

658.404  
AMO

# ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL (ESPOL)

## Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas (ICHE) Ingeniería Comercial y Empresarial



Proyecto de Desarrollo de la Estación Experimental Tropical "Pichilingue" como Destino Agroturístico

Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Comercial y Empresarial, con Especialización en Marketing y Comercio Exterior

### AUTORAS:

Sandra Carolina Amores Contreras  
Cristina Guadalupe Barros Segovia



Guayaquil - Ecuador

2004

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)  
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS (ICHE)  
INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL**



**PROYECTO DE DESARROLLO DE LA ESTACIÓN  
EXPERIMENTAL TROPICAL "PICHILINGUE" COMO  
DESTINO AGROTURÍSTICO**

**Previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial y  
Empresarial, con especialización en MARKETING Y  
COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORAS:**

**SANDRA CAROLINA AMORES CONTRERAS  
CRISTINA GUADALUPE BARROS SEGOVIA**

**GUAYAQUIL - ECUADOR - 2004**

## **AGRADECIMIENTO**



A Dios por habernos guiado en el desarrollo de este trabajo.

A nuestro director de tesis, Ing. Marco Tulio mejía, por orientarnos en el cumplimiento de esta meta.



A todas aquellas personas que colaboraron en la realización de este proyecto.



## **DEDICATORIA**

**A nuestros padres; hermanos  
y amigos**

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta Tesis de Grado, nos corresponden exclusivamente; y, el patrimonio intelectual de la misma, a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.

(Reglamento de Exámenes y Títulos profesionales de la ESPOL)

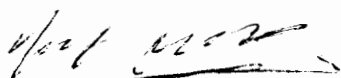


Sandra Amores Contreras



Cristina Barros Segovia

**TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**



**DR. HUGO ARIAS**  
Presidente del Tribunal



**ING. MARCO TULIO MEJIA**  
Director de Tesis



**ECON. PEDRO GANDO**  
Vocal Principal



**ING. BOLIVAR PASTOR**  
Vocal Principal

---

# INDICE

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>10</b>
<b>ANTECEDENTES .....</b>	<b>10</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>12</b>
• <b>GENERAL .....</b>	<b>12</b>
• <b>ESPECIFICOS.....</b>	<b>12</b>
<b>JUSTIFICACION.....</b>	<b>13</b>
<b>I. MARCO TEORICO.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Concepto de Agroturismo .....</b>	<b>15</b>
1.1.1 Evolución del agroturismo a nivel internacional.....	20
1.1.2 Características de los servicios agroturísticos y complementarios	27
<b>1.2 Estación Experimental Tropical “Pichilingue”.....</b>	<b>31</b>
1.2.1 Espacio Físico.....	34
• Ubicación .....	35
• Recursos Naturales.....	36
• Recursos Físicos.....	41
1.2.2 Servicios Básicos.....	46
• Viabilidad .....	47
• Medios de Transporte .....	48
• Energía y Telecomunicaciones .....	49
• Seguridad .....	51
<b>II. ANÁLISIS DE MERCADO.....</b>	<b>52</b>
<b>2.1 Objetivos del Estudio de Mercado.....</b>	<b>52</b>
<b>2.1 Análisis del Sector Turístico .....</b>	<b>53</b>
2.2.1 Ambiente Macro.....	56
2.2.1.1. Tendencias económicas, sociales y culturales que afectan al sector.....	56
• Producto Interno Bruto .....	57
• Balanza de Turismo .....	58



•	Llegadas de visitantes no residentes, por nacionalidad.....	60
•	El Agroturismo, visión del futuro.....	61
•	Generación de mano de obra.....	62
•	Tendencias culturales .....	63
2.2.1.2	Leyes locales .....	64
2.2.2	Ambiente Micro.....	67
2.2.2.1	Recursos Humanos.....	68
2.2.2.2	Competencia.....	70
2.2.2.3	Amenaza de ingreso de nuevos competidores o sustitutos.....	73
<b>2.3</b>	<b>Análisis de la Demanda .....</b>	<b>75</b>
•	Lugar de residencia.....	76
•	Permanencia en el Ecuador .....	77
•	Motivo de la Visita.....	78
•	Gasto y Estructura .....	79
•	Evaluación de la visita.....	80
2.3.1	Características básicas de los Clientes .....	81
<b>2.4</b>	<b>Análisis de la oferta .....</b>	<b>83</b>
	Actividades Agrícolas .....	83
	Hospedaje .....	84
	Alimentación .....	84
	Entretenimiento .....	85
	Transporte.....	85
2.4.1	Diseño de servicios agroturísticos.....	86

### **III. DISEÑO DE PRODUCTOS AGROTURÍSTICOS..... 87**

<b>3.1</b>	<b>Investigación de Mercado .....</b>	<b>87</b>
	Objetivo General .....	87
	Objetivos Específicos.....	87
3.1.1	Diseño de la Investigación y Tamaño de la Muestra.....	88
	Plan Muestral .....	89
	Tamaño de la muestra para la encuesta nacional. ....	90
	Tamaño de la muestra para la encuesta extranjera.....	92
3.1.2	Recolección, análisis y presentación de resultados.....	93
	<i>Análisis de encuesta nacional</i> .....	95
	<i>Análisis de encuesta extranjera</i> .....	98



	Resultados de encuesta nacional.....	101
	Resultados de encuesta extranjera.....	125
<b>3.2</b>	<b>Creación de Paquetes Agroturísticos.....</b>	<b>150</b>
3.2.1	Criterio para el diseño de los paquetes agroturísticos .....	150
	Agroturismo participativo .....	150
	Estacionalidad .....	150
	Días feriados .....	150
	Temporada de clases ecuatoriana .....	151
3.2.1	Elaboración de paquetes agroturísticos .....	151

#### ***IV. PLAN DE MARKETING..... 154***

<b>4.1</b>	<b>Plan Estratégico de Marketing .....</b>	<b>154</b>
4.1.1	Misión y Visión .....	154
4.1.2	Matrices .....	155
	4.1.2.1 Matriz BCG (Boston Consulting Group) .....	155
4.1.3	Análisis FODA .....	157
4.1.4	Mercado Objetivo .....	161
4.1.5	Segmentación del Mercado .....	162
4.1.6	Objetivos Estratégicos de Mercadotecnia .....	163
	4.1.6.1 Objetivos a corto plazo .....	163
	4.1.6.2 Objetivos a largo Plazo .....	163
4.1.7	Posicionamiento .....	164
	4.1.7.1 Importancia .....	164
	4.1.7.2 Estrategias de posicionamiento.....	165
<b>4.2</b>	<b>Plan Operativo de Marketing.....</b>	<b>166</b>
4.2.1	Plan del Servicio.....	166
	4.2.1.1 Características del Servicio .....	166
	<i>Restaurante</i> .....	168
	Actividades Agroturísticas .....	169
	Actividades Libres .....	170
	Transporte.....	171
	4.2.1.2 Servicios Complementarios.....	171
	Alojamiento .....	171
	Desayuno y Cena.....	172
4.2.2	Estrategias de Precio.....	172
	4.2.2.1 Políticas de Precio de la Competencia .....	174
	4.2.2.2 Determinación del Precio .....	175
4.2.3	Estrategias de Comodidad del Cliente.....	177

4.2.3.1	Mecanismos de identificación de clientes potenciales y forma de establecer contacto con ellos. ....	177
	Formas de establecer contacto con los clientes .	178
4.2.3.2	Características del servicio que se enfatizarán en la venta. ....	179
4.2.4	Estrategias de Comunicación .....	180
4.2.4.1	Publicidad .....	183
	<i>Televisión</i> .....	184
	Revistas Turísticas.....	185
	Periódicos .....	186
	Página Web .....	187
	Folletería .....	188
4.2.4.2	Promoción.....	189
4.2.4.3	Merchandising.....	190
	Publicity .....	191
4.2.4.4	Presupuesto Publicitario.....	191

## ***V. ANALISIS FINANCIERO..... 194***

5.1	<b>Análisis de las necesidades financieras de infraestructura y costos .....</b>	<b>194</b>
5.1.1	Financiamiento .....	194
5.1.2	Depreciaciones .....	195
5.1.3	Costos de Producción .....	196
5.1.4	Gastos de Administración y Ventas .....	199
5.1.5	Ingresos.....	199
5.1.6	Punto de Equilibrio.....	203
5.1.7	Utilidades.....	204
5.1.8	Flujo de Caja Proyectado.....	204
5.1.9	Rentabilidad del proyecto (VAN, TIR).....	205
5.1.9	Análisis de sensibilidad.....	202

## ***CONCLUSIONES..... 208***

## ***RECOMENDACIONES..... 209***

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura No.1: Producto Interno Bruto.....	57
Figura No.2: Balanza de Turismo .....	58
Figura No.3: Llegada de visitantes no residentes, por nacionalidad	60
Figura No.4: Estructura del Gasto.....	80

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla No.1: Lugar de Residencia, 2001 .....	76
Tabla No.2: Permanencia en el Ecuador, 2001.....	77
Tabla No.3: Motivo de la visita, 2001.....	78
Tabla No.4: Presupuesto Publicitario .....	193

## **INTRODUCCION**

### **ANTECEDENTES**

El agroturismo es un tipo de turismo distinto, novedoso, que tiene por objetivo la interrelación del turista con la naturaleza. Aquí el agricultor acoge huéspedes, enseña su profesión y muestra al visitante la auténtica vida del campo, (actividades agrícolas, ganaderas, artesanía, etc.). Además el turista tiene la oportunidad de disfrutar del servicio de alojamiento y degustar de la comida típica de la región. Este modo de acogida supone intercambio y respeto mutuo, y está abierto a todo tipo de personas. Esta actividad no ha sido explotada en el Ecuador, a pesar que cuenta con importantes zonas para desarrollarlo.

El agroturismo debe ser competitivo y responder eficazmente a las expectativas del mercado tanto nacional como internacional. La actividad agroturística se realiza en varios países a nivel mundial; así podemos citar a: Perú, Colombia, España, y algunos países del continente asiático. En estos países el agroturismo es promovido mediante proyectos y leyes con el fin de ayudar a mejorar las condiciones de vida de las zonas rurales debido a que los campesinos, dueños de las haciendas, se verán beneficiados económicamente de esta actividad; y esto a su vez generará ingresos al país, ya que se está promocionando una nueva forma de turismo a nivel nacional e internacional.

La industria turística aporta un 12,1% del PIB a la economía española, con un crecimiento continuo de más de un punto porcentual en los últimos tres años; siendo el agroturismo una parte de esta actividad económica, ya que en este país ha sido desarrollado ampliamente. Por lo tanto el desarrollo de la actividad agroturística representaría una buena oportunidad de ingresos para el Ecuador si se pusiera en práctica.



La Estación Experimental Tropical Pichilingue es una organización que recibe aproximadamente un 60% de fondos provenientes del Estado, y el 40% restante son fondos de autogestión. Existe la necesidad de generar otras fuentes de ingreso para la Estación, siendo el Agroturismo una alternativa para lograr este objetivo.



## **OBJETIVOS**

- **GENERAL**

Desarrollar la capacidad agroturística de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como actividad productiva de servicios recreativos que representen una fuente complementaria de ingresos para esta organización.

- **ESPECIFICOS**

1. Identificar los recursos disponibles (naturales, agrícolas, físicos, científico-técnicos, etc) con capacidad de ser utilizados para implementar la actividad propuesta, así como estimar las necesidades de inversión para acciones de rehabilitación y mejoramiento, principalmente de los recursos físicos.
2. Analizar el mercado
3. Diseñar paquetes agroturísticos-educativos usando los recursos identificados en el objetivo anterior y de acuerdo a los estratos de cliente objetivo que se determinarán para este aspecto.
4. Establecer y recomendar mecanismos de promoción y Marketing de los servicios asociados a cada uno de los paquetes diseñados.
5. Realizar un análisis financiero

## **JUSTIFICACION**

En la Estación Experimental Tropical Pichilingue la existencia de recursos naturales y agrícolas que pueden ser una fuente de interés y atracción (inclusive educativo) para personas ajenas a esta actividad constituye una fortaleza para desarrollar el Agroturismo; sin embargo estos recursos no están siendo explotados para este propósito. Su aprovechamiento puede complementarse de mejor forma con la infraestructura física (alojamiento comedor, canchas, etc.) disponible; la cual requiere trabajos de rehabilitación. Hasta el presente esta infraestructura no ha recibido la atención necesaria, así como no ha tenido la oportunidad para desarrollarse como fuente adicional de ingresos que se constituiría como una forma de brindar servicios varios relacionados con la actividad de Agroturismo Educativo en la zona, más aún considerando que las condiciones ecológicas y ambientales de que goza el sector (Tropical Húmedo) lo dotan de una riqueza de opciones agroturísticas principalmente en relación a la flora.

Si no se toman acciones esta oportunidad de usar los recursos continuaría desaprovechada, negándose una alternativa factible no solo de constituirse en una fuente adicional de ingresos para la Estación, sino también para importantes sectores de la población (estudiantes, turistas, jubilados) que pudieran tener interés o acceso para observar, intercambiar ideas, e inclusive educarse en relación al papel de la naturaleza en la agricultura, y lo que es la agricultura en sí misma, en un ambiente cómodo y con personas ilustradas en estos aspectos para satisfacer con calidad sus inquietudes.

El presente proyecto mediante la formulación de estrategias, planes, diseño de paquetes agroturísticos, estimaciones de inversión necesarias, y recomendaciones de publicidad y Marketing pretende dar respuesta a la necesidad de aprovechar los recursos que posee el lugar.

Si se implementaran los resultados de este proyecto pueden contribuir a la buena utilización de los recursos (naturales, agrícolas, físicos, humanos, técnicos, científicos) que posee la Estación Experimental Tropical Pichilingue para ofrecer opciones de recreación de naturaleza agroturística educativa. Éstas podrían ser aprovechadas por personas que viven en la ciudad o en el extranjero con interés en identificar las oportunidades de este tipo. El aspecto educativo de esta actividad es difícil de valorar pero sin duda representará un beneficio importante para los visitantes y tendrá un efecto multiplicador hacia otros miembros de la sociedad si se logra que las experiencias vividas sean intensas y enriquecedoras.

Adicionalmente el desarrollo de esta actividad representará no solo el aprovechamiento de recursos inexplorados para este propósito sino también la opción de una fuente de ingresos complementarios para contribuir en alguna medida al crecimiento de los ingresos que por autogestión viene generando la Estación. A largo plazo esta actividad de ser bien manejada puede también constituirse en una marca distintiva de este centro científico-técnico, y acrecentar su imagen y el interés de inversionistas (privados y públicos) para su desarrollo.



# **I. MARCO TEORICO**

## **1.1 Concepto de Agroturismo**

El turismo es una actividad que actualmente se encuentra relacionada con el desarrollo socio-económico de los países, llegando a convertirse en una de las actividades económicas más importantes para éstos, sobre todo en aquellos que poseen relevantes testimonios culturales, hermosos paisajes o recursos geográficos o ecológicos como bahías, montañas cubiertas de nieve y vegetación, mesetas habitadas, ríos y riachuelos, lagos, lagunas, vertientes de aguas termales, y múltiples nichos ecológicos comprendidos en valiosas reservas de recursos naturales, parques nacionales, donde aún se conserva la mayor biodiversidad de especies vegetales y animales.

Un aspecto que contribuye al desarrollo del turismo se refiere a los hábitos y costumbres de las poblaciones que habitan en los más diversos lugares y que han logrado generar una verdadera simbiosis con la naturaleza, lo que les permite su subsistencia aún en las condiciones más difíciles.

Todos estos aspectos, constituyen importantes recursos turísticos que se pueden acondicionar apropiadamente para que presten al turista nacional e internacional adecuados lugares de bienestar.

La calidad de turismo que brinde un país se basa en los atractivos, servicios y seguridad que el mismo ofrezca, además de toda la inversión que se da en este sector será beneficiosa para el país siempre y cuando no exista la explotación y contaminación de las áreas naturales.

La clave para mejorar la oferta de servicios turísticos consiste en fortalecer la competitividad y productividad de las áreas donde se lleva a cabo esta actividad, además de la formación y capacitación del recurso humano.

Ecuador es un país que posee potenciales que deben aprovecharse, ya que cuenta con una gran variedad de flora, fauna, paisajes, y patrimonio cultural a pesar de su reducido territorio. Sin embargo este país es un mercado poco explotado en el sector turístico, las oportunidades para el desarrollo de inversiones y negocios en el mismo son múltiples, ya que cuenta con una diversidad de sistemas naturales que son de gran interés y atractivo para los ciudadanos de países desarrollados.

El turismo aporta con el 4.4% a la producción ecuatoriana y es la tercera fuente de ingresos, luego del petróleo y el banano. Este es un sector estratégico para el desarrollo de nuestro país, pues sus consecuencias son: una redistribución de las ganancias, mejor calidad de vida de la población y reducción de la pobreza.

Los indicadores de Ecuador en los últimos años demuestran que el crecimiento turístico ha sido superior al 5% en cuanto a ingresos y visitas de turistas de Estados Unidos y Europa, especialmente.

Ecuador debe fortalecer el mercado interno, el proceso de descentralización en materia turística y dirigirse a los mercados de países limítrofes, y luego a mercados lejanos en los que ya tiene una presencia importante con sitios reconocidos como Galápagos.

El sector turismo ha tenido un desarrollo sostenido que permite que el Ecuador sea atractivo para la inversión extranjera y nacional.

El Ecuador necesita inversión en infraestructura y servicios turísticos como por ejemplo: establecimiento de cadenas hoteleras y alojamientos diversos, centros de capacitación de recursos humanos, terminales para llegadas de turistas tanto terrestres, aéreos, y marítimos, desarrollo de agroturismo y ecoturismo, complejos turísticos, redes de comunicación, entre otros. Además el Ministerio de Obras Públicas debe mejorar las carreteras para fortalecer el turismo arqueológico y de aventura; y el Ministerio de Gobierno debe garantizar la seguridad de los turistas.

Podemos citar dentro de la modalidad turismo de naturaleza que el agroturismo es una de las actividades que está adquiriendo mayor relevancia en el marco de la diversificación en el seno de las explotaciones agrarias, ya que promete un excelente modelo de aprovechamiento sustentable que, bien llevado puede convertirse en



sostenible, cumpliendo con un doble propósito; aprovechar nuestros recursos naturales y desarrollar una actividad importante en el aspecto económico y social como lo es el turismo; la actividad agroturística debe fomentarse y aprovecharse dentro de los estándares de sustentabilidad; ya que no se justificaría poner en riesgo los patrimonios naturales de un país.

En la diversificación, entendida como la realización de múltiples actividades dentro de la explotación agraria con el objetivo de asegurar la viabilidad de la explotación en el tiempo y crear o mantener empleo, la familia agraria debe ser capaz de aprovechar los recursos endógenos de la explotación, generar sinergias y complementariedades entre las diversas actividades y con actores externos para producir y ofrecer unos bienes y servicios, agrarios o no, novedosos que permitan aprovechar nichos de mercado.

El agroturismo es una propuesta innovadora de turismo rural participativo, que permitirá incorporar a las familias campesinas en la actividad turística proporcionando a turistas nacionales y extranjeros vivencias diferentes a las tradicionales. Mediante esta experiencia los visitantes tendrán la posibilidad de disfrutar de la naturaleza a través de paseos por áreas agrícolas, ganaderas, además de la práctica diaria de la vida campesina.

En el proceso de transformación de la agricultura moderna el agroturismo es un componente innovador ya que produce alimentos

y servicios, preserva el medio ambiente, y salvaguarda la cultura y las características propias de la agronomía.

La razón fundamental para iniciar el agroturismo es complementar las rentas agrícolas. Este hecho no es ajeno, ya que en varios países la búsqueda de fuentes alternativas de ingresos es la razón principal del desarrollo agroturístico. Así en los países donde esta actividad se lleva a cabo la aportación de las diferentes fuentes de renta a la renta total de las explotaciones indican la importancia del agroturismo en la contribución a la misma.

Las razones económicas junto con la posibilidad de aprovechamiento de la infraestructura existente son lo que determinan la elección de este tipo de actividad. Las sinergias entre la explotación agraria y el turismo derivadas de la existencia de un espacio no aprovechado, derivan en unas bajas barreras de entrada que hacen del agroturismo una opción lógica para aquellas explotaciones que se podrían diversificar para obtener ingresos adicionales.

La prestación de servicios de alojamiento es un complemento en la actividad agroturística, éste puede variar dependiendo de la cultura de cada país, así por ejemplo en España se consideran las casas rurales, que representan viviendas turísticas vacacionales clasificadas, o de alojamiento en habitaciones de vivienda particulares clasificadas, caracterizadas por brindar servicios de alojamiento.

Las características del negocio agroturístico hacen que su impacto en la generación de puestos de trabajo asalariado no sea muy grande; sin embargo cabe señalar que gracias a este tipo de turismo la mujer tiene un trabajo remunerado ya que ella tiende a responsabilizarse de las actividades agroturísticas, haciendo innecesario la búsqueda de trabajo fuera de la explotación.

El agroturismo es una forma alternativa para incrementar los ingresos y ayudar a mejorar las condiciones de vida y económicas de las personas que lo realicen sin que esto afecte sus actividades y productos.

### **1.1.1 Evolución del agroturismo a nivel internacional**

El agroturismo ha tenido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana; debido a que éste da la oportunidad de conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo, lo cual es demandado por un extenso mercado, y al que pueden tener acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, etc). Además de participar en prácticas agrícolas y realizar actividades de turismo activo: senderismo, caballos, etc. También ha favorecido el que las personas tengan cada vez un mayor interés en buscar nuevas aventuras y diversificar sus vacaciones.

La evolución del agroturismo se ha visto presente mediante el mejoramiento en las tareas de construcción y acondicionamiento de las casas campesinas; además de diferentes programas de capacitación dirigidos a las familias con el objeto de ofrecer un mejor servicio a los visitantes.

El agroturismo es una nueva forma de promocionar los recursos naturales y agrícolas que se ha desarrollado en los continentes americano y europeo, como una alternativa para generar ingresos adicionales en las economías de estos países.

- En el caso de Perú, el considerable crecimiento turístico registrado entre 1995 – 2002 nos da una clara muestra de que la lucha por posicionar los atractivos turísticos de un país, región, ciudad, o lugar, si bien apunta cuesta arriba no es tarea imposible. En este periodo se logró incrementar el ingreso de turistas de 500.000 a 1'000.000.

El sector turismo es una de las mejores alternativas para propiciar el desarrollo de Perú; para esto debemos tomar en consideración, que las zonas de la sierra son el principal atractivo para desarrollar el agroturismo en este país, debido a la abundancia de sus recursos naturales y turísticos de todo tipo, como montañas nevadas, hermosas lagunas, bosques o montes naturales, etc.; por lo que el desarrollo de los mismos puede tener un rol trascendental en la elevación del nivel social y de vida de la población que habita en dicha zona, al posibilitar que



estas se conviertan en receptoras potenciales de recursos económicos importantes provenientes de la actividad turística, especialmente del agroturismo participativo.

Justamente, el agroturismo constituye el principal medio para propiciar, a través de los viajes al interior de Perú y la estadía en las casas albergue campesinas el acercamiento y conocimiento de los pueblos, de sus problemas y posibilidades, especialmente en el medio rural, y también en el urbano. Acciones de este tipo permiten que el visitante se compenetre con la realidad de las zonas marginadas e incluso éste llegue a sensibilizarse con sus problemas, originando situaciones de mayor entendimiento y mejor comprensión de nuestra sociedad, facilitando el desarrollo sustentable de la región.

Adicionalmente del agroturismo participativo, también conocido como agroturismo rural, se obtiene una integración social, lo que implica unión entre los habitantes de la región y los turistas, y dicha unión solo puede materializarse con el conocimiento profundo entre estos dos grupos de sus costumbres, inquietudes y necesidades. Por lo tanto podemos observar que la conservación de los recursos naturales en este país es indispensable ya que genera una oportunidad para mejorar su economía nacional y además poder dar a conocer su región a nivel internacional.



El desarrollo del agroturismo en Perú ha generado resultados como: integración del campesino agricultor en el turismo rural participativo, obteniendo ingresos económicos por los servicios prestados; participación del turista en las actividades cotidianas de manejo y conservación de la chacra incluyendo el acondicionamiento de la casa campesina, su huerta, sus cultivos y crianzas; desarrollo de una cultura campesina peruana, especialmente fortaleciendo la identidad mediante el conocimiento de su cultura, sus cultivos andinos, su fauna, su clima, sus testimonios arqueológicos, sus paisajes, y sus diversos accidentes geográficos, lo que enseñará participativamente en las visitas con el turista; finalmente capacitando al campesino alberguista para mejorar la calidad en la atención al turista.

- España es otro país que ha desarrollado ampliamente la actividad agroturística. En los años 60, en este país, las zonas comprendidas por la denominada agricultura marginal corrían el peligro de desplomarse; sin embargo existía la posibilidad de mantener las pequeñas explotaciones ya existentes, puesto que además de producir sus alimentos, estaban dotadas de paisajes y del espacio rural.

