?		
Opciones	Porcentaje	Valor
\$25-\$50	82%	295
\$51-90	15%	53
\$91-120	3%	10
Otros	0%	0
Total	100%	358

Figura 9

Presupuesto



Se puede identificar que 82% de los turistas estarían dispuestos a gastar de \$25 a \$50 por un Full Day con temática agro ecoturístico debido que consideran que están pagando un dinero justo por la historia de un lugar nuevo que están conociendo y, por ende, se llevaran una experiencia única porque se cumplirán las expectativas que tienen del *full day*.

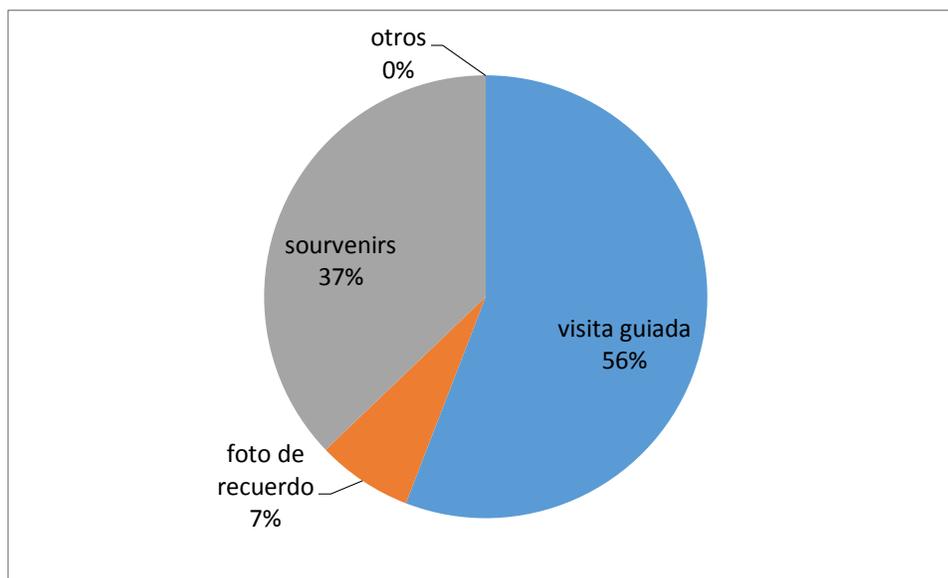
Tabla 9

Elementos del Full Day

¿Qué le gustaría que incluya el <i>full day</i> de la parroquia el Progreso?		
Opciones	Porcentaje	Valor
visita guiada	56%	200
foto de recuerdo	7%	25
Sourvenirs	37%	133
Otros	0%	0
Total	100%	358

Figura 10

Elementos del Full Day



Se puede apreciar en la gráfica que el 56% de las personas aprecian que la visita guiada debe ser la parte fundamental a la hora de realizar un *full day* por que obtendrán información específica de la historia de la parroquia y de las actividades que se realizan en los emprendimientos artesanales.

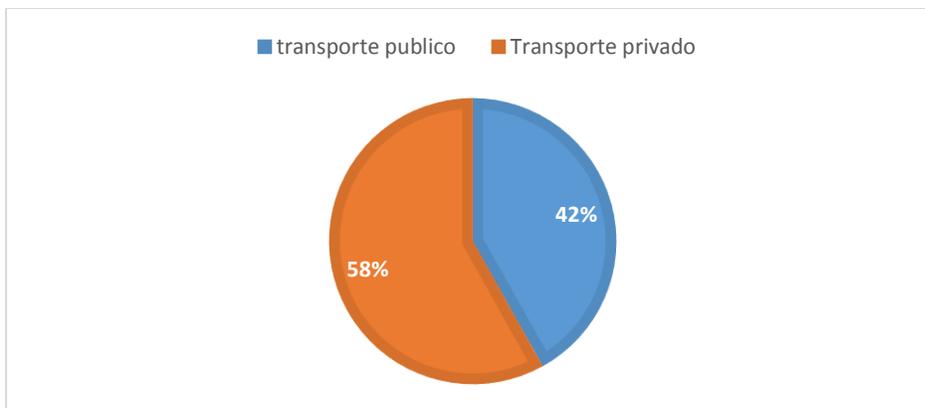
Tabla 10

Medio de transporte

¿Qué medio de transporte utilizo para visitar la parroquia?		
Opciones	Porcentaje	Valor
transporte publico	42%	150
Transporte privado	58%	208
Total	100%	358

Figura 11

Medio de transporte



Se puede analizar que las personas utilizaron más el transporte privado para ir hacia la parroquia el Progreso debido que tiene vías de tercer orden. Por ende, también pueden elegir por mayor comodidad a la hora de viajar a los atractivos turísticos por lo cual, se refleja con un 58%. y un 42% utilizo el transporte público por su situación económica y a lo cual esto conlleva a minimizar costos que pueden gastar en los atractivos por las diferentes actividades a realizar.

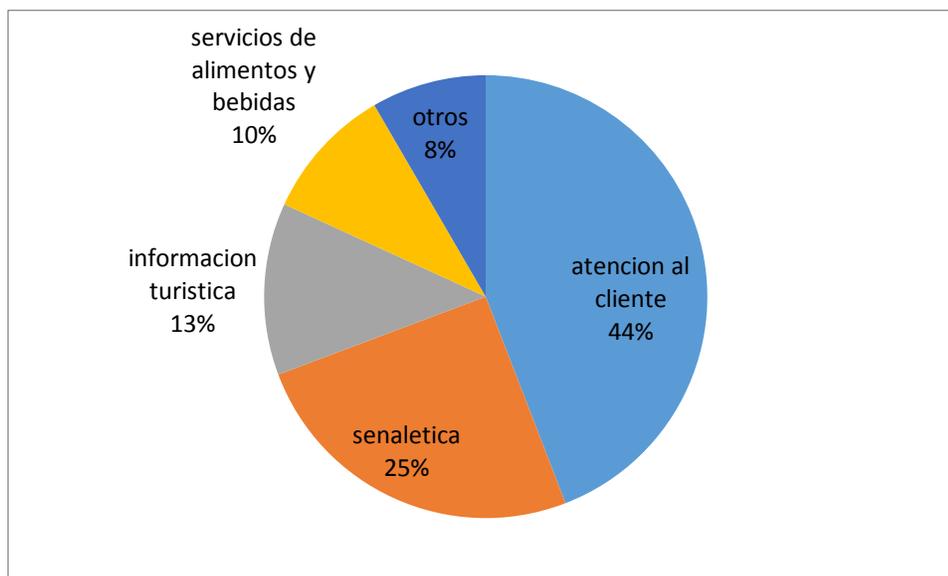
Tabla 11

Servicios a mejorar

¿Qué servicios cree que debe mejorar la oferta turística de la parroquia el Progreso?		
Opciones	Porcentaje	Valor
atención al cliente	44%	158
Señalética	25%	90
información turística	13%	45
servicios de alimentos y bebidas	10%	35
Otros	8%	30
Total	100%	358

Figura 12

Servicios a mejorar



Las personas encuestadas postulan que se debe mejorar principalmente la atención al cliente por parte de los servidores turísticos de la parroquia el Progreso, por ende, esto está representado por un 44%. Esto se da porque los emprendedores y colaboradores del sector no cuentan con suficientes capacitaciones para la atención al cliente.

Análisis y discusión de resultados

La entrevista estuvo dirigida a los dueños de los emprendimientos artesanales de la parroquia, por ende, se obtuvo su respectiva aceptación y aprobación de cooperar en esta investigación. La finalidad de realizar la entrevista es conocer sobre la factibilidad de la implementación de un Full Day en el lugar. Por lo cual, se realizó preguntas basadas sobre como ellos están capacitados para atender turistas en su emprendimiento, también cual es el perfil que aceptan que visiten y principalmente cual es el servicio o producto que ofrecen para incluir en el Full Day de la parroquia del Progreso.

Mediante la entrevista permitió conocer las falencias que tienen estos emprendimientos, en el cual se destacó la falta de conocimiento sobre cómo atender turistas que llegan para conocer su establecimiento e comprar sus productos. También se pudo comprobar la carencia de infraestructura turística debido que aún están comenzado por lo cual aún no tienen los suficientes recursos económicos. Igualmente, estos negocios en un futuro tienen planes de implementación de estos elementos esenciales para dar comodidad a los turistas que lleguen al sitio.

En consideración a la encuesta aplicada a las personas que han visitado la parroquia el Progreso, en el cual, se refleja que el género femenino es el que predomina a la hora de visitar este sitio. Además, el motivo de visita es por recomendación de familiares en lo cual esto demuestra la importancia de la buena atención a los turistas para que recomienden a más personas, también los turistas buscan lugares que tengan diversidad de atractivos turísticos para poder realizar diversas actividades en su visita. Además, se pudo constatar que los turistas están de acuerdo a pagar en un precio cómodo y accesible en el cual ronda `por los 50 dólares, en el cual este Full Day debe constatar de diferentes actividades turísticas como guianza por los emprendimientos artesanales y finalmente los turistas prefieren realizar sus viajes mediante

transporte privado por la comodidad que proporciona este servicio y a su vez elegir sus propios horarios de llegada y salida del lugar.

Por medio del empleo de la ficha de jerarquización hacia el balneario Dos Bocas, se verifico que el atractivo es uno de los principales motivos de viaje hacia la parroquia el Progreso. Por lo cual es recomendado visitar los fines de semana debida que esos días cuentan con diversos establecimientos de alimentación. También las actividades que se realizan y se puede hacer es fotografía, observación de flora y fauna, picnic y actividades de boya que son las más practican los turistas. De igual manera, para acceder al lugar, se puede mediante por transporte público o privado debido que las vías son accesibles.

Para concluir, las fichas de observación se pudieron confirmar que los emprendimientos artesanales de la parroquia no cuentan con personal capacitado para atender a los turistas del presente y en futuro que pueden llegar. También la infraestructura es deficiente debido que no cuentan con un espacio amplio e apropiado para realizar un recorrido y a su vez una guianza de demostración de procesos para obtener los productos. Finalmente, de igual manera los servicios que ofrecen son limitado, debido que solo cuentan con el de degustación y visitas guiadas.