Europa es un continente, en el cual su economía se encuentra estrechamente relacionada a la agricultura familiar, por lo que el agroturismo juega un papel decisivo dentro de ésta.

En 1988 el Gobierno Vasco publicó un decreto en el que se recoge la posibilidad de acceder a ayudas a propietarios de explotaciones que quieran complementar sus actividades con la turística. Poniéndose en marcha una acción conjunta del Gobierno Vasco y las tres diputaciones forales del programa de agroturismo.

Este programa permitía a los propietarios de viviendas rurales ofrecer servicios de alojamiento, teniendo que reunir unas condiciones mínimas de habitabilidad y con una capacidad mínima de dos habitaciones y máxima de seis. Ofreciendo servicio mínimo de alojamiento y desayuno pudiéndose ampliar dicha oferta si el propietario así lo desea.

Durante el periodo 1988 –1989, este fenómeno se hace presente en España y se decide lanzar una campaña de promoción con dos objetivos:

- 1) Dar a conocer a los habitantes esta modalidad turística.
- 2) Poner en manos del público potencial la oferta existente.

Debido a que el agroturismo es un producto novedoso, además de ser uno de los pilares en base al cual las zonas de agricultura de montaña podían salir adelante y despejar un futuro incierto, existía un gran proteccionismo por parte de la administración. Por esta razón se comenzaron a ofrecer diferentes folletos en los que

se encontraban información referente al alojamiento en el medio rural.

Entre los beneficios obtenidos del agroturismo se puede destacar aspectos relacionados a: la rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural; la reactivación de la economía local; la comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos; la dignificación del papel del agricultor en la sociedad, intercambio cultural urbano; transmisión real, objetiva, natural de la realidad socio-política-cultural de la sociedad vasca; y finalmente el reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural.

La relación entre el agroturismo y la mujer representa múltiples ventajas, debido a que sin la presencia de ésta los visitantes no tendrían la oportunidad de disfrutar de la gastronomía de la región.

Sin embargo existe un histórico problema aún por solucionar que es la falta de equiparación de la situación de la mujer en el caserío con el estatus de trabajador, dado lo cual, y a falta de una ley reguladora, por lo general no se la considera más que una ayudante del titular. Son muy pocas las mujeres que ostentan la titularidad del caserío y gozan de derechos sociales reconocidos.

Como consecuencia de las citadas circunstancias, la mujer se ve rodeada de dificultades a la hora de encontrar su lugar en el caserío. Es importante mencionar que en muchos casos la actividad agroturística ha ayudado a la mujer a superar estos problemas, habiéndole permitido encontrar su sitio en el caserío.

Lo que en todo caso resulta evidente es que, por una vez, la mujer se siente recompensada por el trabajo realizado, tanto por lo que aporta a su economía, como por la gratitud que manifiesta la clientela; lo cual representa un importantísimo factor que fomenta su autoestima y la anima a seguir adelante, especialmente cuando la agricultura ha sido durante tantos años un ámbito menospreciado.

Otro aspecto que se debe cultivar, es el de la formación. Este surge de la necesidad de ofrecer un mejor servicio a los visitantes del caserío.

Es ya tradicional la hospitalidad vasca de acoger al visitante como si se tratara de un miembro más de la familia, y procurar que se sienta más que en un hostal, en su propia casa.

Es obvio que el agroturismo no es un hotel. Sino más bien se trata de enseñar y compartir lo mejor que existe en España: la geografía, los bellos parajes, la gastronomía, la historia, las costumbres, todo cuanto tenga un interés artístico o arqueológico; es decir su propia cultura e identidad.

Un ejemplo de las fincas rurales y hoteles de agroturismo presentes en España es la Finca C'an Penya, la que da la posibilidad de gozar del silencio y la paz de la naturaleza y de conocer la vida rural de ésta. Esta finca fue edificada hace más de 300 años, está situada entre el pueblo de Soler y su puerto y se encuentra rodeada de gigantescas montañas, flores y limoneros.

### **1.1.2 Características de los servicios agroturísticos y complementarios**

El turismo es una industria como todas con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas y más bien su mayor fortaleza es mantener y proveer el ambiente en que se desarrolla.

El turismo es una actividad esencial de la vida de las naciones para los sectores sociales, culturales, educativos, y económicos, de las sociedades nacionales, y para las relaciones internacionales.

La misma se puede convertir en una actividad exportadora de servicios que mayor ganancia genere en un país, si bien es administrada y explotada; además de que el turismo en sí genera todo un efecto multiplicador en el aparato productivo, ya que permite desarrollo y empleo en diversas actividades, es decir que estimula para que se de un encadenamiento intersectorial para inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

Una nueva alternativa a considerar en el sector turismo, podría ser el proceso de transformación de la agricultura moderna, denominado agroturismo, el cual representa un componente realmente innovador. Este debidamente organizado puede representar una opción para lograr la diversificación de la actividad sectorial.

Entre las actividades generadas por el agroturismo tenemos:

- Servicios de diversión
- Servicios de hospedaje
- Servicio de transporte para los visitantes
- Servicios culturales
- Servicios complementarios, como información

Los servicios de diversión permitirán a los turistas la posibilidad de aprovechar los atractivos turísticos

presentes en los lugares destinados a las actividades agroturísticas.

Para esto en cada casa campesina se ofrece un calendario de actividades agrícolas, pecuarias, y forestales en las que el turista puede participar. Además éste puede disfrutar de las rutas y recorridos turísticos que se encuentran establecidos para cada localidad, para lo cual el turista deberá coordinar con la persona de la familia que servirá de guía.

Los servicios de hospedaje toman lugar dentro de la localidad campesina, en la cual los visitantes tienen acceso a una habitación o un compartimiento de la casa campesina, el que tiene un acceso independiente al exterior de la casa. Este lugar estará provisto de una cama debidamente acondicionada con una mesa de noche y una silla.

El aprovechamiento del propio edificio reduce los costes de entrada en la actividad agroturística y constituye uno de los principales beneficios para que los agricultores adopten este tipo de alojamiento.

Adicionalmente la familia ofrece alimentación típica, es decir la comida que el campesino consume cotidianamente pero servido en un ambiente apropiado.

Ofreciendo además, otros productos como: gaseosas, galletas, chocolates, caramelos, frutas de la zona, huevos de corral, y bebidas calientes (café, té y plantas aromáticas); esto se hace con la finalidad de que el visitante se sienta a gusto y en un ambiente familiar.

En lo referente al servicio de transporte las haciendas o localidades mantendrán a disposición de los turistas un vehículo que los pueda trasladar dentro y fuera de la hacienda.

Entre los servicios complementarios brindados, a los visitantes se les dará folletos turísticos acerca de la zona, además de postales y artesanías, los cuales serán vendidos a un precio de mercado.

Para la oferta de servicios agroturísticos es importante destacar que es lo que ofrece la familia campesina al agroturista; entre los que podemos citar:

- Tratar con respeto y amabilidad al turista
- Tratar de dar respuesta a todas las interrogantes que se presenten hasta donde sea posible.
- Cumplir en lo posible con el horario establecido en el calendario de actividades.



- Coordinar con el turista sobre el tipo de comidas a servirse, teniendo en cuenta que el campesino ofrece lo que consume.
- Respetar la intimidad y los objetos del turista.

Asimismo el turista deberá comportarse en una forma adecuada con la familia campesina alberguista, primordialmente siendo respetuoso con sus costumbres, su cultura, su vestido, y su idioma. Además este debe ser responsable, cancelando oportunamente los servicios recibidos.

Finalmente es fundamental recordar que un turista bien atendido se convertirá en su mejor campaña publicitaria y atraerá una mayor cantidad de turistas, siendo el más beneficiado en este caso las familias campesinas.

## **1.2 Estación Experimental Tropical "Pichilingue"**

La investigación agrícola surge a partir del año 1942. En este año los gobiernos del Ecuador y los Estados Unidos firman un convenio de entendimiento que estipulaba entre otras cosas, la creación de la Estación Experimental Agrícola del Ecuador como la institución idónea para organizar la investigación agrícola en todo el país sobre la base de un personal técnico especializado.

En Enero de 1963 la Estación Experimental Tropical Pichilingue es transferida al Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), institución creada en 1959 y que tenía el mandato legal para conducir la investigación agropecuaria que el país requería para su desarrollo.

La Estación Experimental Pichilingue en un principio, puso especial énfasis en los cultivos de cacao, café, maíz, leguminosas de grano, y pastos. Se puede decir que en esta etapa se formó el primer gran contingente nacional de investigadores agropecuarios.

En el año de 1976 gracias a un préstamo concedido por el Banco Interamericano de Desarrollo al Gobierno Nacional se pudo mejorar esta infraestructura, que en un principio fue muy limitada. Se decide la construcción de 15 mil metros cuadrados de modernos y funcionales edificios para albergar oficinas, laboratorios, bibliotecas, invernaderos, auditorios, carpintería, comedor, casino, y nuevas villas para técnicos casados.

Actualmente laboran en la estación un total de 27 ingenieros agrónomos, varios de ellos con prolongada experiencia, alto nivel académico, y con títulos y entrenamiento de post-grado en Estados Unidos, Brasil, México, Inglaterra, y Costa Rica. También hay 15 agrónomos y 65 empleados administrativos quienes con mucha dedicación colaboran para mantener el prestigio que desde hace 60

años ha mantenido esta institución de investigaciones agrícolas en el Ecuador.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue mantiene convenios de cooperación técnica – financiera con instituciones nacionales e internacionales como: PROTECA, FUNDAGRO, Programa Nacional del Banano, Programa Nacional de Cacao, Bolsa de Productos, ECUAVEGETAL, CENACA, AGRIPAC, Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ), Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC), Instituto del Fósforo y Potasio de los Estados Unidos (PPI), Universidad de Florida, ACRI, CUANAIBTA, entre otras.

El objetivo fundamental de la Estación Experimental Tropical Pichilingue es generar, validar, y transferir tecnologías apropiadas para mejorar la producción y productividad agropecuaria, en el marco de un uso racional de los recursos naturales y la protección del medio ambiente.

Entre los servicios que ofrece esta Estación Experimental podemos citar:

- Venta de semilla certificada de maíz y soya.
- Venta de plantas de cacao y café.
- Procesamiento de semillas de maíz, soya y arroz.
- Análisis de suelos y tejidos vegetales: interpretación y recomendaciones.

- **Análisis e identificación de patógenos que causan enfermedades y daños a los cultivos: insectos, hongos, bacterias, virus, nematodos; recomendaciones para su control.**
- **Cursos de capacitación de tecnología agropecuaria.**

En el actual escenario donde la Estación Experimental Tropical Pichilingue desarrolla sus actividades, tiene importantes ventajas competitivas con relación a otros centros de investigación existentes en la región, sin embargo es primordial que exista una permanencia de la concepción de que la competencia se la debe enfrentar dando respuestas efectivas y oportunas a los demandantes de tecnología agropecuaria, ofertando siempre productos y servicios de calidad.

### **1.2.1 Espacio Físico**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue, en términos geomorfológicos, es una deformación formada por la cordillera andina y costera que se llenó de sedimentos durante el periodo cuaternario. Posteriormente estos sedimentos fueron cubiertos particularmente por cenizas de diferentes edades. Este material al sufrir los efectos modificadores del ambiente dio lugar a un grupo de suelo que se ubican dentro del orden Andosoles.

La ceniza volcánica depositada recientemente han dado origen a uno de los mejores suelos del país como los de la zona de Quevedo. Estos se ubican alrededor de la Estación Experimental Tropical Pichilingue y se extiende hacia el norte y el noreste. Tienen buena fertilidad. Son de textura franca con buena capacidad de retención del agua y no representan restricciones de drenaje.

- **Ubicación**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue cuenta con una superficie de 1110 hectáreas y se encuentra ubicada en el Km. 5 de la vía Quevedo – El Empalme. Su área de influencia abarca la parte media alta de la cuenca del Río Guayas, incluyendo extensas zonas tropicales y subtropicales de las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabi, Pichincha, Cotopaxi, Bolívar.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue está limitada al norte por un ramal secundario de la cordillera de Los Andes que separa la cuenca del río Guayas del río Esmeraldas. Al sur como límite está la línea de transición fisiográfica entre las colinas de origen volcánico y las planicies aluviales de la parte baja de la cuenca del Guayas. Al este, limita con las estribaciones de la cordillera de Los Andes y al oeste por los cerros Puca-Balzar, que son parte de la cordillera costera.

Geográficamente se localiza en las coordenadas 79°10' y 79°30' de longitud occidental y de 0°15' a 0°30' de latitud sur.

La temperatura media actual oscila entre 22.1 a 24.5° C, registrándose los promedios más bajos hacia el norte y este. La precipitación promedio anual se halla en el rango de 2.000 a 3.000 mm. Los promedios más altos de precipitación se hallan al norte y noreste de la zona de Quevedo.

La precipitación es altamente estacional, pues el 90% de la misma tiende a recibirse en el primer cuatrimestre del año. La humedad relativa es de 85% en la zona de Quevedo.

Finalmente la radiación total influye notablemente en el desempeño agrícola.

- **Recursos Naturales**

La Provincia de los Ríos, se caracteriza por sus exuberantes selvas y bosques que proporcionan diferentes especies de maderas, las cuales son utilizadas en la construcción, ebanistería, mueblería; además posee una importante cantidad de ganado vacuno. La explotación de la flora y la fauna en la provincia es intensa, y ésta lleva consigo algunos riesgos de carácter ecológico.

De acuerdo a las características presentes en la región, en la mayor parte del área de influencia, predomina la formación de bosque húmedo tropical; aunque hacia el oeste (Empalme, Balzar, Pichincha), se muestra la transición hacia el bosque seco tropical.

En las zonas, donde un mayor grado de humedad, predominan especies vegetales como: Flor de Mayo (*Brownea austifolia*), Moral Fino (*Chlorofora tintora*), Jagua (*Genipa caruto*), Moral Bobo (*Claricia Racemosa*), Caoba (*Platyriscium pinnatum*), Pambil (*Iriartea corneto*), Chontaduro (*Guilleima gasipaes*), Balsa (*Ochroma lagopus*), Laurel (*Cordia allodora*), entre otros.

A lo largo de los ríos o formando parte de los bosques se encuentra la Guadúa (*Guadúa angustifolia*), Platanillo (*Heliconia* sp) y Chileo (*Vermonia bacharoides*), entre otras especies. En las áreas menos húmedas se encuentran especies como Fernán Sánchez (*Triparis guyaquilencis*), Amarillo (*Centrolobium patinesis*), Cedro Colorado (*Ócotea* sp.) y madera negra (*Tabebula ecuadorensis*).

La Estación Experimental Pichilingue ubicada la provincia de Los Ríos, es una zona que tiene una relevante aptitud para la producción ganadera y cultivos como: palma africana, caucho, banano, plátano, cítricos, cacao, café, pastos, arroz, maíz, soya, yuca, gandul. En áreas con topografía más irregular, las

condiciones se presentan para la explotación forestal de especies como: teca, pachaco, laurel, amarillo, guayacán, balsa, entre otras.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue cuenta con una colección de 122 especies frutales, tanto nativas como exóticas; lo cual representa un factor esencial para un desarrollo futuro en la fruticultura tropical y el sector agroindustrial.



Adicionalmente la existencia de cultivos no tradicionales como: jengibre, macadamia, flores tropicales, palmito, maracuyá, mangos y otros, es cada vez más importante en el área de influencia de la Estación Experimental Tropical Pichilingue. El creciente incremento de las áreas sembradas con teca (*Tectona grandis*), en las zonas menos húmedas; y pachaco (*Schylozoblum* sp.) en las zonas más húmedas; pueden ser la base para el resurgimiento forestal en la costa ecuatoriana, particularmente, en la provincia de Los Ríos. Con estos datos, podemos observar la importancia económica del área de influencia de la Estación Experimental Tropical Pichilingue.



Acerca de las plantaciones de cacao, la provincia de Los Ríos, es decir, el área de influencia de la Estación, cuenta con unas 150.000 hectáreas destinadas para este tipo de cultivo, que producen alrededor de 35.000 TM; cuya exportación genera el 40% de las divisas totales que ingresan al país por las ventas de este producto.





También resulta interesante conocer, que la Estación Experimental Tropical Pichilingue cuenta con la tercera colección más numerosa de todo el mundo, con aproximadamente 1.400 materiales. En la actualidad ésta ha logrado obtener 8 clones y 8 híbridos con padres del tipo de cacao conocido como "Nacional"; los cuales conservan sus características de cacao fino de aroma.

Se cuenta, además con un banco de germoplasma de cacao de tipo Nacional, colectado en varias zonas productoras del país; así como de otros tipos de cacao. Se ha desarrollado innovadora tecnología con el objetivo principal de eliminar las enfermedades que atacan a las plantaciones de cacao en forma regular como son la escoba de Bruja y Moniliasis. Esta tecnología puede ser aplicada en las nuevas plantaciones o en aquellas de avanzada edad y de gran altura, partiendo de una reducción de la copa del árbol o de la rehabilitación de las plantaciones.

En lo referente a los cultivos de café; un 40 % de la superficie cafetalera del país se encuentra ubicada en el área de influencia. Se cultivan dos tipos *Coffea arabica* y *Coffea canephora*.

En café se disponen de una colección de 266 materiales, los cuales han sido introducidos de diversos países.

Entre los aportes que ha realizado la Estación Experimental Pichilingue al sector agropecuario; se menciona la introducción de cultivos que no son tradicionales como es el caso de la soya. Se han desarrollado las variedades INIAP-302, INIAP-303 e INIAP-304, que se han constituido en una buena alternativa de rotación con el cultivo de maíz; especialmente en la época de verano; en donde el rendimiento supera los 2.5 TM/ha con un óptimo manejo agronómico.

El 85 % de la producción nacional de soya, que representa aproximadamente unas 70.000 hectáreas, se cultivan en el área de influencia de la Estación.

Otras plantaciones que tienen relevancia en la Estación Experimental Tropical Pichilingue son las de maíz, ya que en el área de influencia se cultiva alrededor del 90% de la superficie dedicada al cultivo de maíz en el litoral ecuatoriano.

Finalmente se produce en la zona un 8% de la producción nacional de arroz, en unas 15.000 hectáreas; así como el 75% de la producción nacional de cítricos como diferentes variedades de naranjas, limones, mandarinas e injertos entre éstas.

En lo relacionado a la ganadería y los pastos, la zona de influencia dispone de un aproximado de 100.000 hectáreas de pastizales; en las cuales se encuentran distribuidas 35 especies de pastos entre gramíneas y leguminosas forrajeras, y se está

produciendo pies de crías del grupo racial 5/ 8 Holstein+ 3/8 Brahman apto para la producción de carne y de leche en el trópico húmedo.

Además de las plantaciones de diversos tipos y ganadería mencionadas, esta Estación posee algunos riachuelos, donde se pueden observar pequeñas especies de peces. Es importante destacar también que este lugar prolifera una abundante variedad de insectos y algunos reptiles; los cuales habitan específicamente en donde existe una inmensa cantidad de vegetación.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue, es un área dotada de una gran variedad de recursos naturales, los cuales además de ser utilizados con el objeto de estudiarlos, también pueden de servir para recreación.

- **Recursos Físicos**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue fue creada hace exactamente 60 años. Los primeros trabajos llevados a cabo en ésta, estuvieron orientados principalmente a cultivos agrícolas, período que sirvió de formación para la existencia de los primeros investigadores agropecuarios.

En el desarrollo de la infraestructura, así como de las tecnologías presentes en la Estación Experimental Tropical Pichilingue, han jugado un papel fundamental los recursos económicos que han sido aportados tanto por instituciones nacionales como internacionales, entre ellas se encuentran las siguientes: Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ), la Junta del acuerdo de Cartagena (JUNAC), el Programa de Desarrollo Tecnológico Agropecuario (PROTECA), la Fundación para el Desarrollo Agropecuario (FUNDAGRO), los Programas Nacionales del Ministerio de Agricultura y Ganadería, la Universidad de Florida.

En sus inicios la Estación Experimental Pichilingue contaba con una infraestructura, que simplemente consistía en un edificio para oficinas y laboratorio, viveros para la propagación de plantas, cinco casas de empleados, cuatro villas de técnicos, una casa de huéspedes para visitantes, enfermería, escuela, plantas de luz eléctrica, carpintería, mecánica, y otras facilidades. Sin embargo con el pasar del tiempo esta infraestructura se fue deteriorando en forma notable.

Posteriormente con el apoyo económico concedido por el Banco Interamericano de Desarrollo al Gobierno Nacional, se pudo construir la infraestructura de laboratorios, talleres, oficinas, bibliotecas, invernaderos y centro de capacitación, lo que le dio la oportunidad de constituirse en un centro muy importante para el desarrollo agropecuario del litoral ecuatoriano.

Actualmente la Estación Experimental Tropical Pichilingue dispone de una relevante infraestructura física, la cual se ha ido mejorando constantemente. En ésta existen 16 oficinas, en donde se desarrollan las actividades de los diferentes programas de los cultivos establecidos en el área y departamentos; entre ellos:

1. Programa Nacional de Cacao/ Café; que promueve la sostenibilidad ecológica, estabilidad agronómica y competitividad económica de los sistemas de producción basados en cacao y café.
2. Programa de Ganadería Bovina y pastos; que es el encargado de fomentar la ganadería, mediante la aplicación de alternativas en el manejo de pastizales y ganado bovino para mejorar la calidad del forraje de la buena calidad.
3. Programa de Maíz; el cual tiene como misión el mejoramiento genético-agronómico de matices tropicales para el bienestar del hombre y su entorno.
4. Departamento Nacional de Protección Vegetal; el cual resuelve los problemas fitosanitarios, para poder lograr una agricultura de precisión.

5. Departamento Nacional de Manejo de Suelos y Aguas; el cual se encarga de la determinación de metales contaminantes en cultivos de exportación y su repercusión sobre la calidad de los mismos.
  
6. Departamento de Recursos Fitogenéticos; el cual realiza esfuerzos a nivel nacional para evitar la erosión genética y cultural de numerosas especies, las cuales se encuentran en peligro de extinción mediante la colecta, conservación, manejo integral y uso sostenible de la diversidad agrícola del país, utilizando diversas estrategias.
  
7. Departamento de Apoyo Técnico y Capacitación; es el encargado de liderar el proceso de validación y transferencia de tecnologías agropecuarias, generadas a nivel experimental y aplicarlo con criterios de sostenibilidad en fincas de productores.
  
8. Departamento de Producción de Semillas; que suministra a los agricultores semillas y material vegetativo de calidad; con el fin de incrementar los niveles de producción en el litoral ecuatoriano.

También se encuentra incluido en éstas oficinas una Unidad de Documentación (encargada de satisfacer las necesidades de información bibliográfica); la Dirección y

Secretaría General; la Administración y Tesorería. Además es importante recalcar que para la realización de las diferentes investigaciones agropecuarias, existen algunos laboratorios, en donde se evalúan las muestras tomadas de los cultivos.

Lo mencionado anteriormente, implica la infraestructura para llevar a cabo los estudios relacionados con las plantaciones. Pero, adicionalmente en la Estación Experimental Tropical Pichilingue encontramos algunos servicios complementarios como: 22 casas, que se encuentran disponibles para los ingenieros agrónomos que laboran en la estación y que desean habitar en ellas con sus familias; un comedor, una casa de huéspedes, un casino; una carpintería, y una mecánica. De igual manera podemos observar algunos lugares que pueden servir para la recreación y el esparcimiento como por ejemplo: un parque infantil; canchas de básquet, fútbol, tenis e indor; y dos piscinas que en la actualidad no se encuentran en un buen estado para ser utilizadas, pero existe la posibilidad de rehabilitarlas, cuando se cuente con el presupuesto necesario para hacerlo.

Por último en la Estación Pichilingue también encontramos un área destinada a la ganadería; en este sitio se ordeñan vacas y se mantienen algunos caballos los cuales son empleados por los trabajadores de este lugar para moverse. Por lo tanto, observamos que la Estación Experimental Tropical Pichilingue posee abundantes recursos físicos.

### **1.2.2 Servicios Básicos**

Los Servicios Básicos, son un recurso de suma importancia en la infraestructura de cualquier proyecto, o edificación que se encuentre en regular funcionamiento; debido a que si se existe carencia de éstos, o éstos no se encuentran en óptimo estado; van a causar perjuicios en el proceso productivo.

Resulta conveniente mantener una ventaja competitiva en lo referente a éstos servicios; mejorando la productividad de las áreas de viabilidad , seguridad, medios de transporte, energía y telecomunicaciones; para lo cual resulta muy útil capacitar al recurso humano. Esto, brindará una alternativa clave contra nuestros competidores en el mercado.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue dispone de los servicios básicos necesarios, para un buen funcionamiento. En últimos años, se ha implementado el servicio de Internet; el cual ha pasado a ser uno de los prioritarios, debido a que mediante éste se llevan a cabo las respectivas comunicaciones con diferentes convenios que mantiene la Estación con el exterior.