CAPÍTULO IV

Propuesta Integradora

La propuesta de la investigación es realizar un *full day* con temática agro ecoturística, en el cual fomenta el desarrollo turístico de la Parroquia el Progreso. Por ende, se basará en la observación directa de los atractivos turísticos de lugar mediante una guianza profesional que hará una experiencia única. En el cual se hablará sobre los procesos que se realiza en las fábricas para producir los productos artesanales y finalmente un recorrido por el balneario dos bocas.

Misión

Nuestra misión es buscar una alternativa de desarrollo turístico para la parroquia El Progreso. Mediante un *full day* agroturístico y de esa manera beneficie directamente a los emprendimientos artesanales.

Visión

Para el 2029, el *full day* agro-ecoturístico de la parroquia el Progreso se ubicará a nivel cantonal, de tal manera, que se beneficiaran los emprendedores y la comunidad receptora.

OBJETIVOS

Objetivo General

Planificar un *full day* agro ecoturístico de la parroquia el Progreso mediante el itinerario y el afiche promocional para el desarrollo turístico de la localidad.

Objetivos específicos

- Crear un *full day* agro ecoturístico de la parroquia el Progreso con su correspondiente ficha técnica y itinerario para los turistas.
- Realizar un mapa iconográfico turístico que cuente con el recorrido en los atractivos naturales y emprendimientos artesanales mediante la aplicación Google Earth.
- Diseñar un guion turístico sobre los atractivos turísticos que tienen el *full day* agro ecoturístico de la Parroquia.

FICHA TÉCNICA

FICHA TECNICA DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE PARROQUIA EL PROGRESO

Lugar	Nombre	Descripción	Imagen
Progreso	Fabrica ChocoArom	Es un emprendimiento familiar de la Familia Chiriboga, en el que específicamente las mujeres se dedican a este emprendimiento con nombre ChocoArom. Donde se dedican a realizar productos como el chocolate y sus derivados.	
Progreso	Balneario Dos Bocas	Es un atractivo turístico natural que tiene dos vertientes, una con agua fría y la otra con agua caliente. Además, se practica deportes como el tubing.	
Progreso	Fábrica Agro -	Este emprendimiento,	

	Arándano	<p>es reconocido principalmente por la recolección y venta de los arándanos a distintas tiendas del Cantón Pasaje, pero también producen vino de arándanos en la fábrica donde te explican el proceso que se realiza para obtener el producto.</p>	
--	----------	--	---

ITINERARIO

Itinerario para el turista

Full day – parroquia El Progreso

Atractivo turístico 1: Fabrica ChocoArom (9:00 – 11:00)

08: 00 Salida de pasaje hacia la parroquia el Progreso

09: 00 Llegada a la fábrica ChocoArom

- Bienvenida por parte de los dueños de la fabrica
- Guianza por el establecimiento.
- Degustación del chocolate que se produce.

- Visita a la tienda de los productos que elaboran.

Atractivo turístico 2: Balneario Dos Bocas (11:40 – 14:30)

11: 30 Salida hacia el balneario

11: 40 Llegada

- Almuerzo típico del lugar.
- Realización de actividades libre como natación, pesca deportiva o tubing.

Atractivo turístico 3: Fabrica de Agro- arándano

15:00 llegada a la fábrica

- Visita a los cultivos de arándanos.
- Recorrido por la instalación para aprender sobre los procesos que se siguen para producir los productos derivados del arándano.
- Visita a la tienda de los productos.

16: 30 salida hacia Pasaje

17: 15 Llegada a Pasaje

**** *FIN DEL TOUR*****

NO INCLUYE

- ❖ Gastos no especificados en el *full day*.
- ❖ Comidas no mencionadas en el programa.

RECOMENDACIONES

- ❖ Portar ropa cómoda
- ❖ Tener consigo protector solar y repelente para mosquitos.
- ❖ Llevar traje de baño.

LOGO DE LA EMPRESA



AFICHE PROMOCIONAL

**CANTÓN PASAJE
EL PROGRESO**

PLAN TODO INCLUIDO

\$45

Restaurante + Obsequio + Transporte

INCLUYE

- Transporte turístico.
- Guía todo el recorrido.
- Visita a los lugares turísticos descritos.
- Seguro contra accidentes.
- Impuestos.
- Obsequio (Gorra).

Para viajar del:
20 de abril a 2024

¡RESERVA AHORA!

www.sitioincreible.com
(55) 1234-5678
viajeros@sitioincreible.com

*Precios por persona en base doble.
Tarifas sujetas a disponibilidad y cambios sin previo aviso.

ANÁLISIS PRESUPUESTARIO

<i>FULLDAY AGROECOTURISTICO - PROGRESO</i>		
Capacidad del <i>full day</i>	15	<u>Coste personal</u>
SERVICIO	DETALLE	V. TOTAL
Alimentación	Almuerzo	4
	Brunch	2,5
	Catacion de vinos	0,56
	Agua	1
Transporte	Buseta	10
Guianza turística	Guía	6
	Guía local	6
Actividades de recreación	alquile de tubing	2,5
Obsequio	Gorra	5
SUBTOTAL		37,56
<i>Comisiones 20%</i>		7,51
TOTAL		45,07

MAPA TURÍSTICO



GUIÓN TURÍSTICO

Buenos días a todos, nos presentamos somos Lisseth Pesantez y Daniela Jumbo, hoy seremos sus guías en este increíble *full day* que tratara sobre los emprendimientos artesanales e atractivo natural de la parroquia El Progreso del Cantón Pasaje. Por ende, si tienen alguna inquietud o problema no duden en comentárnoslos para poder resolver de la mejor manera.

Este recorrido tratará sobre visitar tres lugares turísticos de la parroquia, donde se transportará mediante transporte privado, en el cual, consistirá un viaje de 45 minutos desde Pasaje hasta la fábrica ChocoArom. en el cual se estudiará los diferentes procesos como la selección de semillas de cacao, el secado, el tostado, la molienda, el cochado y el empaquetado del chocolate y sus derivados.

De la misma manera, se avanzará al Balneario dos Bocas que consistirá de un recorrido de 10 minutos para llegar al atractivo. Donde se podrá disfrutar de un almuerzo típico del lugar en el cual, se tendrá como menú el seco y caldo de gallina, etc. Posteriormente se podrá gozar de aguas cristalinas y de sus dos vertientes que contienen agua fría e caliente y de diferentes actividades como la fotografía de la flora y fauna del lugar, también pesca deportiva.

Finalmente, el recorrido se acabará en la fábrica Agro- arándano donde se explicará detalladamente los pasos o procesos para elaborar el empaquetado del arándano y el vino del mismo. Por lo cual, esto consiste en elegir los mejores arándanos para empaquetar y posteriormente venderlo ahí mismo e tiendas en diferentes partes del país. Del mismo modo, para realizar el vino, se utiliza los arándanos que no han sido escogidas por diferentes motivos, también se lo endulza con estevia que es cosechada por el mismo dueño para todo sea artesanalmente.

CONCLUSIONES

Tras el análisis se pudo deducir que los alimentos y bebidas artesanales de la parroquia el progreso puede ser un eje diferenciador de la oferta turística de la localidad. Por ende, esta propuesta permitirá que más visitantes lleguen al lugar y en futuro exista un desarrollo turístico que proporcione un beneficio económico para la comunidad receptora.

Se determinó que los emprendimientos de alimentos y bebidas artesanales no cuentan con la infraestructura adecuada para recibir turistas. Por lo cual esto se ha visto perjudicado en el flujo de visitantes que recibe la parroquia y por ende en los atractivos turísticos. Debido que las personas prefieren buscar otros destinos turísticos más desarrollados donde encuentren facilidades y comodidades para tener una experiencia inolvidable.

Se concluyó mediante la aplicación de la encuesta hacia los turistas que es factible la implementación de un *full day* agro-ecoturístico de la parroquia El Progreso. En vista de que el lugar cuenta con atractivos naturales y pequeños emprendimientos para ofrecer a los turistas. De tal manera que los turistas desean adquirir este servicio para vivir la experiencia, por lo cual están, dispuestos a gastar un dinero considerable.

Para finalizar, la difusión de los atractivos naturales y los productos elaborados artesanalmente, han sido casi inexistente por parte de las autoridades locales. Por lo cual, el potencial turístico de estos atractivos ha sido desaprovechado por el sector, debido que cuentan con los elementos necesarios para desarrollarse turísticamente. La publicidad que existe para el lugar turístico es limitada, a causa de que solo se centra en las personas del Cantón Pasaje.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar capacitaciones a los trabajadores de los negocios artesanales de la comunidad sobre la atención al cliente. Con la ayuda del municipio generando conferencias sobre el tema y así los emprendedores tengan una nueva motivación para su negocio. Esto va a generar que el personal se sienta capacitado para recibir a los turistas, por ende, brindar una buena experiencia.

Se recomienda implementar el *full day* en la parroquia, en temporada de feriados, porque las personas encuestadas manifestaron que prefieren viajar en este tiempo. A lo cual, es necesario tomar en cuenta estas opiniones, debido que esto hará que tengo éxito el producto turístico a realizarse. Y, por ende, también se verán beneficiados directamente los establecimientos turísticos de la parroquia.

Se recomienda a los dueños de los emprendimientos artesanales mejoren la publicidad que utilizan actualmente en su negocio. Debido que esta herramienta es muy útil para obtener más visitantes en este lugar y por ende venderán más productos elaborados. También, no solo centrarse en una red en específico, si no que tengan diferentes canales de publicidad para llegar a más personas que no conocen este emprendimiento.

También se recomienda al Gad parroquial el Progreso y del Cantón Pasaje implementar señalética turística en los atractivos y carretera para que sea fácil llegar al lugar. A lo cual, es información necesaria para los turistas, debido que esto ayuda a saber orientarse en un sitio nuevo. Además, esto también proporciona seguridad y confiabilidad en las personas, porque previene las normas de conducta que deben tener en su estancia.