- **Viabilidad**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue, se encuentra situada, a unos kilómetros del cantón Quevedo, que es el corazón comercial de la zona de la provincia de Los Ríos. Pichilingue en el centro de la cuenca media y alta del Guayas, es una de las zonas de mayor desarrollo agrícola; lo que le ofrece una gama de oportunidades.

Para tener acceso a la Estación Pichilingue, las personas, primeramente deberán ubicar la ciudad de Quevedo, la cual se localiza en el centro del litoral ecuatoriano, en la Provincia de Los Ríos. Quevedo se ubica exactamente a 2 horas y 30 minutos de la ciudad de Guayaquil; y a 4 horas de la ciudad de Quito. Por ambas rutas, las carreteras permanecen en un buen estado para ser transitadas; sin embargo en el caso de la ruta Quito-Quevedo, existe el riesgo de las curvas y la neblina; que en ocasiones dificultan la visibilidad.

Entonces las personas, que ya ubiquen la ciudad de Quevedo, podrán dirigirse en la vía El Empalme, hasta el Km 5; donde se encuentra establecida la Estación Experimental Tropical Pichilingue (en el lado izquierdo). De igual manera, en este lapso de camino, la condición de la vía es apropiada para la

movilización de cualquier clase de vehículos, debido a que ésta se mantiene pavimentada y sin grandes baches.

Cuando se arribe a la Estación, los visitantes en primera instancia encontrarán una garita, con el respectivo personal de seguridad; quienes pedirán sus identificaciones, para posteriormente permitir el ingreso a la Estación.

Por un camino lastrado en regular estado, se llega en un periodo de 5 minutos a las oficinas del área administrativas y demás departamentos; donde inician las 1.110 hectáreas de la Estación Experimental Tropical Pichilingue. Toda la vía que prosigue en el recorrido, se encuentra en buenas condiciones.

- **Medios de Transporte**

Debido a que la Estación Experimental Tropical Pichilingue se encuentra ubicada en la vía Quevedo - El Empalme, las empresas de transporte interprovincial pueden trasladar a las personas a este sitio; entre estas cooperativas tenemos: "TIA" y "SUCRE", las cuales operan en la ruta Quevedo – Guayaquil – Quevedo; también las empresas "CITAR" y "BUENA FE" recorren la ruta Quevedo –El Empalme – Quevedo;

y la cooperativa “Reales Tamarindos” recorre en varios turnos diarios la ruta Quevedo – Portoviejo y viceversa.

La cooperativa de transporte intercantonal “Flor de Los Ríos” traslada a las personas desde Quevedo hasta Mocache, y viceversa.

En la ciudad de Quevedo existen dos cooperativas de transporte urbano que movilizan a las personas hasta la Estación; estas son: Selectivo (Línea 3), y Cooperativa de transporte Eloy Alfaro (Línea 3)

- **Energía y Telecomunicaciones**

El servicio de energía eléctrica para la Estación Experimental Tropical Pichilingue es provisto por EMELGUR (Empresa Eléctrica Regional Guayas - Los Ríos). Además de existir energía en oficinas, casas de empleados, y casa de huéspedes; existen lámparas que alumbran desde la entrada principal hasta las instalaciones del área administrativa.

Los servicios básicos de comunicación como teléfono, y fax tienen un funcionamiento deficiente en la Estación; esto se debe a la mala calidad del servicio telefónico y la escasez de líneas. Para solucionar este problema se deben intensificar las

gestiones para la adquisición de nuevas líneas telefónicas con el fin de que la estación tenga acceso a una comunicación más fluida y con fácil acceso a información local e internacional.

Ya que la tecnología y la comunicación cada día son más importantes en el mundo, la Estación cuenta con servicio de Internet en todos los departamentos administrativos para que los investigadores estén al día con el acontecer y las nuevas tendencias en el área agrícola y además mantengan contacto con los diferentes organismos nacionales e internacionales que brindan apoyo financiero y científico para el desarrollo de nuevas tecnologías en el aspecto agropecuario.

Sin embargo, la Estación Experimental Tropical Pichilingue en la actualidad no cuenta con su propia página web en la cual pueda mostrar los beneficios que brinda, y así ampliar su difusión tanto a nivel nacional como internacional. De esta forma los resultados de las investigaciones no se han difundido de la manera en que se necesita para afianzar la credibilidad institucional, así mismo no se informa oportunamente al sector productivo de las actividades de investigación que se realiza ni de los productos y servicios tecnológicos que dispone.

- **Seguridad**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue contrata los servicios de la compañía EXVISEG (Expertos en Vigilancia y Seguridad) de la ciudad de Guayaquil, para precautelar la seguridad de la institución y de las personas que en ella habitan, convirtiéndose en un sitio seguro ya que para ingresar a la institución es necesario identificarse, mencionar el departamento y/o persona que se va a visitar y la razón de la visita.



La institución tiene contrato con esta compañía por el período de dos años, existiendo una cláusula en la cual la Estación puede disolver dicho contrato si EXVISEG no cumple con las normas de seguridad estipuladas.



Para mantener la seguridad de la Estación la compañía EXVISEG establece dos turnos diarios de doce horas cada uno, en los cuales dos guardias se encargan de vigilar la institución y evitar cualquier acto delictivo en la misma. Las personas encargadas de la seguridad de la estación son cambiadas cada tres semanas por principios de la empresa EXVISEG.

Cada dos años la Estación Experimental Tropical Pichilingue contrata los servicios de una compañía de seguridad o renueva el contrato con la que en ese momento esté trabajando para la Estación, esta elección se hace en base a las necesidades de la institución y los beneficios que cada una de las compañías oferte.



## **II. ANÁLISIS DE MERCADO**

### **2.1 Objetivos del Estudio de Mercado**

Según Sapag, uno de los factores mas críticos en la realización del proyecto, es la determinación de su mercado, debido a que se define la cuantía de la demanda e ingresos de operación, como los costos e inversiones.

Los objetivos planteados para llevar a cabo el estudio de mercado son los siguientes:

- Determinar el interés de los clientes potenciales para experimentar una nueva forma de turismo; en el cual puedan interactuar con el campo, conocida con el nombre de agroturismo.
- Identificar las actividades de carácter agrícola, que les gustaría realizar a las personas que asistan al complejo agroturístico.
- Establecer los servicios adicionales que preferirían los posibles visitantes; con la finalidad de ser implementados en la Estación Experimental Tropical Pichilingue.

- Conocer los factores que los clientes tendrían en consideración, al momento de tomar la decisión de visitar un destino agroturístico.
- Identificar cual sería la disposición a pagar por parte de los visitantes, por los servicios que pueda recibir.
- Determinar cuales serían los medios de comunicación más adecuados para promocionar el destino agroturístico (Estación Experimental Tropical Pichilingue)

## **2.2 Análisis del Sector Turístico**

El Ecuador representa un país con una vasta riqueza. Hace mas de veinte años cuando una comisión de la AID (Agency for International Development) hizo una evaluación de las posibilidades de desarrollo concluyó que el Ecuador era uno de los mejores secretos guardados del mundo. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con aproximadamente 1.640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otros. Es por eso que el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. La mayor parte de su flora y su fauna vive en 26 áreas protegidas por el Estado.

Así mismo este país posee una amplia gama de culturas. En sus tres regiones continentales conviven 13 nacionalidades indígenas. Los pueblos Quichua del Oriente, Huaorani, Ashuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwar, y Záparo, están en la Amazonía. En los Andes, están los Quichuas de la Sierra con sus coloridos pueblos como los Cañaris o Saraguros. La Costa en cambio, alberga a los AWA, Chachis, Cayapas, Tsáchilas, y Huancavilcas. Y en las urbes, viven principalmente los mestizos, blancos, y afroecuatorianos.

El idioma oficial es el castellano, pero existen otras lenguas que son habladas por las diferentes tribus mencionadas.

El sector turístico en el Ecuador constituye el tercer rubro generador de ingresos en la economía, sin embargo el flujo de visitantes es muy inferior al que debería llegar.

En el 2002 según el Ministerio de Turismo, ingresaron 600 mil turistas que generaron divisas por 540 millones de dólares, esta cifra no ha sido halagadora debido a que es relativamente inferior comparada con la de otros países de menor potencial. Tal es el caso de Costa Rica, Cuba, República Dominicana, que recibieron entre 1 y 2 millones de visitantes. Es importante destacar que los países mencionados poseen menos biodiversidad que la de Ecuador, menos comunidades con costumbres atractivas, menor riqueza paisajística, gastronómica, arquitectónica, y cultural.



Las ventajas presentes en el Ecuador son enormes, muestra de ello es que la Organización Mundial del Turismo colocó a nuestro país entre los 17 países mega diversos en términos ecológicos. La tasa de crecimiento anual del turismo ecuatoriano es del 6%, mientras que la del Perú crece al 15%.

El principal obstáculo para el desarrollo turístico es la ausencia de promoción, a esta se suma una serie de desventajas como por ejemplo la inseguridad ciudadana y jurídica, falta de infraestructura, el nivel de calificación del recurso humano, y algunos rezagos que permanecen en la mente del consumidor internacional como el derrame de combustible del buque Jessica en Galápagos. En los aspectos coyunturales pesa el tema del Plan Colombia y el Conflicto con Irak. El turismo receptivo es muy sensible a estas situaciones de inestabilidad e inseguridad, por lo que es necesario contrarrestar la imagen negativa que los visitantes tienen acerca del Ecuador.

Una forma alternativa para crear atributos competitivos sería el desarrollo de una política aeronáutica, el impulso de obras de infraestructura, innovación, y un servicio de calidad. Adicionalmente es importante fomentar la educación en el ámbito turístico y la formación del recurso humano. Sin embargo el tema clave en el sector turístico es la promoción, en este aspecto se encuentra la verdadera estrategia global.

### **2.2.1 Ambiente Macro**

La estratégica ubicación del Ecuador ha generado intereses en muchos inversionistas y empresarios que se han dado cita en nuestro país durante los últimos años.

El turismo constituye uno de los fenómenos sociales y económicos más importantes en el desarrollo de la economía ecuatoriana, debido a que mejora su situación en la balanza de pagos, generar empleos, y ayudar a una mayor capacitación de ingresos públicos, es decir, puede contribuir en gran medida a la solución de problemas sociales y económicos que afectan actualmente al desarrollo del país.

#### **2.2.1.1. Tendencias económicas, sociales y culturales que afectan al sector**

Las perspectivas del crecimiento del sector turístico estarían en la media mundial del 5%. Para esto el Ministerio de Turismo tiene planeado la promoción del país en su conjunto, para lo cual se utilizará como ejes principales sitios de interés. Además se ha considerado la definición de segmentos de mercado específicos

como el ecoturismo y el agroturismo, los cuales son muy atractivos tanto en Europa como en Estados Unidos.

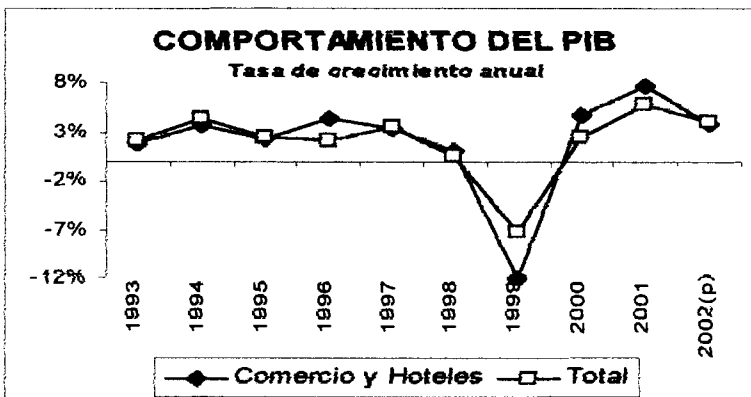
A partir del proceso de dolarización, la estabilidad política y económica ha beneficiado al turismo. Sin embargo, a nivel regional, el crecimiento de los precios internos podría afectar el flujo de turistas.

El efecto multiplicador del turismo es muy importante, ya que al crecer el sector se estimula el consumo dinamizando otras actividades económicas.

A continuación detallamos las variables en las cuales el turismo juega un papel muy importante para el desarrollo del Ecuador.

- **Producto Interno Bruto**

**Figura No. 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO**



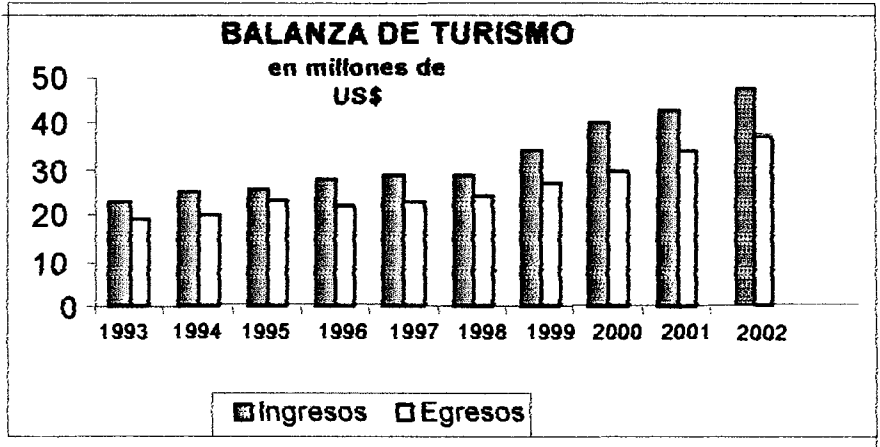
Fuente: Banco Central del Ecuador.

En los últimos diez años, las actividades relacionadas al comercio especialmente las operaciones turísticas se han visto notablemente influenciadas por el comportamiento de la economía en general. Esto quiere decir que cuando hay crisis el sector decrece; por el contrario si existe reactivación se incrementa la actividad comercial y turística como se ha presenciado en los últimos dos años.

En los últimos cinco años el subsector de hoteles, bares, y restaurantes representó el 1.6% del PIB total.

- **Balanza de Turismo**

**Figura No. 2: BALANZA DE TURISMO**



*Fuente: Banco Central del Ecuador.*

Desde 1993, los ingresos provenientes del exterior por concepto de turismo han sido mayores que los egresos, el saldo favorable ha ayudado a disminuir el constante déficit de la cuenta servicios de la balanza de pagos. En el 2001, se registró un saldo positivo entre ingresos y egresos de US\$. 90 millones, si bien es inferior en -12.6% al del 2000, es superior en 125% al observado en 1993.

En los últimos diez años, la tasa de crecimiento anual de las divisas recibidas fue 8.14%, en 1999 y en el 2000 se observó el mayor incremento con tasas superiores a 17%, lo cual demuestra que la crisis económica no afectó mayormente en la generación de ingresos; esto responde principalmente a la continua devaluación del sucre y las altas tasas de inflación.

En el 2000, el país recibió US\$. 402 millones, 17.2% más que en 1999 y 75% más que en 1993. Al 2001, los ingresos provenientes del turismo crecieron en 6.97%, tasa menor a la esperada, lo cual obedece a la disminución del turismo receptivo, es decir, la canalización de turistas internacionales para el Ecuador a través de agencias de viajes.

Desde 1993 al 2001, los egresos por concepto de turismo observaron una tasa de crecimiento promedio anual de 7.55%, y a partir de 1999, la tendencia ha aumentado a niveles superiores a 10%. En el 2000, salieron del país US\$. 299 millones; al 2001,

este monto creció en 13.71%, lo cual obedece a un importante incremento del turismo emisor, que corresponde a la venta de boletos y paquetes turísticos para el exterior. Finalmente en el año 2002 se presentó un incremento en los ingresos con respecto al año anterior del 4%; así mismo los egresos registraron un incremento del 7%; teniendo en este año un saldo positivo por el valor de US\$. 83.3 millones.



CIB

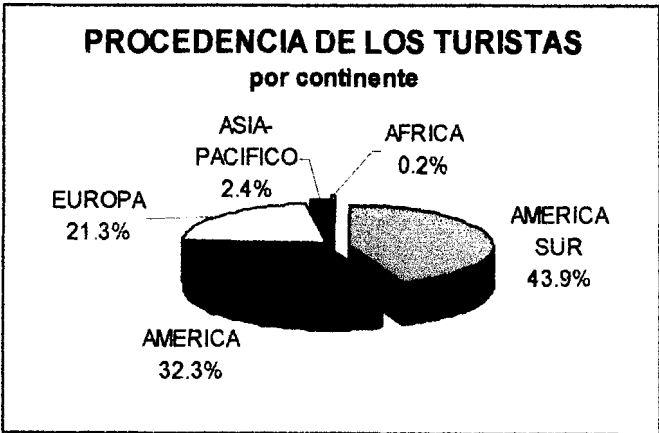
Según el Plan de Competitividad Turística del Ecuador, el objetivo para el 2010 es convertir al sector en el principal generador de divisas con ingresos de US\$. 2000 millones anuales, a través del incremento promocional y el mejoramiento en la calidad de los servicios.



CIB

- Llegadas de visitantes no residentes, por nacionalidad

Figura No. 3: LLEGADA DE VISITANTES NO RESIDENTES, POR NACIONALIDAD



Fuente: Estimaciones del Ministerio de Turismo.



CIB-ESPOL

Según estimaciones del Ministerio de Turismo, al 2001, de Estados Unidos provienen el 26.1% de los turistas que ingresan al país, de Colombia el 25.3%, de Perú el 9.52%, de Alemania el 3.8%, de Chile el 3.14%, anteriormente Colombia se caracterizó por ser el principal país de procedencia.

Entre el 2000 y 2001, los principales países que incrementaron el flujo de turistas hacia el Ecuador fueron: Panamá con una tasa de 106%, Costa Rica 39.3%, Chile 18.5%, España 18.6% y Países Bajos 16.1%. Los principales países donde se observó decrecimiento fueron Uruguay - 30.2%, Australia -27.6%, Suiza -17.5% y Japón -14.2%.

- **El Agroturismo, visión del futuro**

Agroturismo o turismo agrícola es una actividad normal que va tomando auge en el litoral ecuatoriano, las haciendas ubicadas en diferentes zonas de este se prestan para esta actividad y ofrecen esta clase de turismo desde hace tres años a nacionales y extranjeros, especialmente de Estados Unidos y Europa.

Se destaca la importancia de incentivar el agroturismo en el país especialmente en el litoral. Las fuentes de turismo con

que cuenta Ecuador están limitadas a las Islas Galápagos y lugares de las Sierra, mientras que, en la Costa , se promocionan algunos balnearios, sin tomar en cuenta que los extranjeros quedan maravillados por las bondades de nuestra tierra. Estos son el punto de enlace con personas de sus mismas nacionalidades y recomiendan el agroturismo en el Litoral.

- **Generación de mano de obra**

En el año 2001 según el Ministerio de Turismo el sector generó 16.7% plazas de trabajo más que en el 2000. Esta actividad emplea aproximadamente el 12% de la población económicamente activa, e indirectamente se crean 3 plazas de trabajo adicionales en sectores como la agricultura, la industria y artesanía, esto es 170.000 personas dependerían de esta actividad.

Los establecimientos de comidas y bebidas emplean aproximadamente el 50% del total sectorial, los alojamientos el 30%, y la diferencia se emplea en las agencias de viaje, transporte turístico, recreación, y empresas que editan material.



En aproximadamente cuatro años el Ministerio de Turismo planea que este sector sea la primera actividad generadora de ingresos, ya que puede cimentar el despliegue del país con menos riesgos que la exportación de banano y petróleo, además constituye un sector altamente generador de empleo; debido a que por cada empleo directo se generan seis indirectos.

El Ministerio de Turismo propone duplicar el número de turistas y elevar el gasto que generan los actuales de 700 dólares por persona a 1.500 dólares. La meta en este campo para el 2003 fue un crecimiento del 15 al 20 por ciento.

Entre las metas a corto plazo planteadas por el Ministerio de Turismo, se establece diseñar un plan estratégico junto con los Ministerios, el sector privado, las universidades, y los medios de comunicación para reforzar la autoestima e identidad nacional. Además, emprender programas de ecoturismo y agroturismo, fortalecer la microempresa, ya que el sexo femenino representa el 70 por ciento de la fuerza laboral del sector, y finalmente trabajar con competitividad.

- **Tendencias culturales**

En el sector turístico también existen modas y están dadas por la evolución de las generaciones; en un principio eran los norteamericanos que buscaban descubrir el mundo.

Después surgió otra generación que quería descansar en un solo sitio. Según investigaciones del Ministerio de Turismo, la generación actual tiene otras necesidades, le interesa el contacto con la naturaleza; es decir más bien buscan un turismo de aventura.

El turismo comunitario o agroturismo es una nueva alternativa en el sector turístico, el cual ha sido calificado con un valor extraordinario. Además es importante resaltar que no muchos destinos tienen la oportunidad de poseer comunidades y costumbres ancestrales tan diversas como las que existen en el Ecuador. Es por esto que hay que saber promocionar las comunidades y las culturas sin que éstas sufran alguna alteración. Finalmente no se debe quitar los derechos de operación turística a los nativos, sino más bien capacitarlos para que brinden una atención adecuada a los turistas nacionales y extranjeros.

#### **2.2.1.2 Leyes locales**

La nueva Ley de Turismo aprobada en Diciembre del 2002 por el Congreso Nacional, recibió apoyo de la Organización Mundial de Turismo y del Parlamento Latinoamericano para su realización.

Según el Art. 3 de esta ley los principios de la actividad turística son los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia, o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos.

Adicionalmente es importante mencionar lo establecido en el Art. 5 acerca de las actividades turísticas; las cuales pueden ser desarrolladas tanto por personas naturales como jurídicas que lleven a cabo una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; incluso el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre, y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación, cuando las agencias de viaje provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadores de eventos, congresos y convenciones;
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Finalmente el Art. 20 establece que los Ministerios de Turismo y del Ambiente, deberán coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas, las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso; y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas.

La nueva Ley de Turismo no establece ningún tipo de restricción o limitación para realizar operaciones agroturísticas; ya que están consideradas en el término general de operaciones turísticas que ha sido establecido en el Art. 24 de la Ley;

obteniendo iguales derechos que el resto de operaciones llevadas a cabo en el sector turístico.

### **2.2.2 Ambiente Micro**

En la zona de influencia de la Estación Experimental Tropical Pichilingue se presenta una exigencia de nuevas tecnologías, especialmente en lo relacionado a los cultivos no tradicionales, así como para sistemas de producción. Los demandantes son de diversa naturaleza: pequeños, medianos, y grandes; que producen tanto para el consumo interno como para la exportación

La seria limitación económica presente en la estación, para mantener la calidad de los trabajos de investigación exige preparar nuevas propuestas de proyectos para financiamiento externo. Por lo que se esta buscando formas alternativas de generar nuevos ingresos, considerando una de estas la actividad del agroturismo.

Por esta razón, la autogestión debe ser considerada una tarea de todos los funcionarios que laboran en la Estación Experimental Tropical Pichilingue. Existe la necesidad de realizar esfuerzos conjuntos para generar y gestionar nuevos proyectos de investigación, y desarrollo, dentro del área de la estación. Para esto es fundamental que cada trabajador contribuya a la

solución de los problemas; sin esperar que otras personas resuelvan sus problemas y limitaciones.

La autogestión es considerada una de las bases para la sostenibilidad institucional. En los próximos años se debe poner especial énfasis para abrir nuevas posibilidades que brinden la oportunidad de mejorar la actual situación económica y científica de la Estación Experimental Tropical Pichilingue.

### **2.2.2.1 Recursos Humanos**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue cuenta con una experiencia acumulada de 60 años de vida institucional, elaborando un plan estratégico en el cual se visualiza un futuro deseable y la mejor manera de alcanzarlo, precisando la misión institucional y las herramientas que permitan llevarlo a cabo. El propósito de la planificación estratégica consiste en diseñar estrategias para que la Estación Experimental Tropical Pichilingue asegure sus ventajas competitivas en el largo plazo, afrontando con éxito los desafíos internos y externos.

La disponibilidad de los recursos humanos es uno de los factores más importantes con que cuenta la Estación, debido a su experiencia en la investigación, la cual se fusiona a la formación técnica generada y al conocimiento de la zona; lo cual le confiere a la Estación Experimental

Tropical Pichilingue una herramienta para constituir su liderazgo. A continuación se presenta el organigrama de la Estación con sus principales funcionarios.

Una de las principales ventajas competitivas, presentes en el recurso humano de la Estación es la educación de postgrado y entrenamiento avanzado de varios de sus técnicos, que ha sido adquirido con muchos años de investigación, lo que le ha permitido una capacidad analítica de la problemática existente en el sector y las soluciones para enfrentarla.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue, busca por lo tanto optimizar los talentos humanos con el objeto de obtener una mayor eficiencia en la utilización de los recursos naturales.

Una de las formas para lograr un personal altamente calificado es un plan de formación y capacitación profesional, dinámico; que esté orientado hacia el conocimiento de los sistemas de producción y desarrollo de las tecnologías sostenibles; y en el área administrativa hacia la gestión empresarial.

Por lo expuesto anteriormente, se puede concluir que el personal existente en la Estación Experimental Tropical Pichilingue se encuentra capacitado científica y

administrativamente para atender las necesidades de información requeridas por los turistas nacionales y extranjeros que asistieran a la Estación, si ésta implementase la actividad de agroturismo como fuente adicional de ingresos al llevarse a cabo el presente proyecto.

#### **2.2.2.2 Competencia**

Para el desarrollo de la actividad agroturística en Ecuador, sus principales competidores son Colombia, Perú y Venezuela, ya que éstos han implementado esta forma de turismo, debido a que cuentan con una flora y fauna similares a las de nuestro país. Además otros países sudamericanos como Chile, Argentina y Brasil están implementando esta actividad .

Es importante mencionar que en el continente europeo, el agroturismo ha sido desarrollado desde hace muchos años. Un ejemplo de esto es Italia, ya que en este país dicha actividad representa uno de sus mayores ingresos. Otro caso es España, en donde existen regulaciones y programas para implementar el turismo rural.



El agroturismo no ha sido explotado ampliamente en el Ecuador, a pesar de que existen zonas potenciales para llevar a cabo esta actividad.

Son pocas las haciendas que se dedican al agroturismo como fuente adicional de ingresos.

La hacienda Rosa Herminia, existente desde hace 135 años, localizada en el recinto La Paz del cantón Colimes, ofrece el servicio de agroturismo.

La finalidad de esta hacienda es brindar al turista la oportunidad de conocer la cultura montubia, la arqueología de la zona; además de participar en prácticas agrícolas, ganaderas y disfrutar del paisaje costeño.

Entre las principales actividades que ofrece esta hacienda para la recreación de los visitantes están las siguientes:

- Participar en el ordeño de una vaca.
- Montar a caballo por los potreros y bosques tropicales. En el área agrícola se puede observar los cultivos, especialmente de cacao, principal producto de la hacienda.

- Finalmente los turistas pueden observar las plantaciones de plátano, naranja, y toronja, así como las parcelas demostrativas con cultivos de tabaco, pimiento, tomate, camote, maíz, verduras, melón y sandía.

Otra atracción de la hacienda es un museo, el cual cuenta con más de 300 piezas arqueológicas pertenecientes a la cultura Milagro – Quevedo, y Daule – Tejar.

Otro de los lugares con importante potencial agroturístico en el Ecuador, es el cantón Naranjal. Los potenciales turísticos de Naranjal se encuentran alrededor de reservas ecológicas, manglares, aguas termales, y haciendas.

Un ejemplo de esto es la hacienda Cañas la cual se ha convertido en un complejo agroturístico donde convergen una gran cantidad de empresarios agrícolas, turistas nacionales y extranjeros, especialmente a adquirir la variedad de cacao que se propaga en esta hacienda.

En este cantón también han surgido importantes proyectos como la Ruta del Cacao que permitirá proyectar a este cantón hacia el mundo mediante el

agroturismo y el turismo ecológico. Este proyecto ha sido elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Por otro lado, en la región interandina el turismo rural ha tenido un evidente crecimiento, ya que existen fincas que han permitido desarrollarlo. Además de contar con un excelente y completo servicio de hotelería que facilita las visitas a las zonas rurales.

### **2.2.2.3 Amenaza de ingreso de nuevos competidores o sustitutos**

Los lugares turísticos presentes en la provincia de Los Ríos como los campos cultivados, las haciendas, los ríos, las costumbres montubias, son atractivos indudables para el visitante. Por esta razón las haciendas que cuenten con estos recursos representarían una significativa amenaza para la realización del proyecto. Entre los posibles centros de atracción turística presentes en esta provincia podríamos citar: el río y las playas de la hacienda El Salto y las del Río Seco. Otra de las atracciones que atrae a muchos visitantes es el Rodeo Montubio, el cual se realiza en algunas poblaciones de las provincias de Los Ríos y Guayas.

En la región Costa existe un importante número de haciendas, las cuales gozan de una gran variedad de atractivos naturales, por lo que podrían convertirse en centros agroturísticos.

El ecoturismo constituye otra forma alternativa en el sector turístico, existiendo en nuestro país lugares para desarrollarlo. Por esta razón este podría representar un bien sustituto para la modalidad agroturística.

En el Ecuador existen una serie de senderos ecoturísticos; los cuales atraen una significativa cantidad de turistas nacionales y extranjeros anualmente. Entre ellos podemos citar las playas existentes en la Península de Santa Elena; el Turismo en Santa Cruz, el cual es preferido principalmente por los europeos que buscan actividades de turismo de deportes y aventura que pueden desarrollarse en Santa Cruz; el Pital y el Rocío presentes en Machalilla, que cuentan con 55.906 hectáreas para la aventura.

El Ecuador es un país privilegiado por la flora y la fauna que coexiste en su territorio; esto representa una apreciable oportunidad de negocios que permitirá

mejorar las condiciones económicas y sociales presentes actualmente en el país.

### **2.3 Análisis de la Demanda**

El turismo es la actividad económica que registra una de las mayores tasas de crecimiento a nivel mundial y en el Ecuador es una de las principales generadoras de divisas y puestos de trabajo.

Un importante sector de la demanda turística apunta actualmente hacia los espacios naturales y las culturas locales.

Según el estudio realizado por el Ministerio de Turismo denominado “Perfil del visitante no residente en el Ecuador en temporada alta”, llevado a cabo en el año 2001, con el objetivo de analizar el comportamiento de la demanda turística receptiva en el país; y para el cual se realizaron encuestas a la entrada y salida del país en los puestos fronterizos; se obtuvieron los siguientes resultados de las principales variables analizadas:

- **Lugar de residencia**

Según las encuestas el mayor movimiento migratorio, se da a nivel de visitantes residentes en países fronterizos.

En el siguiente cuadro se muestran los resultados obtenidos correspondientes a esta variable:

**Tabla No. 1: LUGAR DE RESIDENCIA**

PAIS DE RESIDENCIA	TAMAÑO DE LA MUESTRA			
	ENTRADA	%	SALIDA	%
COLOMBIA	665	53.50	230	45.10
PERU	290	23.33	86	16.86
ESTADOS UNIDOS	21	1.69	16	3.14
VENEZUELA	35	2.82	9	1.76
OTROS PAISES DE AMERICA	105	8.45	43	8.43
ALEMANIA	16	1.29	18	3.53
FRANCIA	16	1.29	13	2.55
ESPAÑA	26	2.09	12	2.35
REINO UNIDO	11	0.88	17	3.33
OTROS PAISES DE EUROPA	48	3.88	41	8.04
PAISES DE ASIA/AFRICA/OCEAN	10	0.80	25	4.90
	1243	100.00	510	100.00

**Elaboración:** Gerencia de Planificación – Ministerio de Turismo

- **Permanencia en el Ecuador**

Se ha estimado una permanencia promedio de 17 días, siendo 14 días generalmente la permanencia de los Colombianos, 15 días de los turistas Peruanos, 28 días de los visitantes de los Estados Unidos, 32 de los de Reino Unido, y 44 días de los de Alemania.

En el siguiente cuadro se muestran los resultados obtenidos para esta variable:

**Tabla No. 2: PERMANENCIA EN EL ECUADOR**

	<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>			
	<b>ENTRADA</b>	<b>%</b>	<b>SALIDA</b>	<b>%</b>
De 1 a 3	218	17.54	55	10.78
De 4 a 7	364	29.28	125	24.51
De 8 a 28	414	33.31	202	39.61
De 29 a 91	225	18.10	103	20.20
De 92 a 365	7	0.56	9	1.76
No especificado	15	1.21	16	3.14
	1243	100.00	510	100.00

**Elaboración:** Gerencia de Planificación – Ministerio de Turismo

- **Motivo de la Visita**

Las encuestas reflejan que 65 % de los turistas visita el país por vacaciones, el 15 % por visitar a familiares y/o amigos, y el 9 % por negocios y/o motivos profesionales. Estos resultados se resumen a continuación:

**Tabla No. 3: MOTIVO DE LA VISITA**

MOTIVO DE LA VISITA	TAMAÑO DE LA MUESTRA	
	SALIDA	%
VACACIONES	333	65.29
VISITA A FAM/ AMIGOS	77	15.10
NEGOCIOS/MOTIV. PROFES.	45	8.82
SALUD	10	1.96
RELIGIÓN	8	1.57
OTROS	37	7.25
	510	100.00

Elaboración: Gerencia de Planificación – Ministerio de Turismo

- a) **Frecuencia de la visita.-** El 56 % de los turistas encuestados visita el Ecuador por primera vez, mientras que el 42 % ha venido en otras ocasiones.



**b) Medios de Información.-** Entre los medios que influyen en la decisión de viajar al Ecuador se encuentran: el Internet, con un 22% ; la televisión con el 20 %; folletos con el 11%; las agencias de viajes con un 7 % , entre otras.

**c) Principales actividades realizadas.-** El 33% realiza visitas culturales, el 26 % compras, el 14% visita a familiares y/o amigos, el 8 % deportes y el 6 % al aprendizaje de español.

**d) Modalidad del viaje.-** El 96 % no utiliza los servicios de una agencia de viajes, ni contrata paquetes turísticos para el viaje.

**e) Estructura de los visitantes.-** El 49 % de los visitantes son hombres, el 39% mujeres y el 12 % niños.

- **Gasto y Estructura**

Se estima un gasto diario por persona promedio de \$ 43.8 en términos generales. Quienes utilizan paquete turístico adicionalmente el costo del paquete, realizan un gasto promedio diario por persona de \$ 7.7.

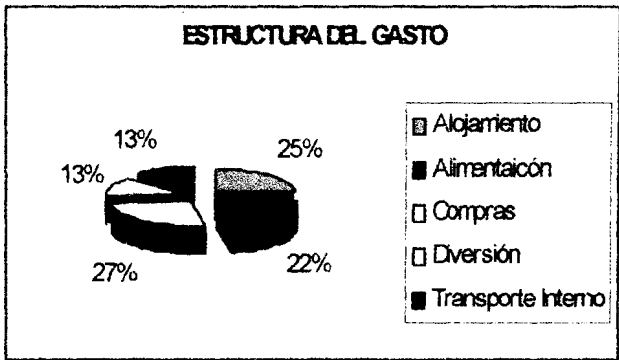


El gasto promedio diario por persona se reduce a \$ 31 en aquellos visitantes que llegan al país por vacaciones, mientras que sube a \$72.6 en los visitantes que vienen por negocios con motivos profesionales, al igual que un gasto similar registran los turistas que visitan a sus familiares y/o amigos, con un alto componente en compras estimado en 46.8%, y un bajo componente en alojamiento, esto es 11.66%.



La estructura del gasto se resume a continuación:

**Figura No.4: ESTRUCTURA DEL GASTO**



**Elaboración:** Gerencia de Planificación – Ministerio de Turismo



- **Evaluación de la visita**

El 40 % de los visitantes manifiesta que la visita al Ecuador fue de acuerdo a sus expectativas, el 29 % muy por encima de sus expectativas, el 19 % por encima de sus

expectativas y un 3% por debajo de sus expectativas. El 88 % tiene intención de regresar de visita al país; así como un 92% de los encuestados manifiesta recomendar la visita al Ecuador, donde encontró un trato cordial y hospitalario, además de los atractivos de tipo natural y cultural existentes en el país.

### **2.3.1 Características básicas de los Clientes**

Las características del nuevo consumidor turístico, presentan nuevas expectativas, en torno a los lugares y servicios que el turista espera encontrar al visitar el Ecuador.

El turista actual busca el desempeño de distintas actividades turísticas, entre las que se incluyen: turismo de ocio, comunitario, social, cultural, deportivo, de aventura, etc.

Además, el visitante valora el nivel de entretenimiento brindado por sus vivencias; constituyendo un factor importante al momento de elegir el lugar.

El cliente potencial requiere una mayor cantidad de información del destino y los servicios turísticos, que sea válida y represente realmente lo que se muestre en la publicidad.

Adicionalmente, busca una mayor interacción con el medio ambiente, seleccionando destinos alternativos que estén relacionados con recursos naturales, aventura, riesgo ; además de la cultura y la gastronomía; pero fundamentalmente lugares donde el turista pueda alejarse momentáneamente de su vida cotidiana.

Para la realización del proyecto nos queremos enfocar en el mercado europeo, debido a que en la actualidad es el más interesado en las actividades agroturísticas. Otro grupo a considerar es el mercado estadounidense, ya que según las encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo, este es un grupo interesado en este tipo de actividad. Un tercer segmento es el mercado asiático, para esto debemos tomar en consideración que este es un mercado muy exigente, su nivel de vida es muy alto y demandan mucha preparación. Este grupo se ha convertido en uno de los principales demandantes de los productos turísticos. Finalmente, el turismo interno representa un segmento bastante significativo, existiendo varias formas de promocionarlo.

## 2.4 Análisis de la oferta

### Actividades Agrícolas

La Estación Experimental Tropical Pichilingue dispone de una diversidad de plantaciones agrícolas, ganado, y otros atractivos naturales para implementar la actividad agroturística; pudiendo ser también utilizados con fines educativos, permitiendo crear en el turista una conciencia ecológica. De esta manera la Estación ofrecerá una variedad de actividades innovadoras que harán que el turista se sienta en un ambiente confortable, al disfrutar de la vida en el campo y no busque otras alternativas como atractivos turísticos en la playa o en la ciudad.

Entre las principales actividades a realizarse se encuentran los recorridos por las plantaciones existentes en la Estación. Durante esta práctica, los visitantes serán acompañados por un guía, él cual dará a conocer las características de cada uno de los cultivos.

Un servicio adicional que se brindará es el denominado mercado agrícola; el mismo que permitirá a los visitantes tomar los frutos de los diferentes árboles ubicados en la Estación , estos podrán ser recolectados en una canasta, que se proveerá a cada uno de los



CIB-ESPOL



CIB-ESPOL



CIB-ESPOL

turistas y al final del recorrido, se establecerá un precio módico por los productos recolectados.

Otras de las actividades que se ofrecerán serán visitas a los establos; con la opción de observar el ordeño de una vaca, montar a caballo, u observar un rodeo montubio. Finalmente los visitantes podrán disfrutar de los ríos y riachuelos existentes.

## **Hospedaje**

Los turistas nacionales y extranjeros que visiten la Estación Experimental Tropical Pichilingue podrán utilizar el servicio de alojamiento, el cual será provisto en la casa de huéspedes de la Estación, este será un servicio opcional para las personas que deseen contratarlo.

El obtener el hospedaje como parte del paquete, resultará conveniente para el turista, ya que los precios serán menores a los alojarse en un hotel.

## **Alimentación**

Este servicio será brindado por el comedor de la Estación, también será incluido en el paquete agroturístico que el cliente elija. La alimentación podrá incluir las tres comidas: desayuno, almuerzo y merienda.

La comida será típica de la región y en algunos casos el turista tendrá la libertad de escoger la comida que desee.

### **Entretenimiento**

La Estación Experimental Tropical Pichilingue dispone de un área de recreación, donde los visitantes podrán jugar billar, bingo, ajedrez, tenis de mesa; además existen canchas de tenis, básquet, fútbol, en las cuales los turistas tendrán la oportunidad de realizar cualquiera de estos deportes; y finalmente un parque infantil para el entretenimiento de los más pequeños.

### **Transporte**

Los turistas serán transportados durante su estadía a todos los recorridos que realicen dentro de la Estación.

Como complemento podríamos incluir paseos nocturnos a la ciudad de Quevedo.

## **2.4.1 Diseño de servicios agroturísticos**

Entre las actividades que podrán realizar los turistas en caso de llevarse a cabo el proyecto de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico tenemos las siguientes:

- Observación y participación de los turistas en la recolección de la miel, proveniente de los panales de abeja existentes.
- Recorrido a las diferentes plantaciones: cacao, banano, cítricos, arroz, soya, entre otras.
- Paseo a caballo
- Alojamiento en la casa de huéspedes
- Observación de Rodeo Montubio en el área establecida para esto.
- Descanso y recreación
- Alimentación
- Práctica de deportes en las canchas existentes.
- Práctica de natación en la piscina deportiva.
- Pesca
- Paseo en canoa
- Participación en cosecha
- Picnic
- Paseo en maquinaria agrícola
- Recolección de frutos



### **III. DISEÑO DE PRODUCTOS AGROTURÍSTICOS**

#### **3.1 Investigación de Mercado**

Para determinar la demanda, se llevó a cabo una Investigación de Mercados, dirigida tanto a turistas nacionales como extranjeros; la cual sirvió para determinar las preferencias de los consumidores potenciales, en lo relacionado a un destino agroturístico.

##### **Objetivo General**

Identificar el perfil del turista nacional y el grado de satisfacción de los turistas extranjeros al visitar el Ecuador.

##### **Objetivos Específicos**

- Determinar la frecuencia con la que acostumbran vacacionar los turistas nacionales fuera de su ciudad, y los extranjeros fuera de su lugar de residencia.
- Establecer con que personas los turistas salen de vacaciones con mayor frecuencia.
- Conocer la razón principal que motiva a los turistas nacionales y extranjeros a tomar vacaciones.

- Identificar cuales son las condiciones más importantes para los turistas para elegir un destino turístico.
- Determinar las actividades de mayor preferencia para los turistas.
- Establecer los servicios utilizados con mayor frecuencia por los turistas.
- Determinar la disposición de los turistas para visitar un destino agroturístico
- Identificar los servicios y actividades que requerirían los turistas en un complejo agroturístico.

### **3.1.1 Diseño de la Investigación y Tamaño de la Muestra**

Para el diseño de la Investigación de Mercados, se recolectó la siguiente información:

- Servicios proporcionados por haciendas que realizan agroturismo en el Ecuador.
- Información acerca de cómo se lleva a cabo la actividad agroturística en otros países.
- Cotizaciones de precios e inventario de recursos de varios lugares que brindan servicios agroturísticos como actividad complementaria de ingresos.
- Número de turistas extranjeros que ingresan anualmente al Ecuador.

Posteriormente se procedió a realizar una Investigación Concluyente, la cual ayudará a elegir entre distintos cursos de acción, empleando un diseño descriptivo para identificar las características de la situación del turismo nacional y así obtener conclusiones claras y específicas para la implementación del proyecto.

Las herramientas utilizadas en la investigación realizada fueron las siguientes:

- Encuestas Piloto, la cual fue realizada a un número determinado de personas nacionales y extranjeras, mediante un Muestreo Aleatorio Simple.
- Encuestas escritas dirigidas a una cantidad de turistas nacionales y extranjeros, determinado mediante un Muestreo Aleatorio Simple.

### **Plan Muestral**

Para la Investigación de Mercados se realizaron dos encuestas; una dirigida a personas nacionales con el fin de identificar el perfil del turista nacional; y otra dirigida a turistas extranjeros para identificar el grado de satisfacción al visitar el Ecuador.

Previo a la realización de las encuestas mencionadas en el párrafo anterior, se llevaron a cabo encuestas piloto para identificar los parámetros P y Q, necesarios para la determinación del tamaño de la muestra, el cual se explicará a continuación.

### **Tamaño de la muestra para la encuesta nacional.**

Para la realización de la encuesta piloto a los turistas nacionales se efectuaron 50 encuestas en distintas zonas turísticas de la ciudad los días 3 y 4 de septiembre del 2003, en el horario de 14H00 a 18H00. Estas encuestas fueron dirigidas a ecuatorianos seleccionados en forma aleatoria.

El formato de la encuesta piloto constaba de cinco preguntas que iban dirigidas a obtener información relacionada a frecuencia de viaje fuera de la ciudad; ingresos mensuales en los hogares; razón para salir de vacaciones; actividades que realizan las personas durante sus vacaciones; y finalmente la disposición a participar en el agroturismo; la cual fue utilizada para obtener los parámetros P y Q para el tamaño de la muestra; obteniéndose los siguientes resultados para esta última pregunta en particular:



**¿Le gustaría pasar sus vacaciones en una granja agroturística?**

<b>N</b>	<b>50</b>
<b>Si</b>	<b>44</b>
<b>No</b>	<b>6</b>

El tamaño de la muestra para la encuesta escrita nacional se obtuvo a partir de la siguiente fórmula:

$$Pr = 2 * \sqrt{(P*Q) / n}$$

$$n = P * Q / (Pr / 2)^2$$

$$n = 169$$

De donde:

p = proporción de personas que estarían dispuestas a participar en el agroturismo. Aproximadamente el 88 % de la población.

q = 1-p ; proporción de personas a quienes no les gustaría participar en el agroturismo. Aproximadamente el 12 % de la población.

Asignamos una precisión (Pr) del 0.05

## Tamaño de la muestra para la encuesta extranjera

Para desarrollar la encuesta piloto a turistas extranjeros se procedió a realizar 30 encuestas, en diferentes zonas turísticas de la ciudad los días 5, 6 y 7 de Septiembre, desde las 10h00 hasta 16h00. Estas encuestas fueron hechas a turistas elegidos en forma aleatoria.

Los parámetros P y Q para la obtención del tamaño de la muestra de las encuestas extranjeras se obtuvieron a partir de los resultados de la siguiente pregunta:

**¿ Visitaría usted una granja agroturística?**

N	30
Si	25
No	5

El tamaño de la muestra para la encuesta escrita extranjera se obtuvo a partir de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P * Q * N}{(N-1) * \frac{B^2}{4} + (P * Q)}$$

$$N = 493.657$$

$$n = \frac{493.657 * (0.83) * (0.17)}{(493.656) * (0.05)^2 / 4 + (0.83) * (0.17)}$$

$$n = 226$$

De donde:

p = es la proporción de turistas que estarían dispuestos a visitar una granja agroturística, aproximadamente el 83% de los extranjeros que visitan Ecuador

q = es la proporción de turistas que no estarían dispuestos a visitar una granja agroturística, aproximadamente el 17% de los extranjeros que visitan Ecuador.

Asignamos un error muestral (B) del 0.05; por lo que el intervalo de confianza es del 95%.

### 3.1.2 Recolección, análisis y presentación de resultados

**Las encuestas escritas nacionales** se llevaron a cabo en las instalaciones del Malecón 2000, los días: 25 y 26 de

Septiembre del 2003 desde las 10h00 hasta las 18h00, en donde se realizaron 80 encuestas; además el 27 y 28 de Septiembre en las instalaciones de la cafetería del Parque histórico de Guayaquil desde las 10h00 hasta las 16h00 , donde se realizaron 100 encuestas.

Estas encuestas fueron dirigidas a personas que pudiesen mostrar interés hacia la naturaleza, debido a que este grupo podrían ser los potenciales clientes de la Estación Experimental Tropical Pichilingue, si se implementa el proyecto de agroturismo; es por esta razón que elegimos el Parque Histórico de Guayaquil para realizar la mayor cantidad de encuestas. Cabe recalcar que también se desarrollaron encuestas en el Malecón 2000; debido a que en este lugar existen espacios naturales como el jardín y el río Guayas. Las personas encuestadas fueron seleccionadas aleatoriamente, de entre las que se encontraban en el lugar antes mencionado.

**Las encuestas extranjeras** se recolectaron en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Simón Bolívar de Guayaquil, en el área de Salida Internacional; los días 30 de Septiembre, 1 y 2 de Octubre del 2003 en el horario de las 9h00 y 17h00. Además se realizaron encuestas a turistas en la semana comprendida del 13 al 18 de Octubre en distintas zonas turísticas de la ciudad. Es importante recalcar que también se llevaron a cabo varias encuestas extranjeras mientras se realizaban las nacionales en el Malecón 2000.



## ***Análisis de encuesta nacional***

La encuesta se diseñó con el fin de recolectar la información necesaria; de la siguiente manera:

### **Preguntas 1 y 2:**

Estas preguntas permiten determinar la frecuencia con que las personas acostumbran salir de vacaciones fuera de su ciudad y el tipo de ambiente que prefieren cuando lo hacen; las cuales sirvieron de filtro para continuar con la encuesta; debido a que en la primera pregunta lo que interesa son las personas que salen de la ciudad más de dos veces al año; y en el caso de la segunda quienes escojan paseos en la naturaleza como uno de los ambientes preferidos, ya que al haber elegido esta opción es más probable que estén dispuestos a participar en el agroturismo.

A continuación se recolectaron datos personales como género, edad, y ocupación con el fin de relacionarlos con la disposición de visitar un lugar agroturístico, en análisis bivariados los cuales serán explicados posteriormente

**Pregunta 3:**

Fue diseñada para conocer cuantos días aproximadamente destinan las personas para sus vacaciones, lo cual nos ayudará para diseñar los paquetes agroturísticos.

**Preguntas 4, 5 y 6:**

Estas preguntas se elaboraron para conocer con quienes acostumbran salir de vacaciones más frecuentemente las personas; en el caso de quienes salen con sus hijos se procedió a preguntar el número de hijos y su respectiva edad.

**Pregunta 7:**

Esta pregunta fue elaborada para conocer si los ingresos percibidos por las personas influyen en su decisión de salir de vacaciones y cuantos días hacerlo.

**Preguntas 8 y 9:**

Estas preguntas se plantearon con el objetivo de conocer la razón por la cual las personas salen de vacaciones y como obtienen información para elegir el destino turístico que van a visitar; lo cual nos ayudará a determinar cual sería la forma más idónea de promocionar la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico.