Referencias

- Chérrez-Bahamonde, R., López-Paredes, C., & Logroño-Naranjo, S. (Enero de 2021). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico mediante indicadores estadísticos. *POCAIP*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.361>
- Gallego Valiña, M. Á. (2011). TURISMO INDUSTRIAL: EL CASO ALEMÁN. *OCIO Y TURISMO*, 4(1), 117-137. doi:<https://doi.org/10.17979/rotur.2011.4.1.1255>
- Julca Meza, E. (2019). UN ENFOQUE A LA IMPORTANCIA DEL TURISMO. *Turismo y Patrimonio*(10). doi:<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2016.n10.09>
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 69 - 74. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Mora Márquez, C. M., Medina Jurado, M. C., Ramos Jurado, M., & Valverde Maestre, G. (2021). Turismo rural en la provincial de Córdoba (España). *Interamericana de Ambiente y Turismo*, 17(1), 61-77. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100061>
- Rodrigues Ferreira, D. I., & Sánchez-Martín, J. M. (2022). La función de las áreas agrícolas en el debate epistemológico sobre el turismo rural, el agroturismo y el agroecoturismo. *geografía Norte Grande*(81), 235-261. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022022000100235>
- Vázquez de la Torre, G. M. (2011). LAS EMPRESAS ALIMENTARIAS NUEVO MOTOR DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA. *OCIO Y TURISMO*, 4(1), 89-116. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4086719>
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia México*, 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Benavides Vindas, S. (2020). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. *SCIELO*, 25(57). doi:<http://orcid.org/0000-0001-8383-397X>
- Caamaño Franco, I. (2011). LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO INDUSTRIALf. *OCIO Y TURISMO*, 4(1), 161-180. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4086771>
- Cadena Iñiguez, P., Rendón Medel, R., Aguilar Ávila, J., Salinas Cruz, E., De la Cruz Morales, F. d., & Sangerman Jarquín, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *ciencias agrícolas*, 8(7), 1603-1617. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603
- Campos, G., & Martínez, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 45 - 60. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Cañizares Ruíz, C., del Pozo, P. B., & Ruiz Valdepeñas, H. P. (2019). Los límites del turismo industrial en áreas desfavorecidas. Experiencias singulares en España. *Cuadernos Geográficos*, 58(1), 180-204. doi:<http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i1.6746>
- Cavazos Arroyo, J. (2021). Análisis del proceso de la compra impulsiva de paquetes de viajes turísticos en Mexico. *Nova Scientia*, 13(27), 1-28. doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v13i27.2894>

- Cobos, N., Castillo, Y., & Covri, D. (2021). El agroturismo como estrategia de dinamización económica local para el Cantón Déleg. *Conciencia Digital*, 12(4), 29-53.
doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.2.1579>
- Fassio, A. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. *Ciencias Administrativas*, 73 - 84. doi: <https://doi.org/10.24215/23143738e028>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didáctica y Educación*, 62-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Garaicoa, F., Rodriguez, S., Montero, R., & Leon, k. (2023). Agroturismo: Una alternativa sostenible para el desarrollo local en San Francisco de Milagro, Guayas, Ecuador. *Ciencia Latina Internacional*, 7(2). doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5685
- Guerrero, A. M. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1 - 9.
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Lara, R., Lopez, J., & Cunalata, A. (2020). Agroturismo en la Amazonía norte: Punto de partida para el diseño de una ruta turística. *Green World*, 3(3). doi: <https://www.greenworldjournal.com/doi-025-gwj-2020>
- Lazo Serrano, C. A., Bastidas Andrade, M. I., Aguilar González, F. E., & Calle Iñiguez, M. P. (2017). La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *Innova*, 2(8), 1-21.
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.320>
- Machado, A., Souza, M., Mattos, P., & Gonçalves, R. (2020). TURISMO RURAL Propuesta de una estructura de análisis integrando estrategias de diversificación y conocimiento. *Estudios y percepciones en turismo*, 29(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1807/180762690005/html/>
- Mattos Vela, M. A., & Alfaro Carballido, D. (2020). Calidad de las investigaciones basadas en encuestas: directrices para buenos informes. *Odontología sanmarquina*, 75 - 82.
doi:<http://dx.doi.org/10.15381/os.v23i1.17507>
- Ministerio de Turismo. (2009). *REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURISTICOS*. Quito: Lexis. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Moral Moral, M., & Fernandez Alles , M. T. (2019). Percepciones del residente local sobre el turismo industrial como una modalidad de desarrollo sostenible. *estudios regionales*, 45-69. Obtenido de <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2561.pdf>
- Moreno Gil, S., Korstanje, M., & Picaso Peral, P. (2020). EL TURISMO COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN. *Rosa dos Ventos*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p81>
- Parraga Toral, K. V., Illescas Villa, K. L., & Bastidas, M. I. (2021). Gestión del patrimonio inmaterial, ámbito técnicas artesanales tradicionales: estrategias de salvaguardia y usoturístico del patrimonio inmaterial, parroquia Abañin, El Oro. *Digital publisher*, 6(6), 92-113.
doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.746>

- Pereyra, T., Palomino, G., & Garate, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Ecociencia*, 8(2), 71-86. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483>
- Pineda Reasco, A. P., Sojos López, G. L., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *interamericana de ambiente y turismo*, 15(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162>
- Portilla Martinez, J. V. (2022). AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE PARA EL SECTOR RURAL EN FLORIDABLANCA, SANTANDER. *Internacional de Humanidades*, 12(6), 1-9. doi:<https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3996>
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Rekalde, I., Vizcarra, M. T., & Macazaga, A. M. (2014). La Observación Como Estrategia De Investigación Para Construir Contextos De Aprendizaje Y Fomentar Procesos Participativos. *Educación XXI*, 201-220. doi:DOI: 10.5944/educxx1.17.1.1074
- Rodríguez Echeverry, N., Del Cairo urtado, C., Báez antos, L. V., & Aldana Mendoza, J. A. (2021). Retos y oportunidades para el estudio, manejo y gestión del patrimonio industrial en Colombia. *Estoa*, 10(20). doi:<https://doi.org/10.18537/est.v010.n020.a10>
- Segura, A., Nazareno, R., & Sanchez, G. (2021). Agroturismo para el Desarrollo Sostenible en fincas ecuatorianas. Un estudio documental. *Ciencias Sociales y Políticas*, 7(4), 172-191. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>
- Torres, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1 - 15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478054643001>
- Vallejo Pousada, R., Lindoso Tato, E., & Vilar Rodríguez, M. (2020). Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX. *UNIVERSIDADE DA CORUÑA*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ihe.2018.03.001>
- Vargas, N., Bustos, C., Ordoñez , O., Calle, M., & Noblecilla, M. (2017). Uso y aprovechamiento de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico local sostenible. Caso Pasaje. *Interamerica de ambiente y turismo*, 13(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200206>
- Vasconez, J., & Vasconez, L. (2022). Dinamizacion Economica a traves del agroecoturismo en la Parroquia Rural San Isidro- Bahia de Caraquez. *Ciencias de la Comunicación*, 8(2), 455-468. doi:<https://doi.org/10.23857/dc.v8i2.2765>
- Yepez, J., Chavez, J., & Cuetara, L. (2021). Turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local sostenible en Manabí, Ecuador. *Polo de conocimiento*, 6(12), 912-935. doi:10.23857/pc.v6i12.3415

ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DE LA PARROQUIA EL PROGRESO DEL CANTON PASAJE.



El objetivo actual de la entrevista es obtención de información sobre los emprendimientos artesanales de la parroquia El Progreso. Los datos serán utilizados únicamente con fines académicos para la Universidad Técnica de Machala, Carrera de Turismo, y se guardara confidencialidad de estos.

1. ¿Usted se siente capacitado para atender turistas?
2. ¿Como considera usted que la parroquia el Progreso se diferencia de otros destinos agroindustriales?
3. ¿Qué tipo de perfil de turistas usted prefiere recibir en su establecimiento?
4. ¿Considera usted que cuenta con la infraestructura adecuada para recibir visitantes?
5. ¿Describa el producto o servicio que usted ofrece a traves de su emprendimiento artesanal?

ANEXO 2: Encuesta



1. ¿Por qué motivo eligió visitar la parroquia El Progreso?
 - Recomendaciones familiares
 - Redes sociales
 - Vacaciones
 - Disponibilidad de tiempo
 - Otros -----

2. Seleccione sobre los atractivos turísticos de la parroquia El Progreso.

Balneario Dos Bocas

Fabrica ChocoArom

Fábrica de Agro -Arándano

Parque central El Progreso

3. ¿Cuál de estas recomendaciones toma en cuenta a la hora de elegir un lugar turístico?
 - Comodidad del lugar
 - Gastronomía
 - Atractivos turísticos
 - Variedad de precios
 - Seguridad
 - Otros -----

4. ¿La incorporación de un *full day* de los atractivos y servicios turísticos que ofrece la parroquia, lo motivaría a usted visitar el destino?

- Si
 - No
 - Talvez
5. ¿En qué temporada le gustaría realizar un *full day* agro ecoturístico?
- Feriados
 - Fin de semana
 - Vacaciones laborales
 - Otros -----
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un *full day* con temática agro ecoturístico?
- \$ 25 – 50
 - \$ 51 – 90
 - \$ 91 – 120
 - Otros -----
7. ¿Qué le gustaría que incluya el *full day* de la parroquia El Progreso?
- Visita guiada
 - Foto de recuerdo
 - Souvenirs
 - Otros-----
8. ¿Qué medio de transporte utilizo para visitar la parroquia?
- Transporte publico
 - Transporte privado
9. ¿Qué servicio cree usted que debe mejorar la oferta turística de la parroquia El Progreso?

- Atención al cliente
- Señalética
- Información turística
- Servicios de alimentos y bebidas
- Otros -----

ANEXO 3: Ficha de jerarquización

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	9	5	4	A	N	0	4	0	1	0	3	0	0	6
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Balneario Dos Bocas																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				RÍO									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
EL_ORO				PASAJE				PROGRESO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
La Cadena				Vía a sitio Santa Elena				S/N		N/A							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)							
-3.26903				-79..73727						141							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público				b. Nombre de la Institución: GADP Progreso													
c. Nombre del Administrador: Sr. Benito Elico Chuchuca Oyos				d. Cargo que ocupa: Presidente													
e. Teléfono / Celular: (+593) 985257974				f. Correo Electrónico: elicochuchuca9@gmail.com													
Observaciones: El sitio La Cadena con apoyo del GADP Progreso, manejan del cuidado del Balneario.																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Ecuatorial Mesotérmico				b. Temperatura(°C): 23°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 900									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>		b. Primitivo <input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>		d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>									

3.4 Ingreso al atractivo (U) <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"/>	8:00	17:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
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:		Los meses con mas afluencia de turistas, Enero, Febrero, Marzo.					
Observaciones: Hacen las visita los fines de semana.							