**Pregunta 10:**

Esta pregunta fue elaborada para identificar que tan importante son para las personas ciertas condiciones al momento de elegir el destino turístico.

**Preguntas 11 y 12:**

Estas preguntas se diseñaron para poder conocer cuales son las actividades que más les gusta realizar a las personas durante sus vacaciones y cuantos días dedican para realizar dichas actividades.

**Preguntas 13 y 14:**

Estas preguntas fueron hechas con el objeto de determinar cuales son los servicios utilizados con mayor frecuencia por las personas en sus vacaciones. Además para conocer la clase de comida preferida.

**Pregunta 15, 16 y 17 (Agroturismo)**

Estas preguntas se plantearon con el fin de conocer el interés de las personas para visitar una granja agroturística; la disposición a pagar de quienes la visitarían; y finalmente los servicios y actividades que les gustaría encontrar, esta última pregunta servirá para determinar la infraestructura y recursos, junto con sus costos respectivos, necesarios para la implementación del proyecto.

## ***Análisis de encuesta extranjera***

El formato de esta encuesta fue elaborado para obtener información primaria; como se muestra a continuación:

Primero se procedió a recolectar datos personales de los turistas como su país de residencia, género, edad y ocupación.

### **Preguntas 1 y 2:**

Estas preguntas sirvieron para conocer el motivo por el cual los extranjeros visitan Ecuador; y en el caso de quienes lo hacen por asuntos laborales la pregunta 2 fue planteada con la finalidad de saber si tuvieron la oportunidad de visitar sitios turísticos en el país y poder continuar con la encuesta.

### **Pregunta 3:**

Esta pregunta se realizó para determinar la frecuencia con la que los turistas toman vacaciones fuera de su país.

### **Preguntas 4, 5 y 6:**

Estas preguntas fueron realizadas para conocer con quienes acostumbran a salir de vacaciones fuera de su país más frecuentemente las personas; en el caso de quienes salen con sus hijos se procedió a preguntar el número de hijos y su respectiva edad.

### **Pregunta 7 y 8 :**

Estas preguntas se diseñaron para establecer la razón por la que los turistas toman vacaciones y la fuente de información que los llevó a elegir su visita al Ecuador.

### **Pregunta 9:**

Esta pregunta fue realizada para saber que tan relevante son para los turistas extranjeros ciertas condiciones al momento de elegir el destino turístico.



### **Pregunta 10 y 15:**

Estas preguntas fueron elaboradas con el objetivo de conocer los ingresos percibidos por los turistas extranjeros que visitan Ecuador, lo cual influirá en sus gastos diarios durante un día de vacaciones, planteado en la pregunta 15.



### **Preguntas 11 y 12:**

Estas preguntas se diseñaron con la finalidad de averiguar cuales son los actividades que más les gusta realizar a los turistas durante sus vacaciones y cuantos días dedican para realizar dichas actividades.

### **Preguntas 13 y 14:**

Estas preguntas fueron hechas para poder determinar los servicios utilizados con mayor frecuencia por los turistas en



sus vacaciones. Además para conocer la clase de comida preferida.

### **Preguntas 16, 17, 18, y 19 (Criterio sobre Ecuador)**

Estas preguntas fueron realizadas con el fin de analizar la percepción que tienen los extranjeros acerca de nuestro país, referente al costo de la vida, satisfacción de su visita, si realmente este país llenó sus expectativas de lo que vinieron a buscar y finalmente su disposición a regresar a éste; lo cual es relevante para nuestro proyecto.

### **Pregunta 20, y 21 (Agroturismo)**

Estas preguntas se elaboraron con el objetivo de conocer el interés de las personas para visitar una granja agroturística; y cuales serían los servicios y actividades que les gustaría encontrar, esta última pregunta servirá para determinar la infraestructura y recursos junto con sus costos respectivos necesarios para la implementación del proyecto.



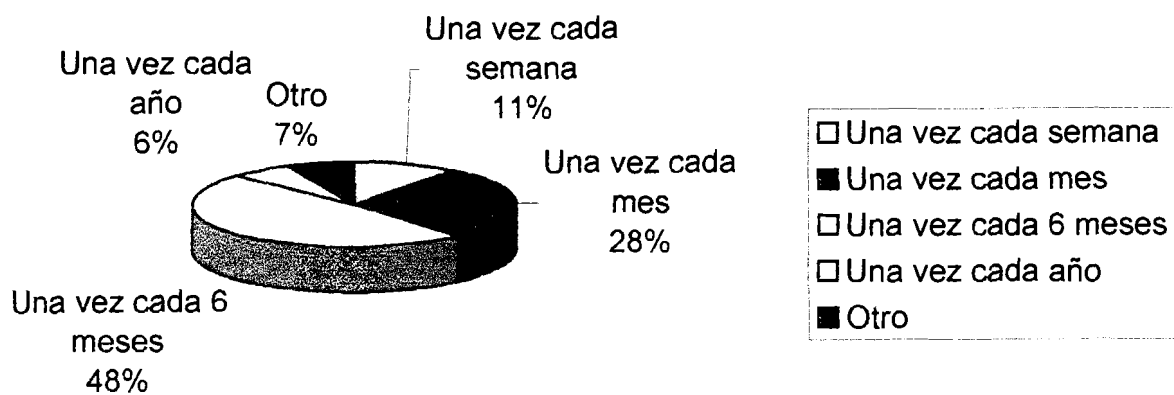
## RESULTADOS DE ENCUESTA NACIONAL

Pregunta # 1

Con qué frecuencia acostumbra vacacionar o salir de paseo fuera de su ciudad?

Una vez cada semana	19
Una vez cada mes	51
Una vez cada 6 meses	87
Una vez cada año	11
Otro	12
Total	180

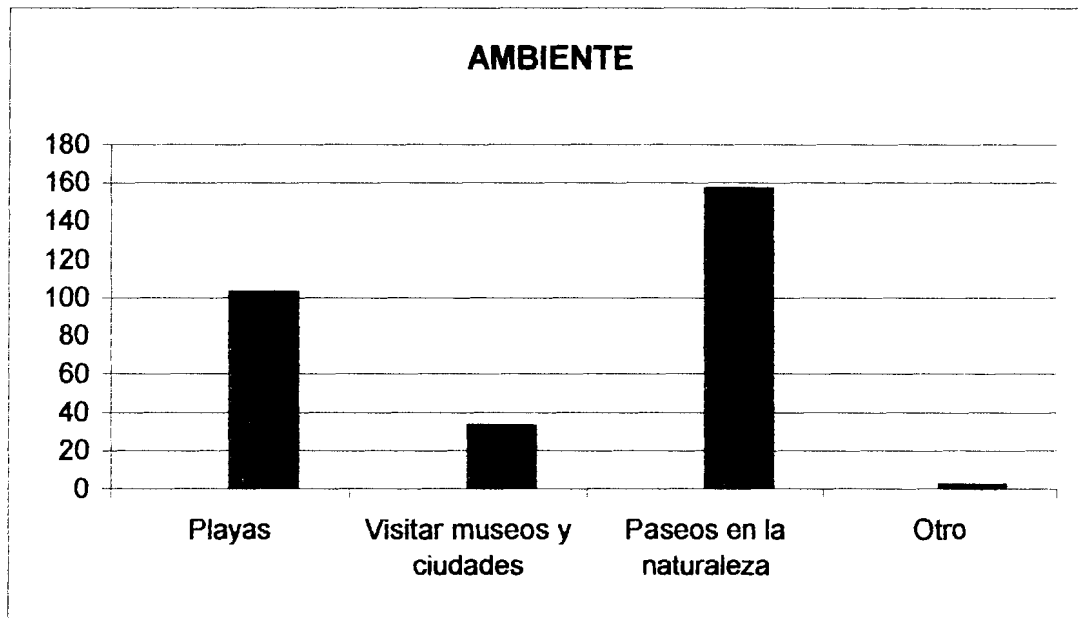
### FRECUENCIA



Pregunta # 2

¿Cuándo sale de vacaciones que ambiente prefiere?

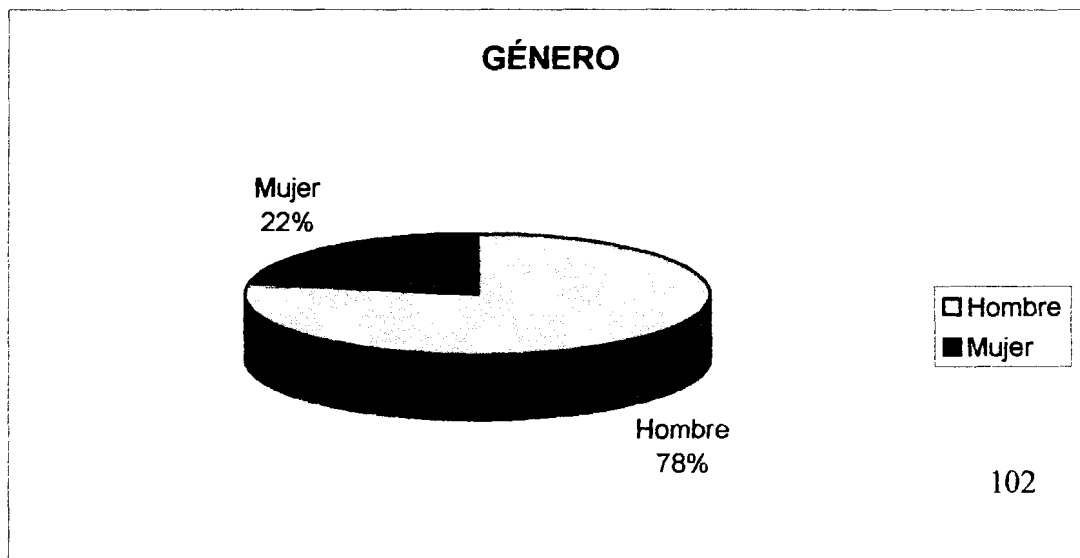
Playas	103
Visitar museos y ciudades	33
Paseos en la naturaleza	157
Otro	2



Personales:

Genero:

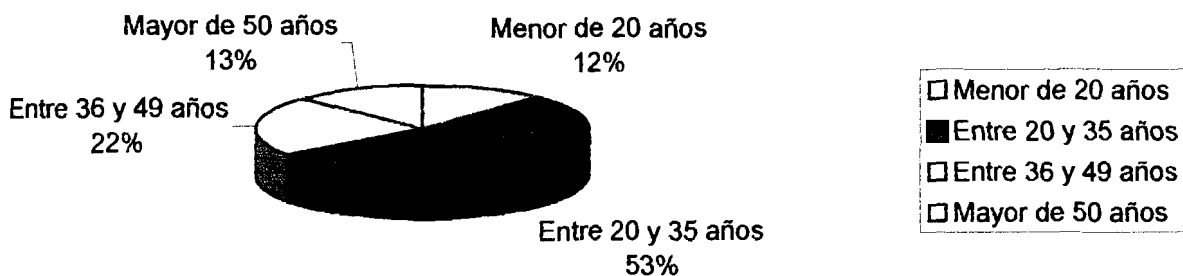
Hombre	122
Mujer	35
Total	157





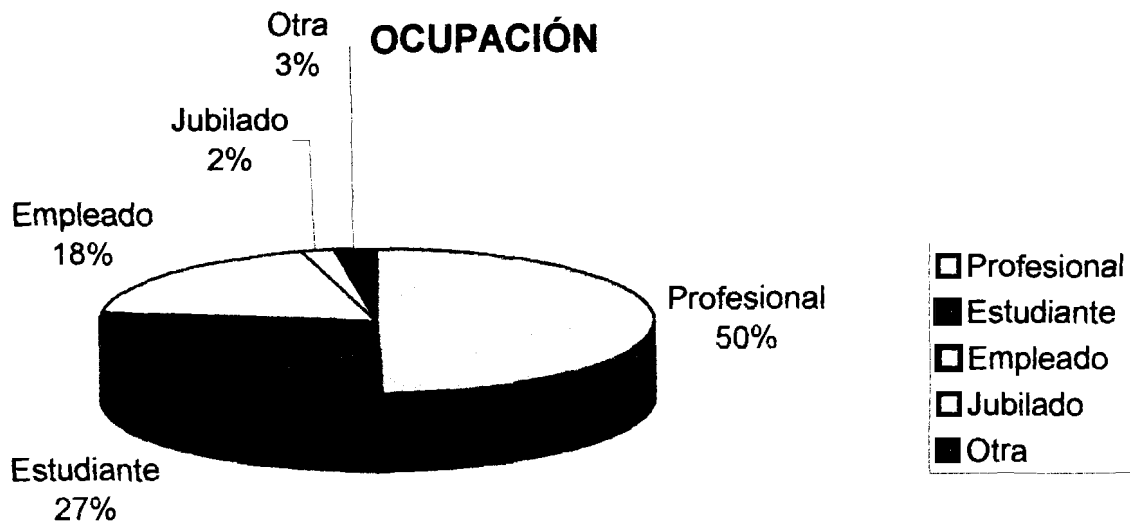
Menor de 20 años	19
Entre 20 y 35 años	83
Entre 36 y 49 años	35
Mayor de 50 años	20
Total	157

### EDAD



ión:

Profesional	78
Estudiante	43
Empleado	29
Jubilado	3
Otra	4
Total	157

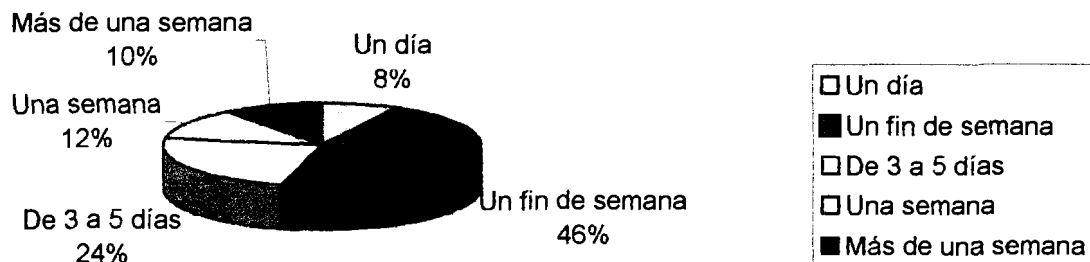


Pregunta # 3:

Cada vez que sale de vacaciones ¿qué tiempo permanece fuera de su ciudad con mayor frecuencia?

Un día	12
Un fin de semana	73
De 3 a 5 días	37
Una semana	19
Más de una semana	16
Total	157

### TIEMPO / FUERA

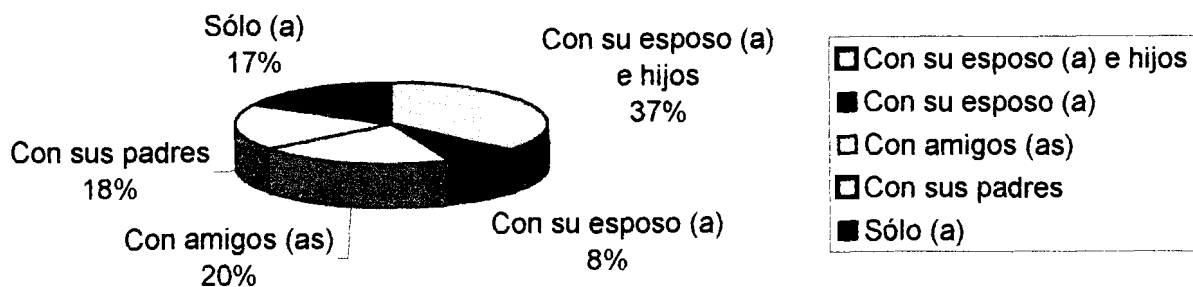


Pregunta # 4

Cuando sale de vacaciones, con que personas lo hace con mayor frecuencia?

Con su esposo (a) e hijos	57
Con su esposo (a)	12
Con amigos (as)	32
Con sus padres	29
Sólo (a)	27
Total	157

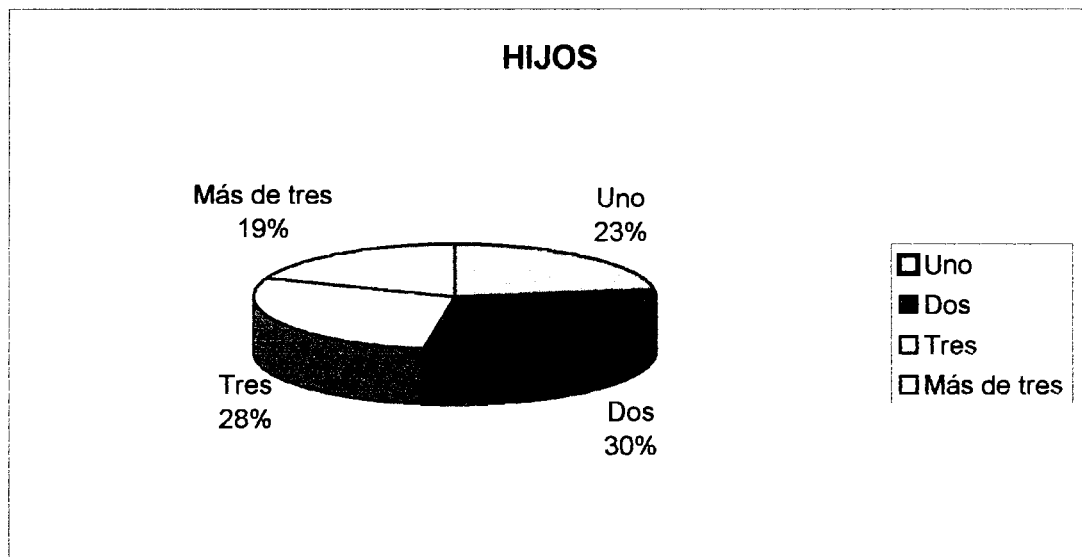
### PERSONAS



Pregunta # 5

Cuántos hijos tiene?

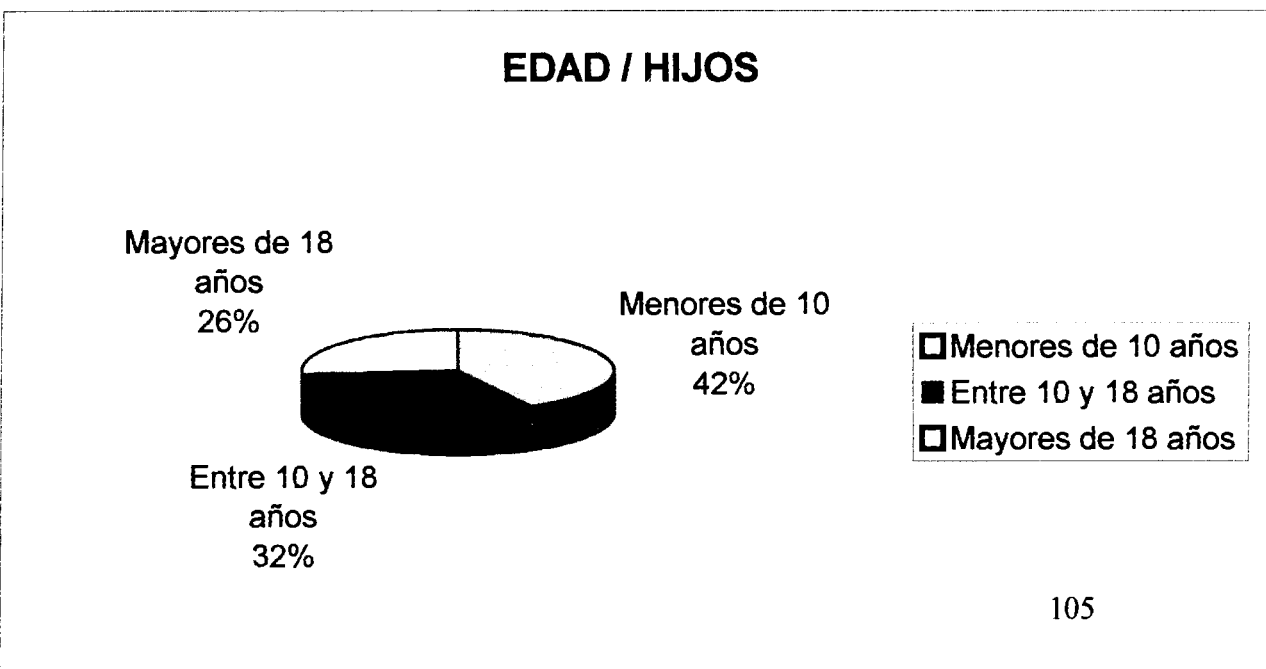
Uno	13
Dos	17
Tres	16
Más de tres	11
Total	57



Pregunta # 6

¿En qué rango de edad se encuentran sus hijos?

Menores de 10 años	24
Entre 10 y 18 años	18
Mayores de 18 años	15
Total	57

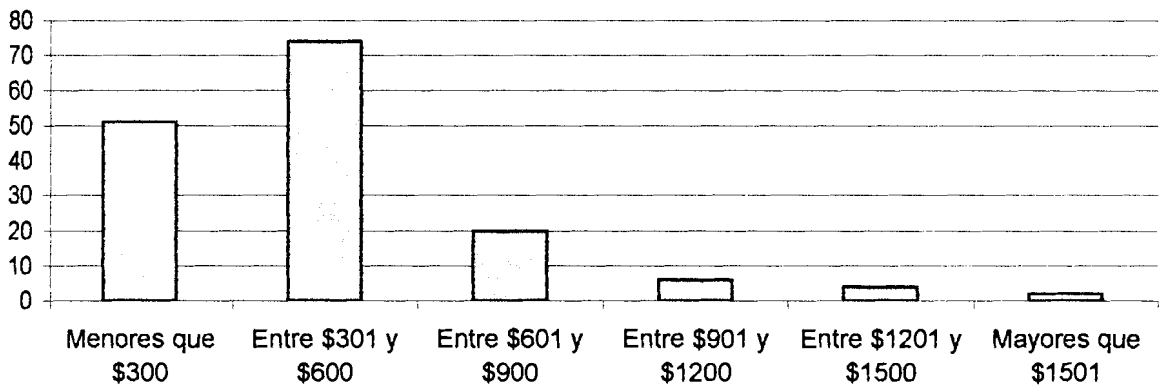


pregunta # 7

ingresos mensuales en su hogar son aproximadamente:

Menores que \$300	51
Entre \$301 y \$600	74
Entre \$601 y \$900	20
Entre \$901 y \$1200	6
Entre \$1201 y \$1500	4
Mayores que \$1501	2
<b>Total</b>	<b>157</b>

**INGRESOS**

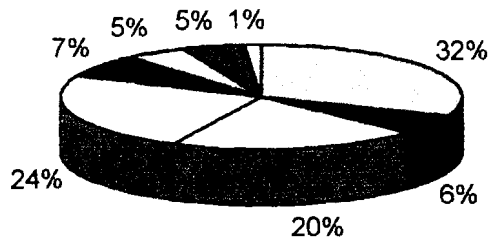


pregunta # 8

razón por la que usted sale de vacaciones es:

Por diversión	49
Por aislamiento	9
Por contacto con la naturaleza	32
Por conocer otros lugares y culturas	38
Por compartir con amigos	11
Por conocer nuevas personas	8
Por aventura	8
Otro	2
<b>Total</b>	<b>157</b>

**RAZÓN**



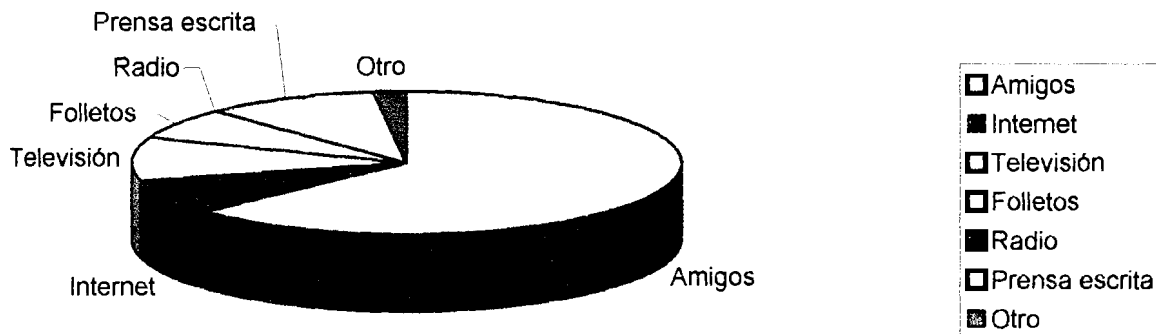
- Por diversión
- Por aislamiento
- Por contacto con la naturaleza
- Por conocer otros lugares y culturas
- Por compartir con amigos
- Por conocer nuevas personas
- Por aventura
- Otro

Pregunta # 9

¿Cómo obtiene por lo general información de los lugares que planea visitar durante sus vacaciones?