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO								
						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):						Pasaje		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		12.31 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		20:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -3.32808 Long.: -79.80787
Observaciones: Se encuentra a 12.31 km a 0:20 min desde el parque central de Pasaje. Se arriba por la vía principal que conduce al cantón El Guabo.								

4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado		
	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-3.32846, -79.80834	-3.30865, -79.80834	8 km	Asfaltado	Bueno	
	b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-3.30865, -79.80834	-3.26893, -79.73802	4.31 km	Asfaltado	Bueno	
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: El Bañeario Dos Bocas cuenta con vía de primer orden desde la Plaza Central hasta el sitio La Cadena en buen estado, en vía de segundo orden que va desde el sitio hacia el atractivo en perfectas condiciones para los turistas.								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	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: texto								
c. Aéreo (U) <input checked="" type="checkbox"/>		Nacional: <input checked="" type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: Aeropuerto Regional "Santa Rosa". A 30.5 km y en un tiempo de 1h a Pasaje, por vía de primer orden. (Fuente: Google maps).								

4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		

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)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
Cooperativa Calderón	Eloy Alfaro e/ 1ero de noviembre y Olmedo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pasaje - Progreso - La Cadena
Cooperativa Pasaje	Eloy Alfaro e/ 1ero de noviembre y Olmedo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pasaje - Progreso
Cooperativa de Taxi	Av. Rocafuerte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pasaje - Progreso - La Cadena
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

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)

General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------------------	-------------------------------------	---------------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------	--	--------------------------	--------------------	--------------------------

Observaciones: El atractivo es accesible para personas con discapacidad física, cuenta con un corredor alrededor de los ríos.

4.5 Señalización

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"/>
--	-------------------------------------	------------	-------	--------------------------	---------	-------------------------------------	------	--------------------------

Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	28	332	1335
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	4	283	1136
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	13	163	748
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	3	77	286

Observaciones: texto

Observaciones: Por motivos de emergencia mundial, algunos establecimientos se encuentran en proceso de cierre.

Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje	<input checked="" 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: texto

Observaciones: Sin registro en el Mintur.

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0	1	0	Aventura	0

Observaciones: texto

Observaciones: Guía certificado

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input checked="" type="checkbox"/>	1	-3.32735, -79.80734	GADM Pasaje	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	1	-3.26904, -79.73754	GADP Progreso	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	2	-3.26904, -79.73754	GADP Progreso	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

 Observaciones: [texto](#)
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones: En la Parroquia Progreso existe la producción, venta y distribución de arándanos y chocolate.							

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO

SI NO S/I 6.1 Atractivo (U) a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones: Se conserva el atractivo natural, con ciertas alteraciones por construcciones de facilidades turísticas por parte de instituciones públicas.

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 type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>			
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
e. Clima <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: texto					

Observaciones: La contaminación es por acción humana contaminante y polutiva en el ambiente.

6.2 Entorno (U) a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones: En el entorno del atractivo se han construido establecimientos para la venta de alimentos y bebidas, conservando el recurso natural.

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 type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <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"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <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"/>			
e. Clima <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: texto					

Observaciones: El entorno del atractivo se da contaminación ambiental por acción humana durante su visita.

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo

a. Declarante: b. Denominación: b. Fecha de declaración: c. Alcance:

Observaciones:

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI NO S/I

7.1 Servicios Básicos

a. En el atractivo **b. En la ciudad o poblado mas cercano**

Agua: Entubada Agua Potable

Especifique: Abastecimiento de agua de pozo Especifique: Sistema de AA.PP de AGUAPAS.

Energía eléctrica: Red eléctrica de servicio público Energía eléctrica Red eléctrica de servicio público

Especifique: Sistema Eléctrico Nacional Interconectado Especifique: Sistema Eléctrico Nacional Interconectado

Saneamiento: Pozo séptico Saneamiento: Red pública

Especifique: Sin planta de tratameinto de AA.SS Especifique: Sistema público de aa.ss. de AGUAPAS.

Disposición de desechos Carro Recolector Disposición de desechos Carro Recolector

Especifique: Dos veces a semana, en base a itinerio de AGUAPAS. Especifique: Recorrido diario, en base a itinerio de AGUAPAS.

Observaciones: En el entorno del atractivo existen contenedores para los desechos generados.

7.2 Señalética en el atractivo

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

En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	3	0	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	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"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	4	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	1	Fibra	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	2	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	1
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0
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: Al Atractivo turístico "Los Bocas", se considera el Distrito U/001 de Salud sector consolidado de Pasaje, el Hospital San Vicente de Paul, localizado en Av. Quito y Sucre. Teléfono: Ecu 911. Se encuentra a 13 km y a 15 min en vehículo, aproximadamente. La Parroquia existe el centro de Salud el Progreso ubicado en las calles P6SR+PH9, Progreso.