Amigos	99
Internet	12
Televisión	16
Folletos	11
Radio	0
Prensa escrita	16
Otro	3
Total	157

**INFORMACIÓN**



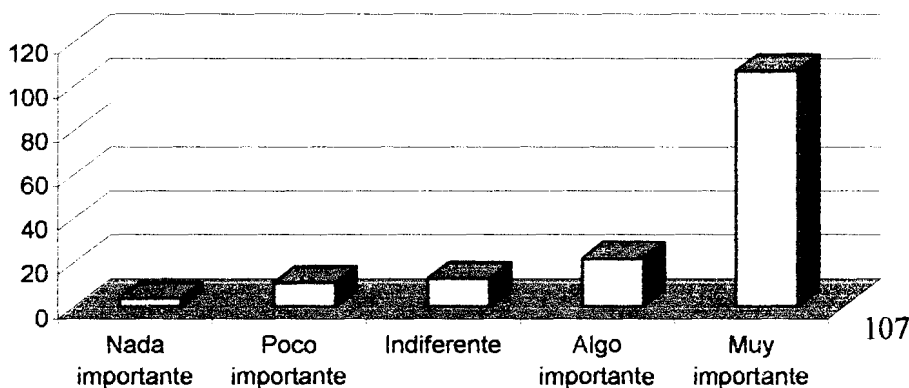
Pregunta # 10

¿Tan importante son para usted las siguientes condiciones al momento de elegir un destino turístico?

Reacción:

Nada importante	4
Poco importante	11
Indiferente	13
Algo importante	22
Muy importante	107
Total	157

**UBICACIÓN**



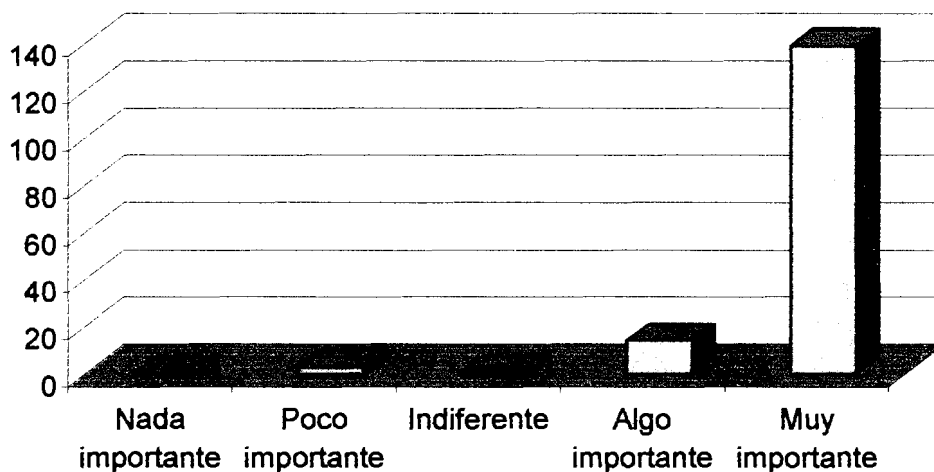
Seguridad:

Nada importante	0
Poco importante	3
Indiferente	1
Algo importante	14
Muy importante	139
Total	157



CIB-ESPOL

### SEGURIDAD



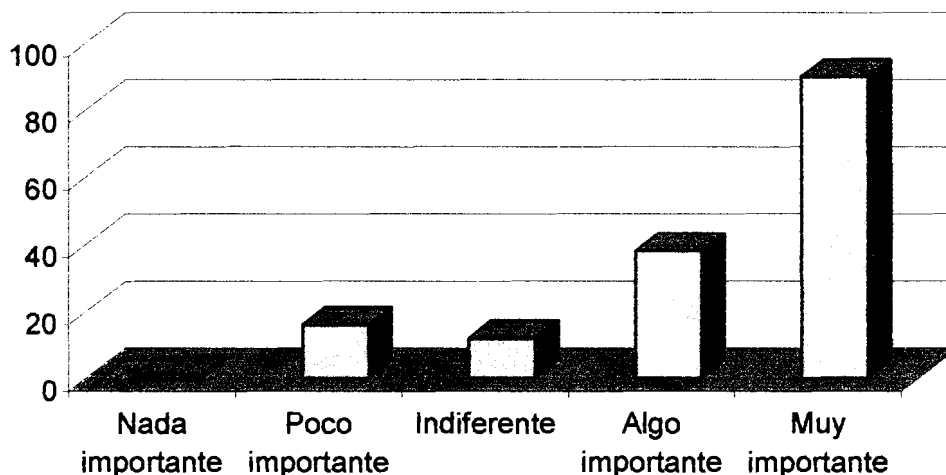
Infraestructura:

Nada importante	1
Poco importante	16
Indiferente	12
Algo importante	38
Muy importante	90
Total	157



CIB-ESPOL

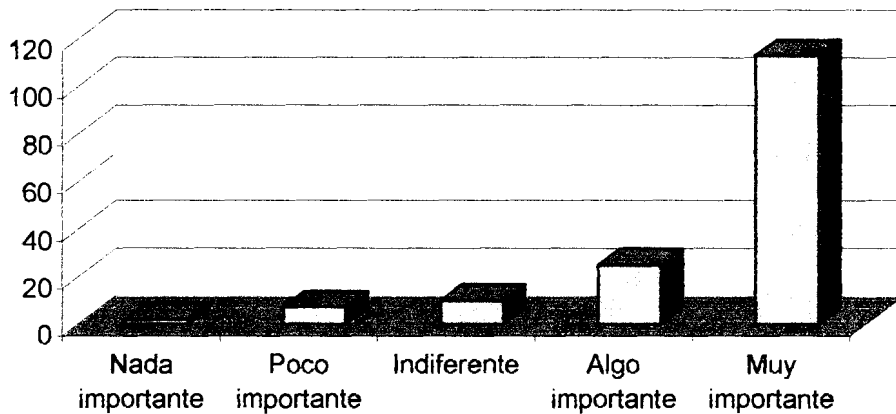
### INFRAESTRUCTURA



idad en servicios:

Nada importante	2
Poco importante	7
Indiferente	10
Algo importante	25
Muy importante	113
Total	157

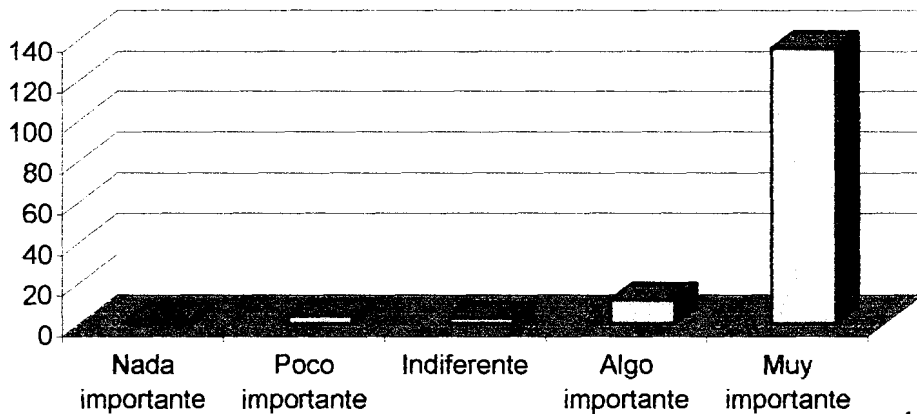
### VARIEDAD EN SERVICIOS



ón al cliente:

Nada importante	2
Poco importante	4
Indiferente	3
Algo importante	12
Muy importante	136
Total	157

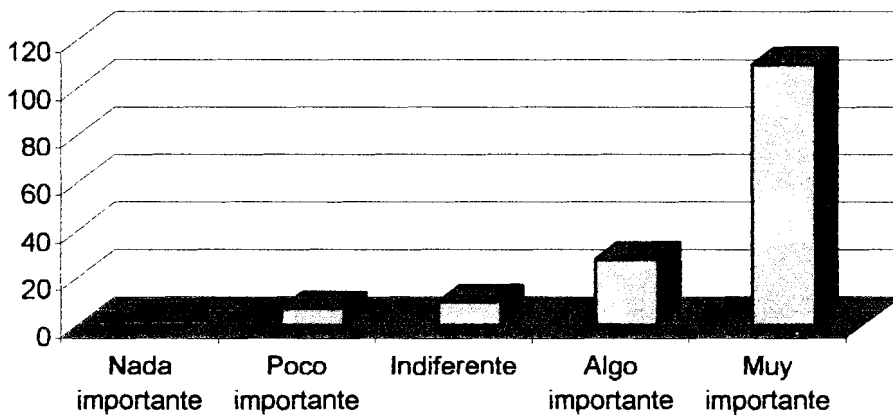
### ATENCIÓN AL CLIENTE



o al lugar:

Nada importante	2
Poco importante	7
Indiferente	10
Algo importante	28
Muy importante	110
Total	157

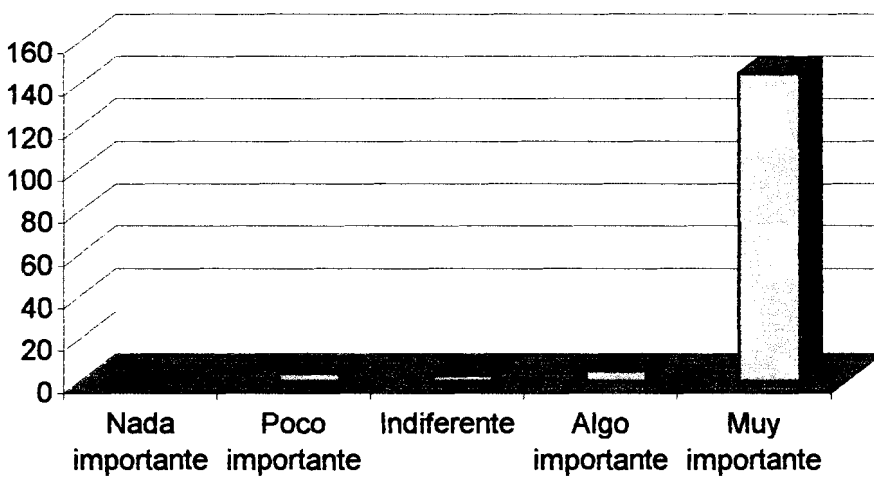
### ACCESO AL LUGAR



za:

Nada importante	0
Poco importante	4
Indiferente	3
Algo importante	5
Muy importante	145
Total	157

### LIMPIEZA

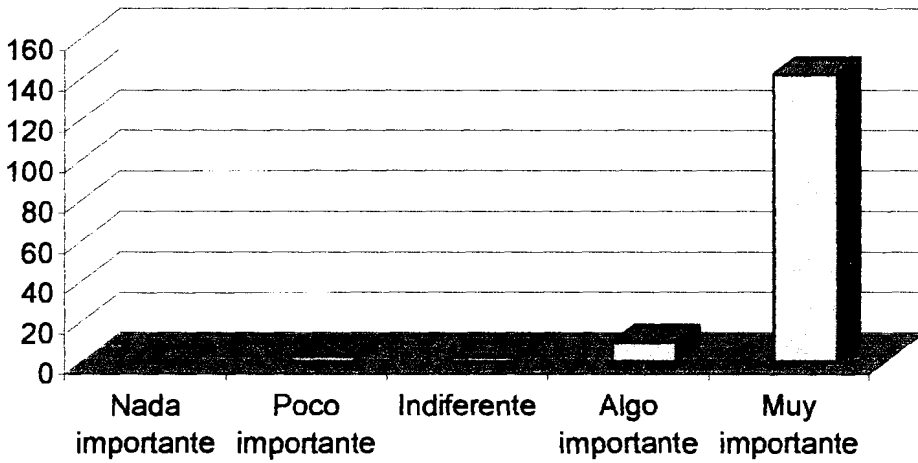




Calidad de servicio:

Nada importante	0
Poco importante	3
Indiferente	2
Algo importante	10
Muy importante	142
Total	157

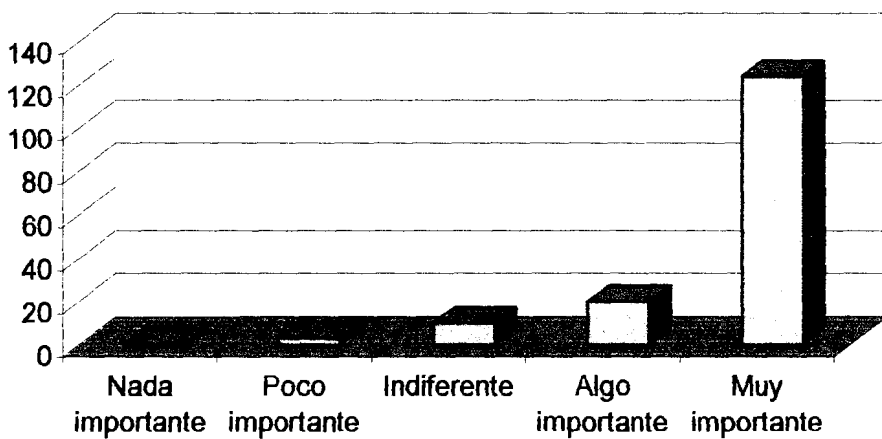
### CALIDAD DE SERVICIO



);

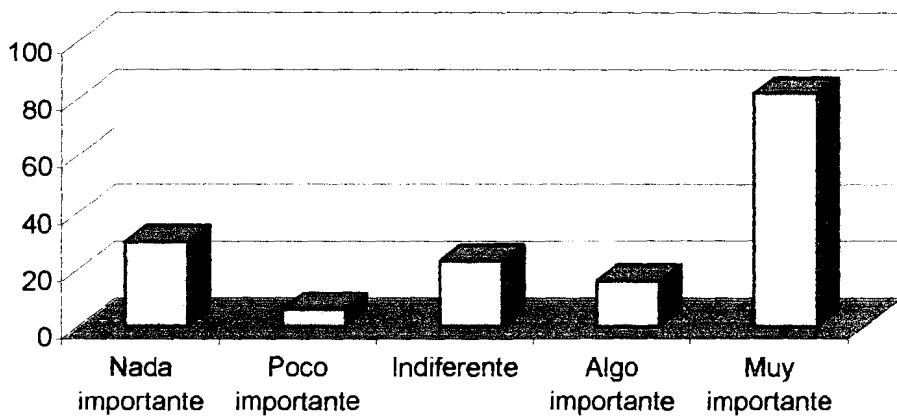
Nada importante	0
Poco importante	3
Indiferente	10
Algo importante	20
Muy importante	124
Total	157

### PRECIO



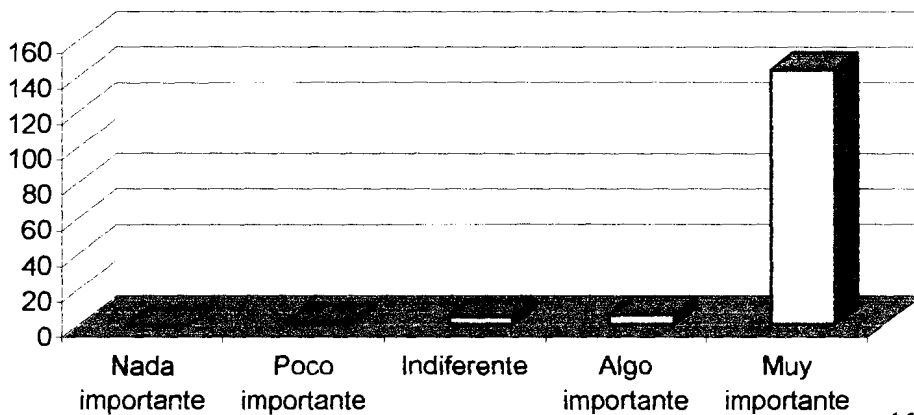
Nada importante	30
Poco importante	6
Indiferente	23
Algo importante	16
Muy importante	82
Total	157

### PARQUEADERO



Nada importante	0
Poco importante	2
Indiferente	5
Algo importante	6
Muy importante	144
Total	157

### COMIDA

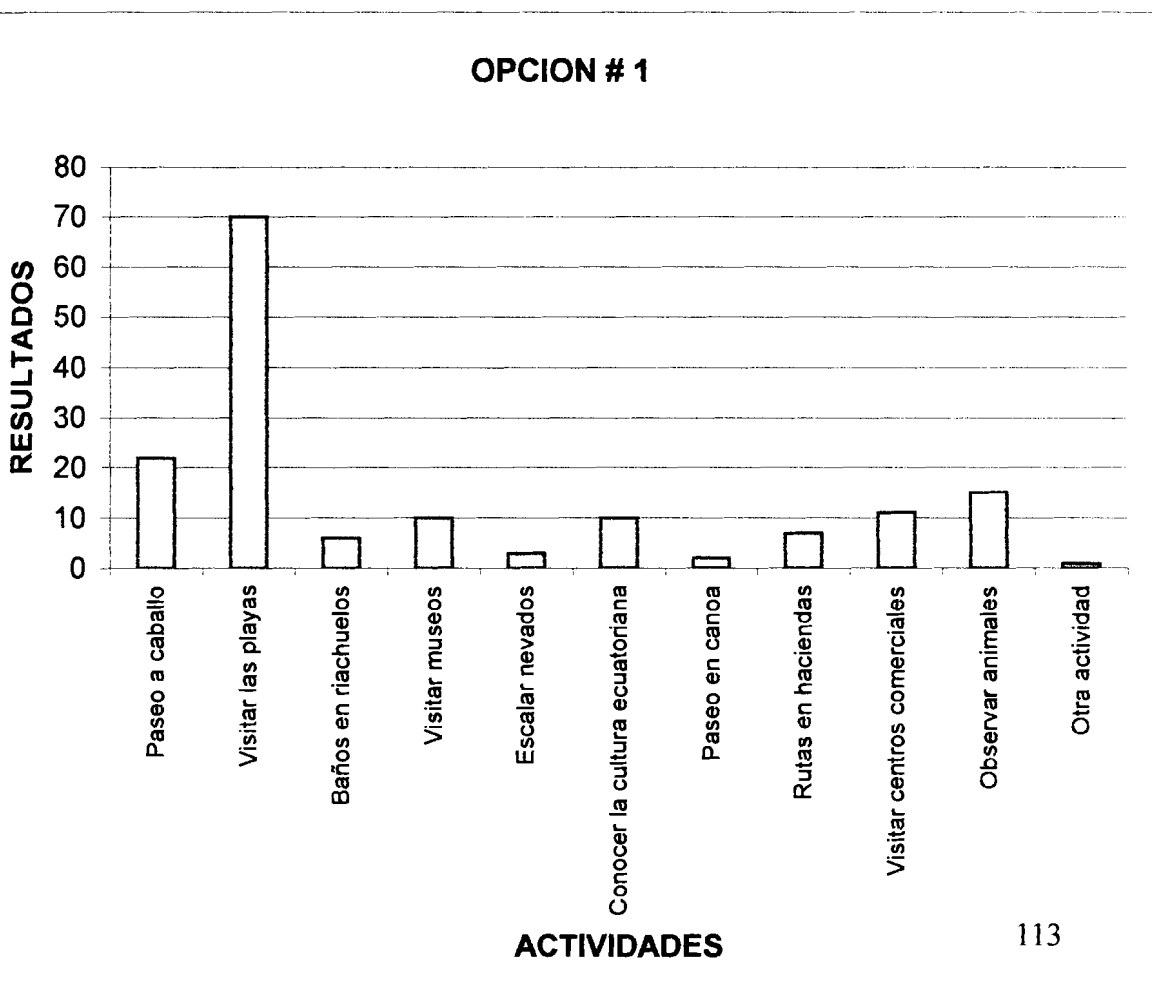


Pregunta # 11:

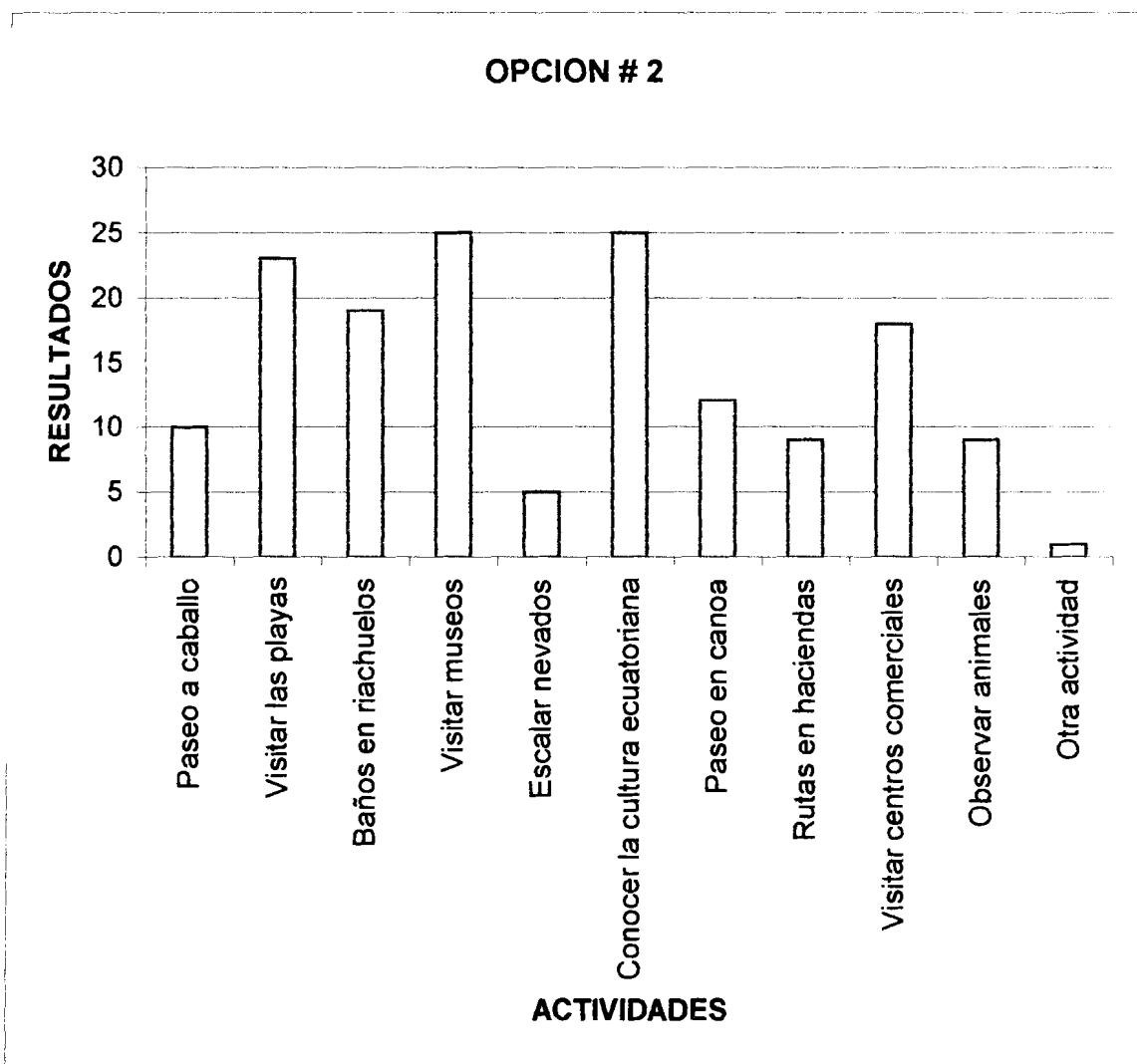
¿Qué actividades le gusta realizar durante sus vacaciones o paseos?. Escoja máximo 3 opciones y coloque 1 que más le gusta, a la siguiente en preferencia 2, y a la que menos le gusta 3