7.4 Seguridad (M)

1. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto
2. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911
3. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto
4. Otra	<input type="checkbox"/>		texto

Observaciones: A nivel nacional la seguridad brinda el Ecu 911.

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El atractivo cuenta con señal para móvil de operadoras claro y movistar.			
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
		Aguajes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	GADM Pasaje
		Nombre del documento:	Plan de Contingencia Invernal
		Año de elaboración:	2019
Observaciones: El Plan de Contingencia Invernal tiene una actualización anual por parte de la dirección de Gestión de Riesgos y Control Ambiental - GADM Pasaje.			

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <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:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
El atractivo es considerado en el PDOT Municipal y PDT, en proceso de elaboración.				
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
texto				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Las ordenanzas aplican a tasas de impuesto para los permisos de establecimientos turísticos.				
Observaciones: La Jefatura de Desarrollo Turístico se encuentra desarrollando el Plan de Desarrollo Turístico Cantonal				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
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 type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input 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 checked="" type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>
Fotografías				

9.1.2 En el Aire (M)		<input type="checkbox"/>	
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: En el Balneario Dos Bocas realizan actividades de senderismo, observación de flora y fauna, picnic y fotografías.			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		<input type="checkbox"/>	
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"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<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"/>
texto			

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)				
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: Existen actividades planteadas en POA donde el atractivo es considerado para rutas de Fampress
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: Se lo promociona a través de medios digitales
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.pasaje.gob.ec	Mensual		
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Turismo Pasaje	Mensual		
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna		
d. Material POP <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Guía Turísticas y trípticos	Mensual		
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Jefatura de Desarrollo Turístico	Mensual		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Radio Jubones, Pasaje Tv	Trimestral		
g. Asistencia a ferias turísticas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Nivel de provincia o zona 7	Mensual		
h. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Roll up, souvenirs, gorras, camisetas y otros.	Mensual		
Observaciones:				

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique:

Observaciones:

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO S/I

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI NO Tipo: Digital Papel Años de registro 0

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO Frecuencia de los reportes: Ninguna

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes	0
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto		0

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	texto	0	Países de origen	texto	0
	texto	0		texto	0
	texto	0		texto	0

Observaciones:

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave: Sr. Benito Chuchuca Contactos: (+593) 985257974

Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	200	Fines de semana	400	Días feriados	800	Permanente <input checked="" type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>

Observaciones: La Jefatura de Desarrollo Turístico realiza inspección al atractivo para socialización de la demanda turística

12. RECURSO HUMANO SI NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo 8 d. Número de personas especializadas en turismo 0

e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" 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	5	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francoés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		

Observaciones: No existe personal capacitado en turismo.

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El Balneario Dos Bocas ubicado en Progreso_Pasaje_El Oro, con temperatura 23°C, ingreso gratuito. Se caracteriza por poseer dos vertientes de agua; caliente y fría. Alrededor del río existen grandes piedras que le dan un diseño rustico natural. En el Balneario turístico existe un sendero ecológico donde se aprecia la naturaleza. A 5 minutos del Balneario existe la venta de comida solo en fin de semana.]

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Autores

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Lisseth Pesantez	Apellido y Nombre
Institución	Utmach	Institución
Cargo	Estudiante	Cargo
Correo Electrónico	lpesantez3@utmachala.edu.ec	Correo Electrónico
Teléfono	0969150650	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

ANEXO 4 : Fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha N°: 1	Fecha: 29/12/2023		
Nombre del establecimiento:	Agro - arandano		
Nombre del propietario del establecimiento:	German Armijos		
Realizado por:	Lisseth Pesantez Y Daniela Jumbo		
PERSONAL		INFRAESTRUCTURA	
Personal calificado		Área de recepción	
Personal semicalificados		señalética del proceso de producción	✓
Personal no calificado	✓	Zona de demostración	✓
		Tiene implementado medidas de seguridad	
FACILIDADES EN EL ATRACTIVO		SERVICIOS BASICOS	
Áreas de descanso		Si	✓
Cafetería		No	
Wifi			
Aire acondicionado	✓		
OBSERVACIONES: El emprendimiento debe tener un horario de cuando abre y cierra el negocio. También el dueño debe tener la capacidad de atender a todo tipo de turista que llega.			
Fotografía	Ubicación		
			
Coordenadas	3°17'29"S 79°45'29"W		

FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha N°: 2	Fecha: 29 /12/ 2023		
Nombre del establecimiento:	ChocoArom		
Nombre del propietario del establecimiento:	Carmen Chiriboga		
Realizado por:	Lisseth Pesantez Y Daniela Jumbo		
PERSONAL		INFRAESTRUCTURA	
Personal calificado		Área de recepción	✓
Personal semicalificados		señalética del proceso de producción	
Personal no calificado	✓	Zona de demostración	✓
		Tiene implementado medidas de seguridad	
FACILIDADES EN EL ATRACTIVO		SERVICIOS BASICOS	
Áreas de descanso		Si	✓
Cafetería		No	
Wifi	✓		
Aire acondicionado	✓		
OBSERVACIONES: La fábrica debe invertir en capacitaciones al cliente			
Fotografía		Ubicación	
			
Coordenadas:	3 °17'19"S 79°45'30"W		

ANEXO 5: Fotografía