OPCION # 1

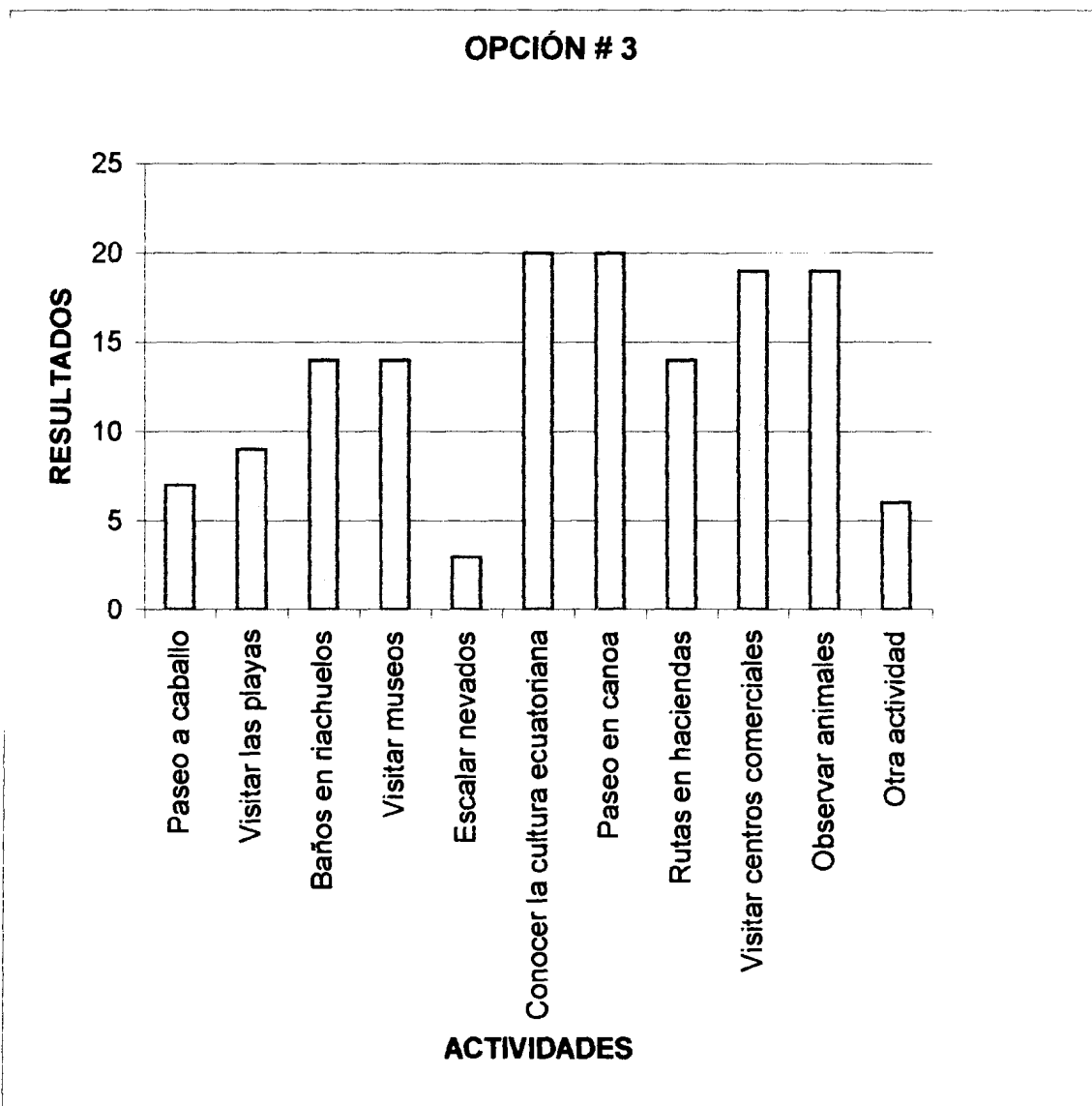
Paseo a caballo	22
Visitar las playas	70
Baños en riachuelos	6
Visitar museos	10
Escalar nevados	3
Conocer la cultura ecuatoriana	10
Paseo en canoa	2
Rutas en haciendas	7
Visitar centros comerciales	11
Observar animales	15
Otra actividad	1



Paseo a caballo	10
Visitar las playas	23
Baños en riachuelos	19
Visitar museos	25
Escalar nevados	5
Conocer la cultura ecuatoriana	25
Paseo en canoa	12
Rutas en haciendas	9
Visitar centros comerciales	18
Observar animales	9
Otra actividad	1



Paseo a caballo	7
Visitar las playas	9
Baños en riachuelos	14
Visitar museos	14
Escalar nevados	3
Conocer la cultura ecuatoriana	20
Paseo en canoa	20
Rutas en haciendas	14
Visitar centros comerciales	19
Observar animales	19
Otra actividad	6

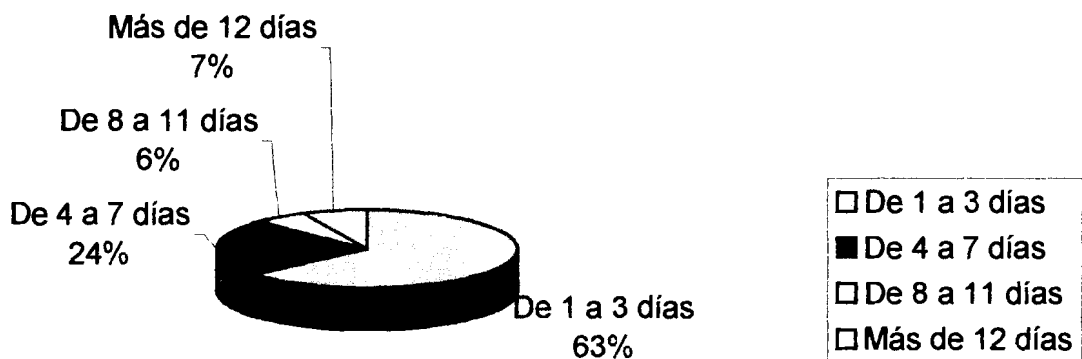


Pregunta # 12:

¿Cuántos días dedica para realizar estas actividades?

De 1 a 3 días	100
De 4 a 7 días	37
De 8 a 11 días	9
Más de 12 días	11
Total	157

### DÍAS

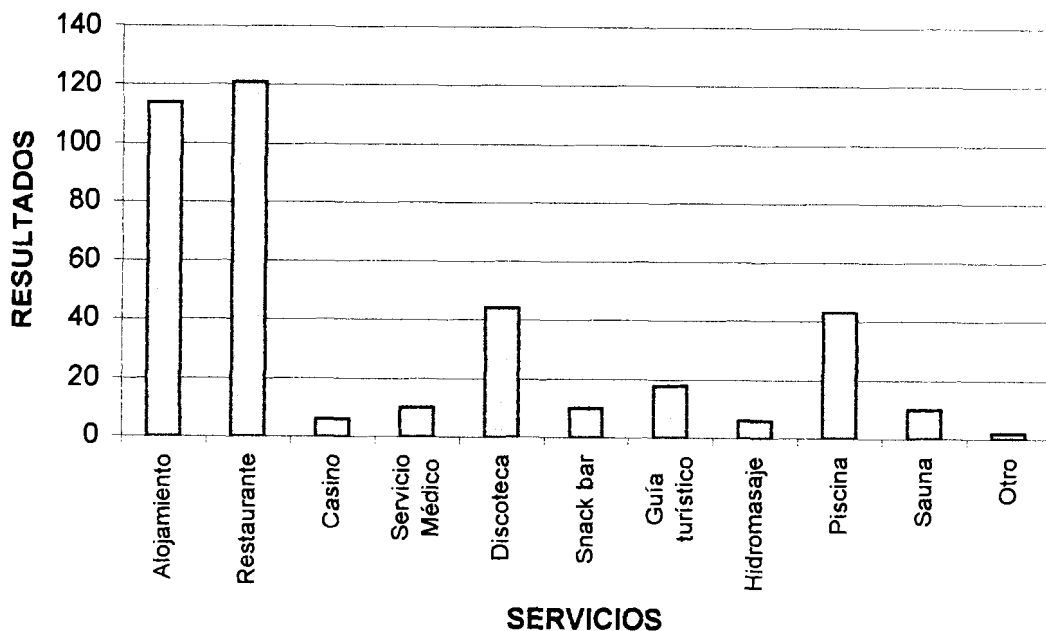


Pregunta # 13:

¿Cuáles son los servicios que acostumbra utilizar con mayor frecuencia? Identifíquelos. Marque máximo tres.

Alojamiento	114
Restaurante	121
Casino	6
Servicio Médico	10
Discoteca	44
Snack bar	10
Guía turístico	18
Hidromasaje	6
Piscina	43
Sauna	10
Otro	2

## SERVICIOS MÁS UTILIZADOS

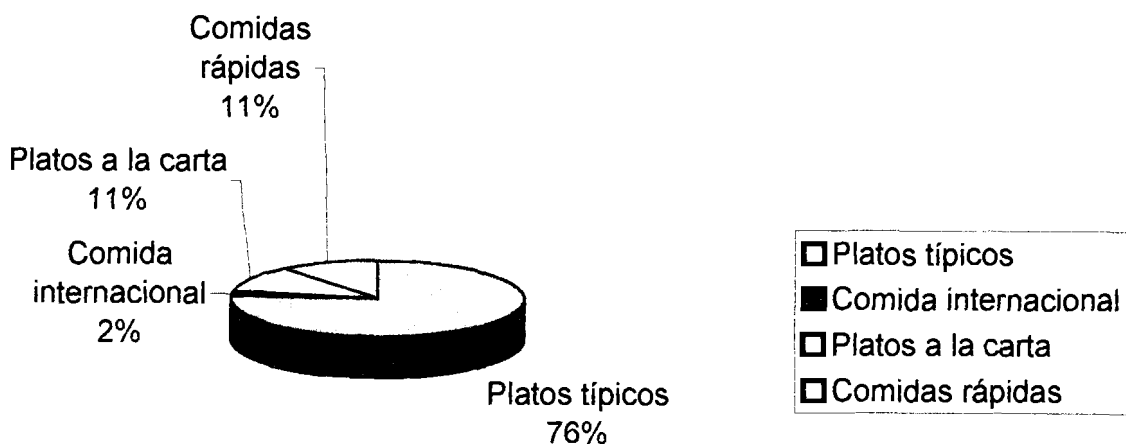


gunta # 14:

¿qué clase de comida prefiere durante sus vacaciones?

Platos típicos	119
Comida internacional	3
Platos a la carta	18
Comidas rápidas	17
Total	157

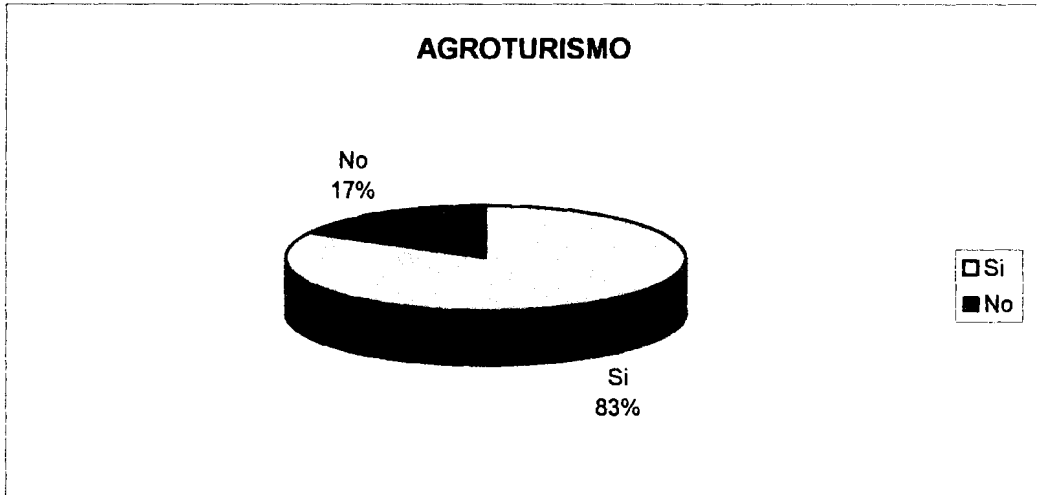
## CLASE DE COMIDA



pregunta # 15:

¿Estaría dispuesto a participar en un tipo de turismo relacionado a actividades agrícolas, el cual se denomina agroturismo?

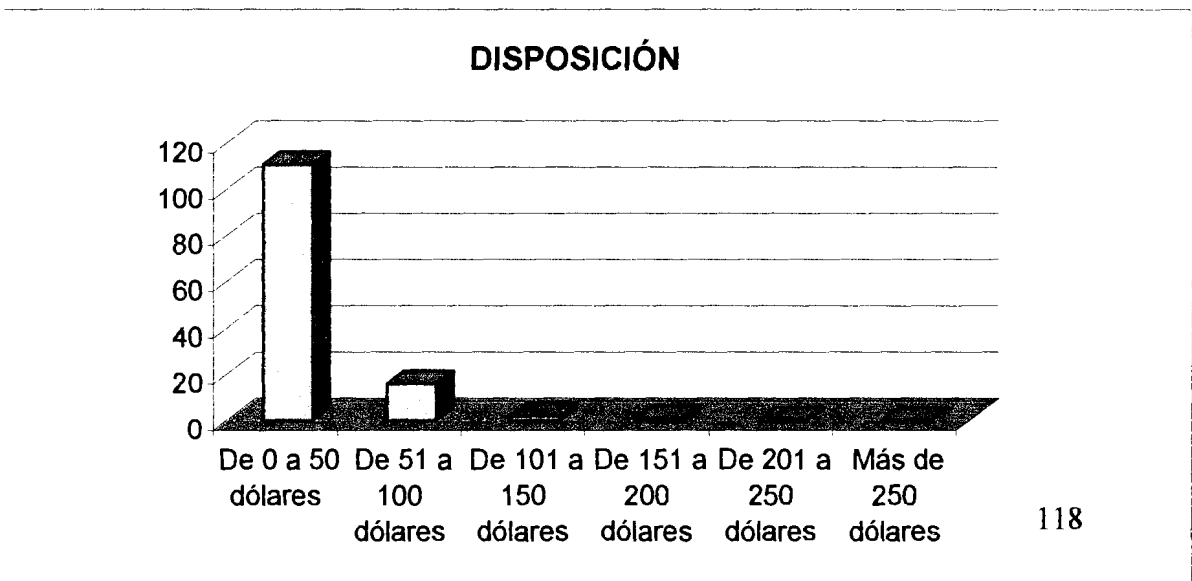
Si	130
No	27
Total	157



pregunta # 16:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un día de vacaciones en una granja agroturística?

De 0 a 50 dólares	111
De 51 a 100 dólares	16
De 101 a 150 dólares	2
De 151 a 200 dólares	1
De 201 a 250 dólares	0
Más de 250 dólares	0
Total	130





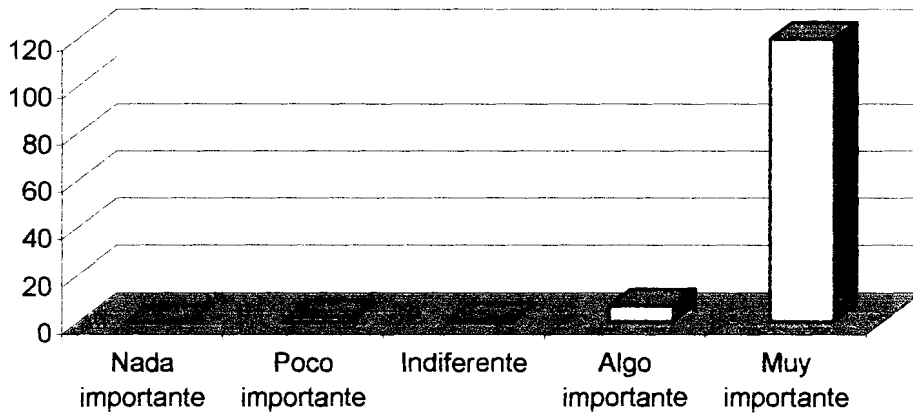
gunta # 17:

de las siguientes opciones señale que tan importantes serían para usted encontrarlas en una granja turística

alojamiento:

Nada importante	0
Poco importante	2
Indiferente	1
Algo importante	7
Muy importante	120
Total	130

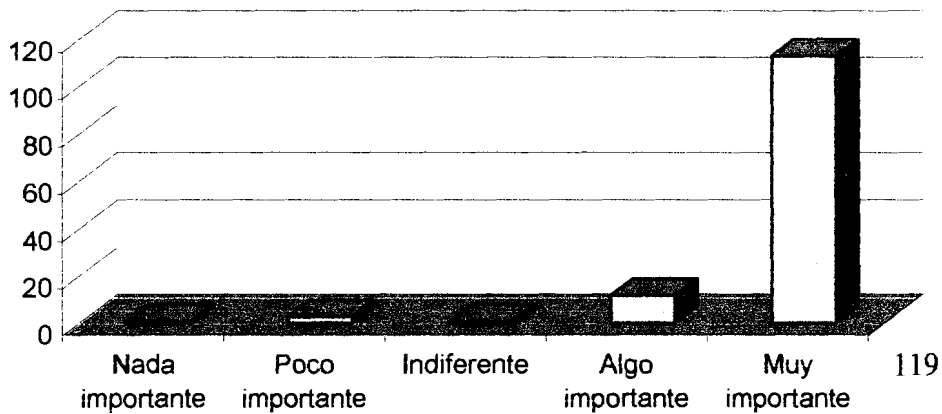
### ALOJAMIENTO



restaurante:

Nada importante	1
Poco importante	3
Indiferente	1
Algo importante	12
Muy importante	113
Total	130

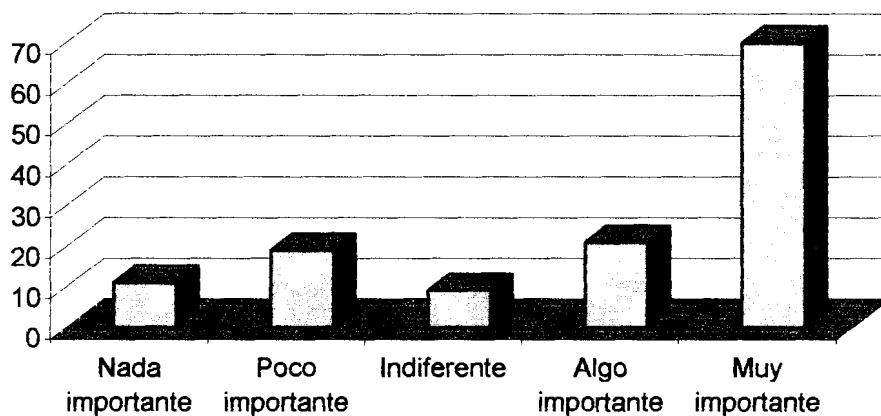
### RESTAURANTE



**Paseos a caballo:**

Nada importante	11
Poco importante	19
Indiferente	9
Algo importante	21
Muy importante	70
Total	130

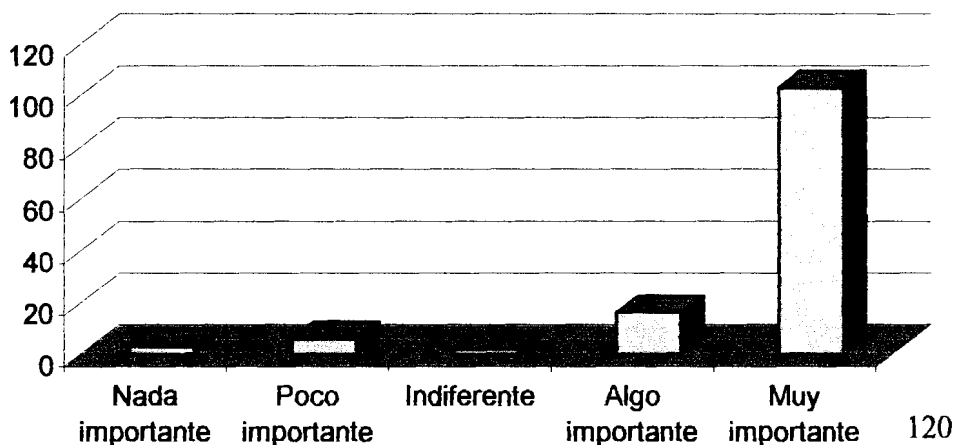
**PASEO A CABALLO**



**visitar plantaciones agrícolas:**

Nada importante	3
Poco importante	6
Indiferente	2
Algo importante	16
Muy importante	103
Total	130

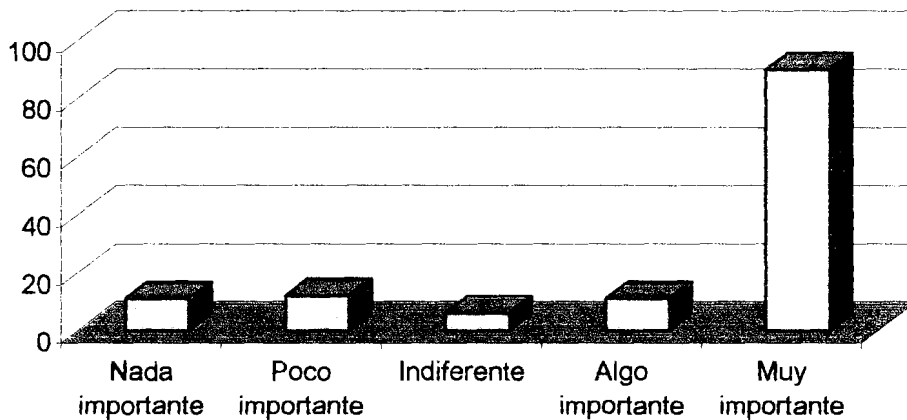
**PLANTACIONES**



Baños en riachuelos:

Nada importante	11
Poco importante	12
Indiferente	6
Algo importante	11
Muy importante	90
Total	130

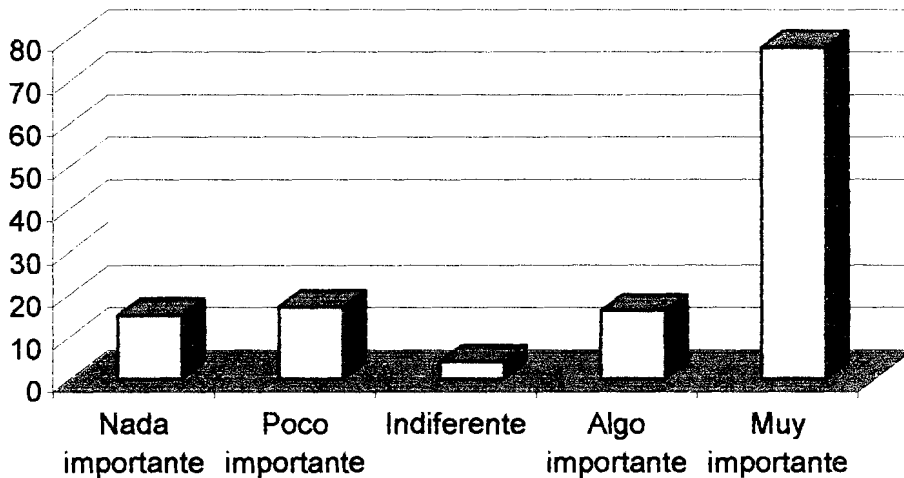
### RIACHUELOS



Piscina:

Nada importante	15
Poco importante	17
Indiferente	4
Algo importante	16
Muy importante	78
Total	130

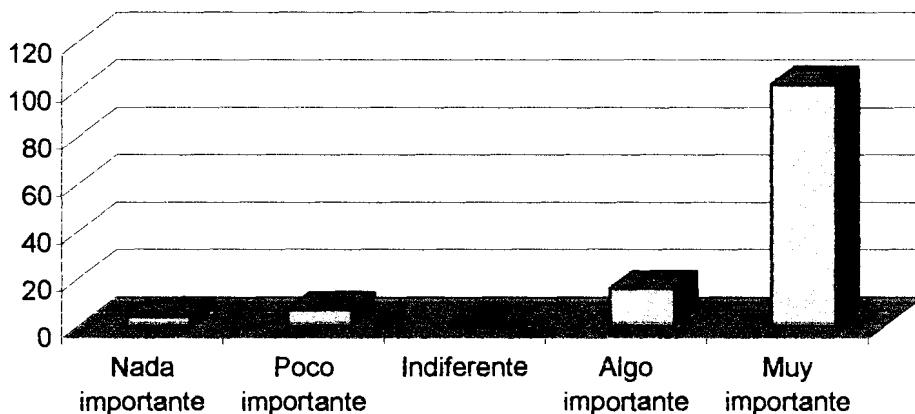
### PISCINA



Juegos deportivos:

Nada importante	4
Poco importante	7
Indiferente	1
Algo importante	16
Muy importante	102
Total	130

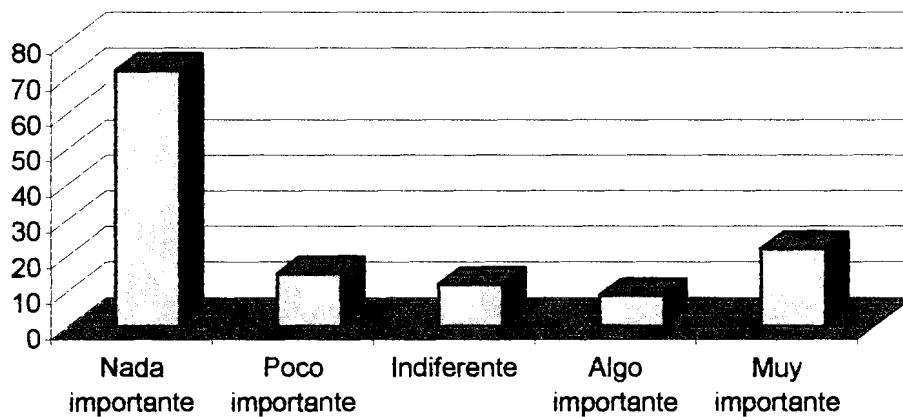
### JUEGOS DEPORTIVOS



sino:

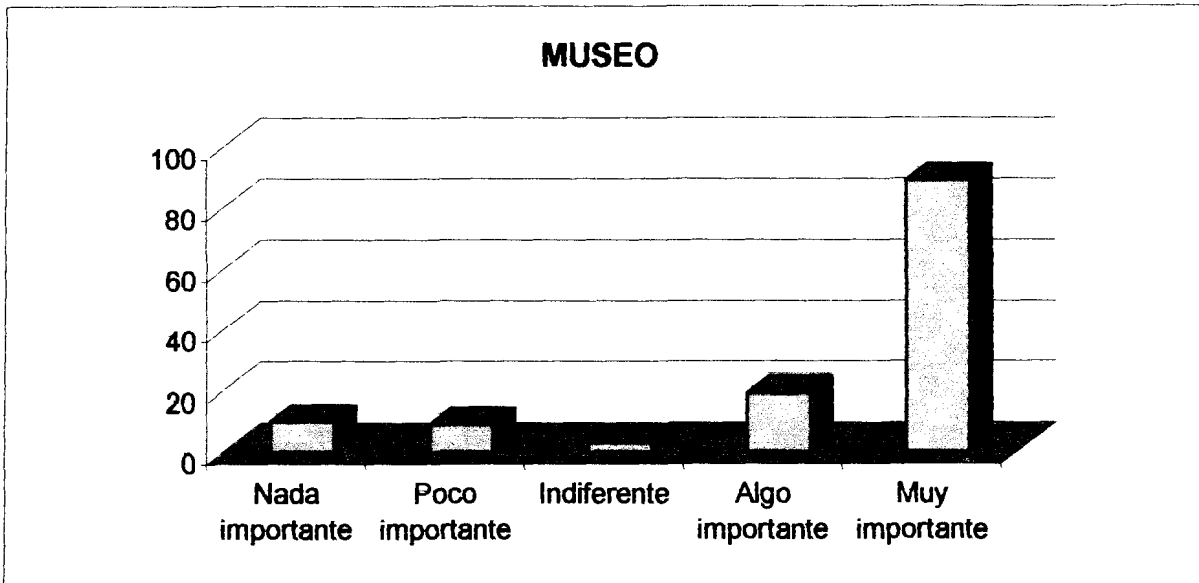
Nada importante	72
Poco importante	15
Indiferente	12
Algo importante	9
Muy importante	22
Total	130

### CASINO



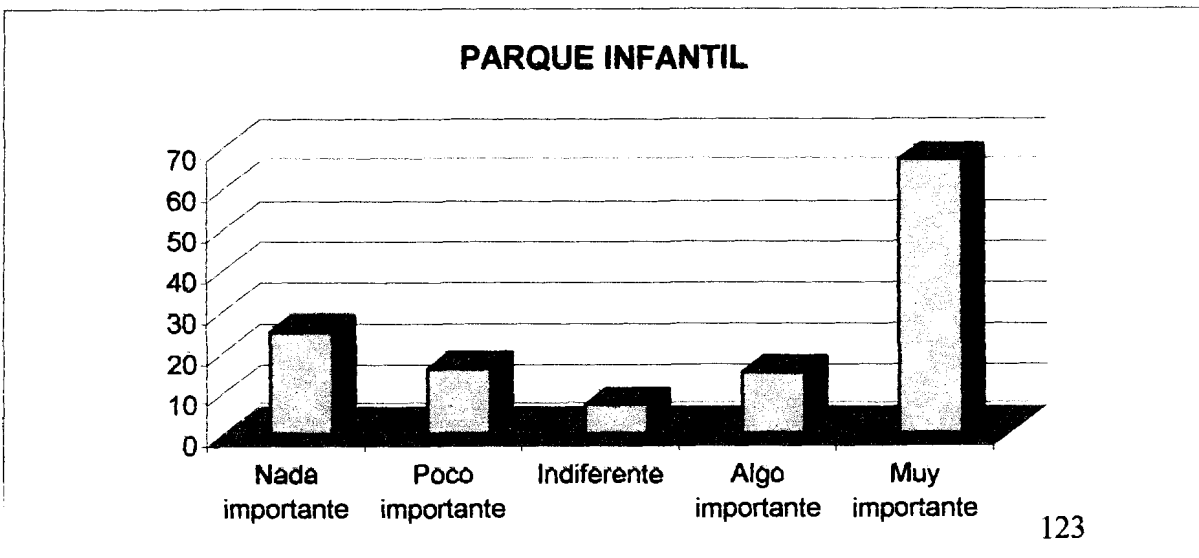
Museo:

Nada importante	10
Poco importante	9
Indiferente	3
Algo importante	19
Muy importante	89
Total	130



Parque infantil:

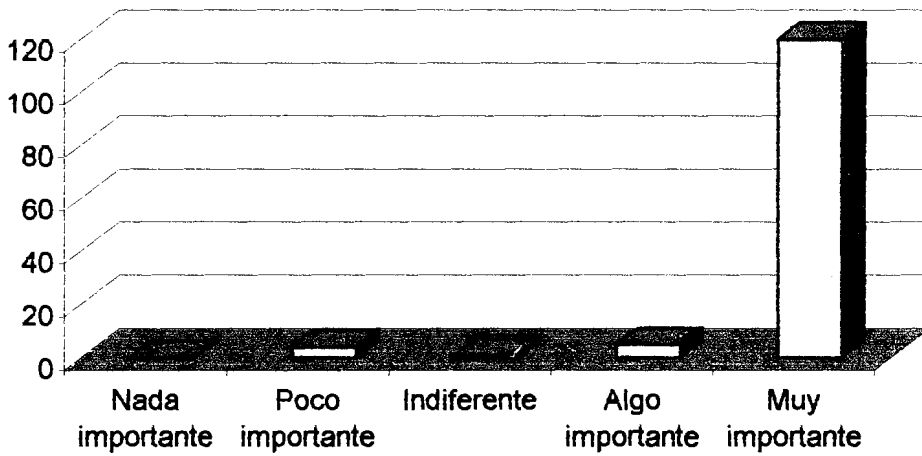
Nada importante	25
Poco importante	16
Indiferente	7
Algo importante	15
Muy importante	67
Total	130



Observar animales:

Nada importante	0
Poco importante	4
Indiferente	1
Algo importante	5
Muy importante	120
Total	130

### ANIMALES



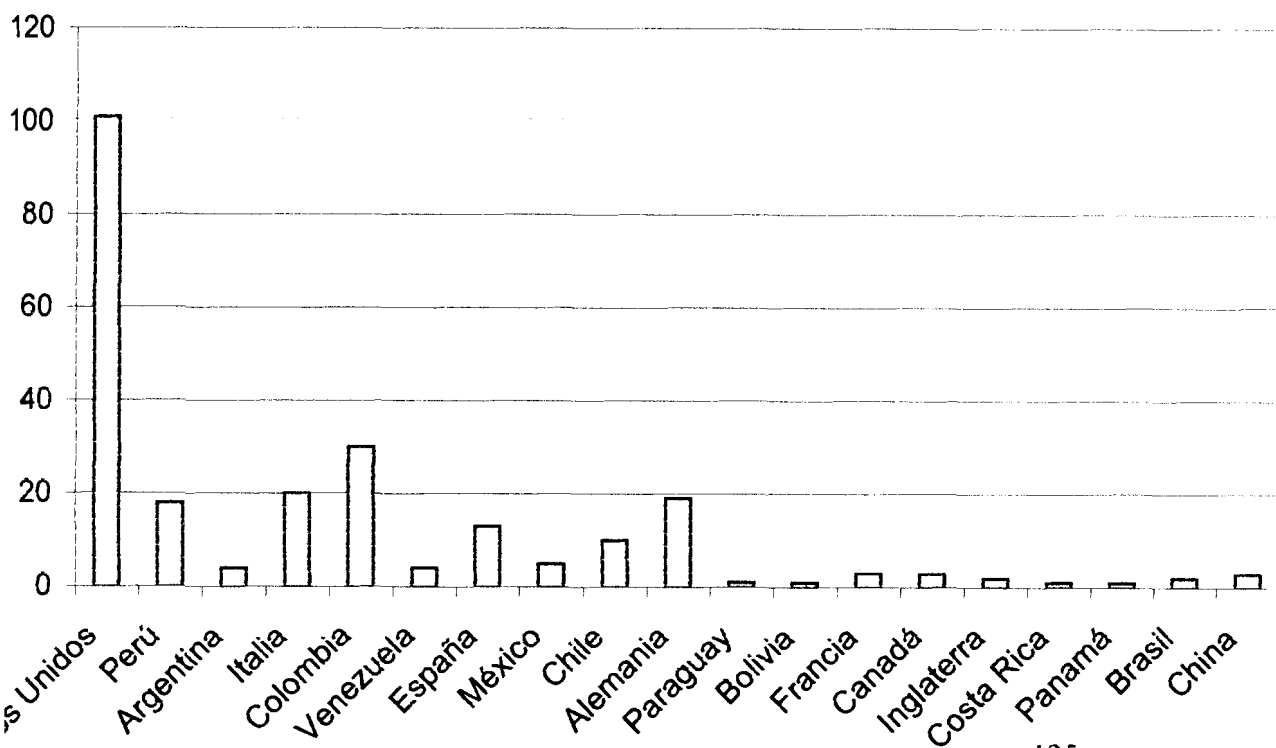
# RESULTADOS DE ENCUESTA EXTRANJERA

personales:

% Residencia:

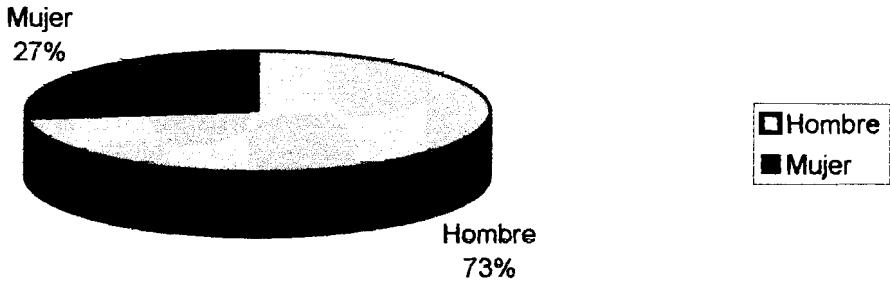
Estados Unidos	101
Perú	18
Argentina	4
Italia	20
Colombia	30
Venezuela	4
España	13
México	5
Chile	10
Alemania	19
Paraguay	1
Bolivia	1
Francia	3
Canadá	3
Inglaterra	2
Costa Rica	1
Panamá	1
Brasil	2
China	3
Total	241

## País

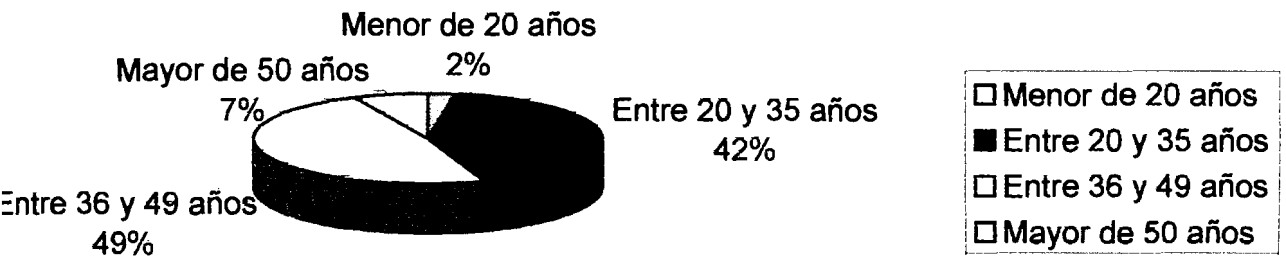


Hombre	176
Mujer	65
Total	241

### Género

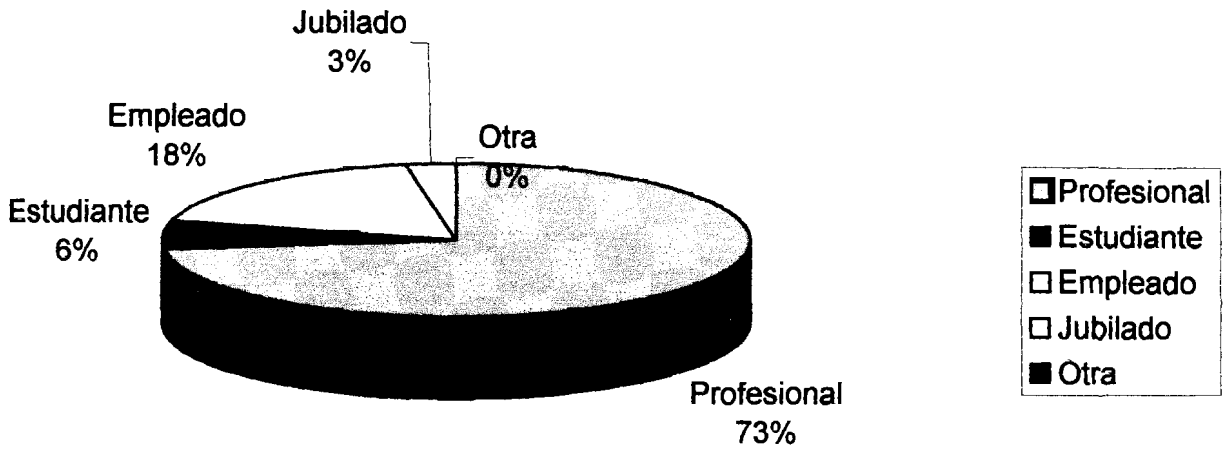


Menor de 20 años	6
Entre 20 y 35 años	102
Entre 36 y 49 años	116
Mayor de 50 años	17
Total	241





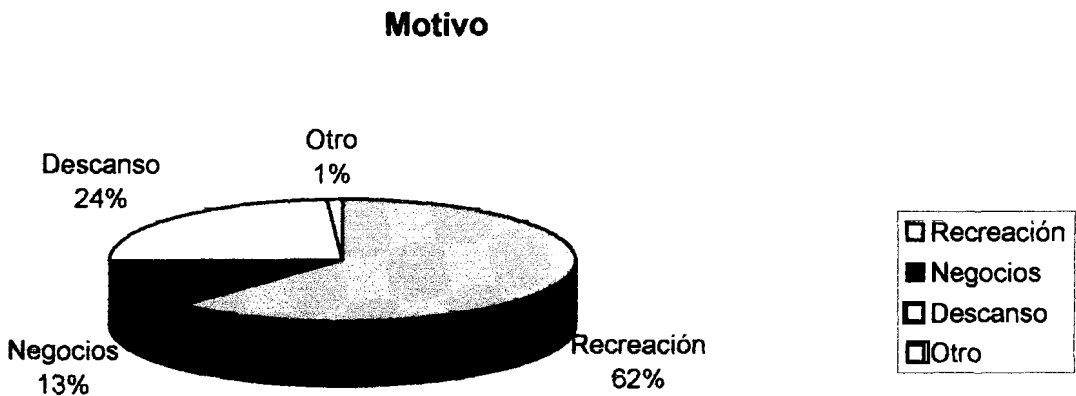
Profesional	176
Estudiante	15
Empleado	43
Jubilado	7
Otra	0
Total	241



#1:

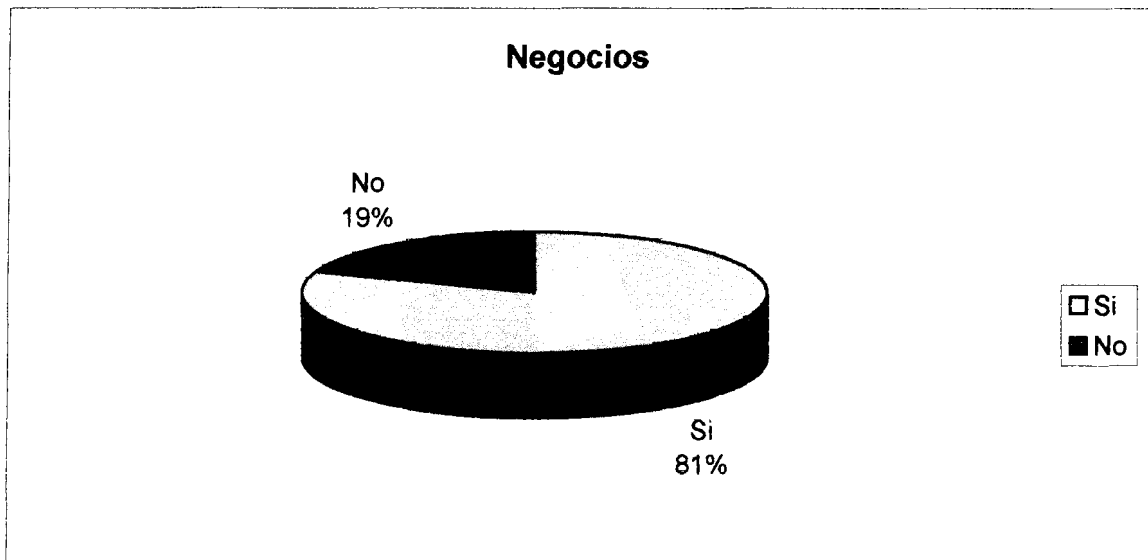
¿el motivo de su visita al Ecuador?

Recreación	149
Negocios	31
Descanso	58
Otro	3
Total	241



¿Mientras su estadía tuvo la oportunidad de visitar sitios turísticos atractivos en Ecuador?

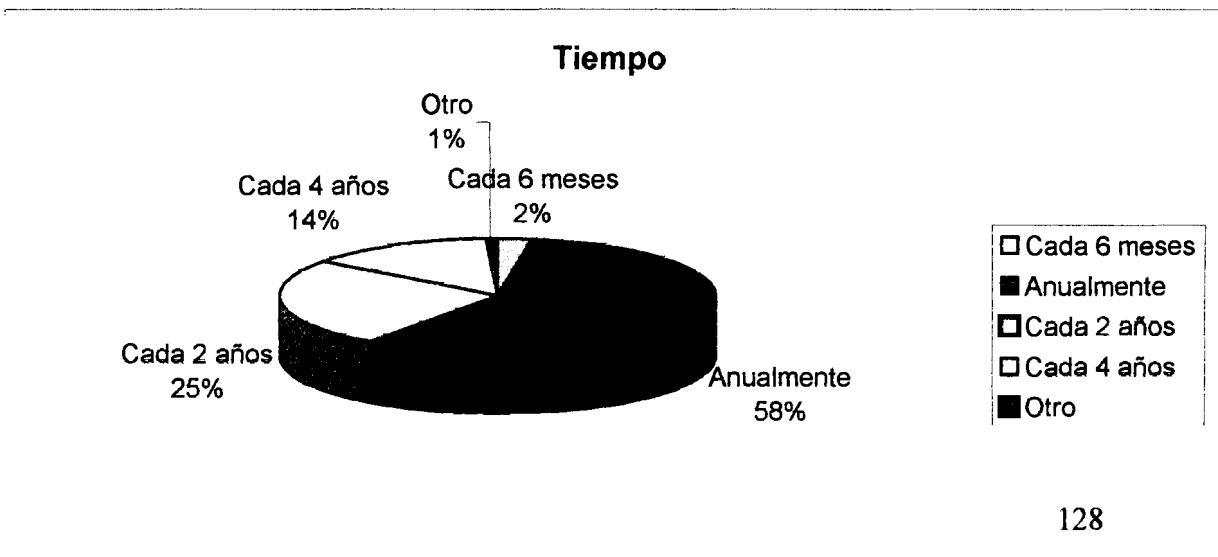
Si	25
No	6
Total	31



a #3 :

¿Cada cuánto tiempo realiza sus viajes de vacaciones fuera de su país ?

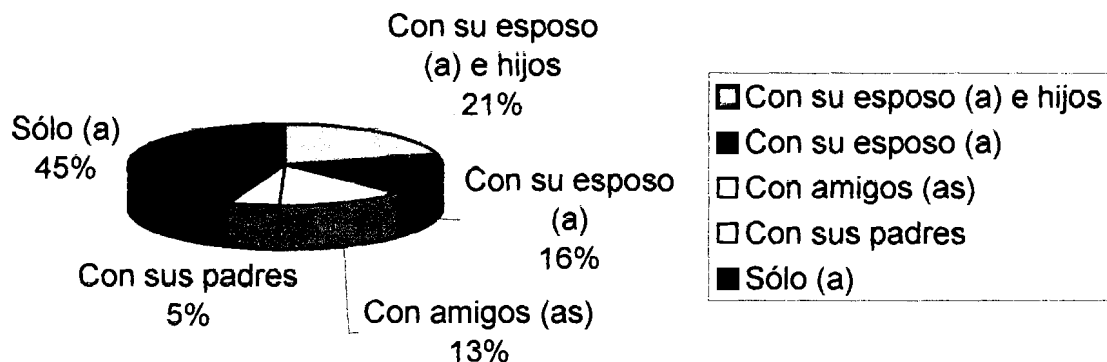
Cada 6 meses	5
Anualmente	121
Cada 2 años	53
Cada 4 años	29
Otro	2
Total	210



¿Con quién sale de vacaciones, con que personas lo hace con mayor frecuencia?

Con su esposo (a) e hijos	44
Con su esposo (a)	34
Con amigos (as)	28
Con sus padres	11
Sólo (a)	93
Total	210

### Personas

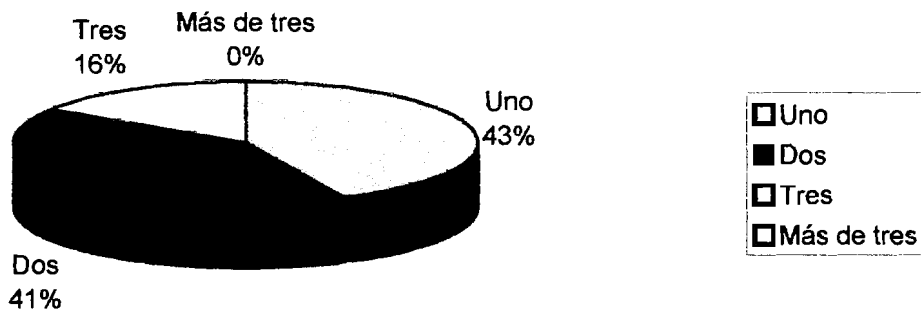


# 5 :

¿Cuántos hijos tiene?

Uno	19
Dos	18
Tres	7
Más de tres	0
Total	44

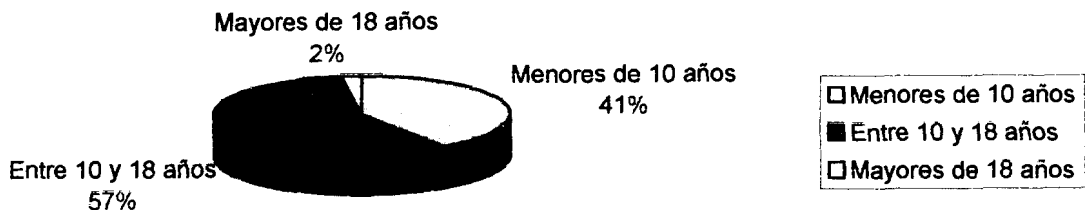
### Hijos



rango de edad se encuentran sus hijos?

Menores de 10 años	18
Entre 10 y 18 años	25
Mayores de 18 años	1
Total	44

### Edad-Hijos

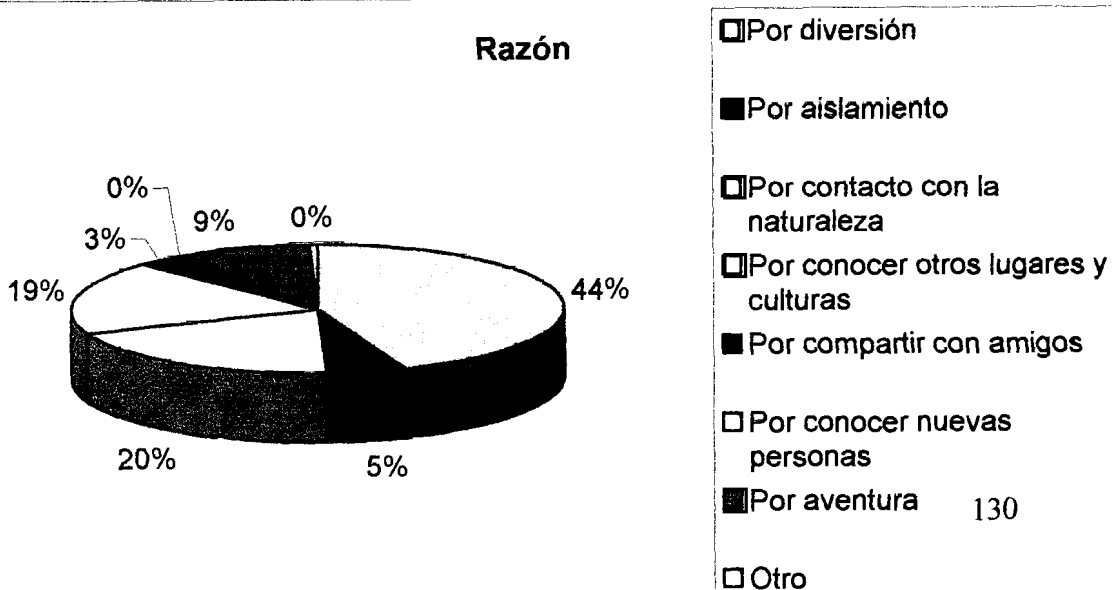


# 7

por la que usted sale de vacaciones es:

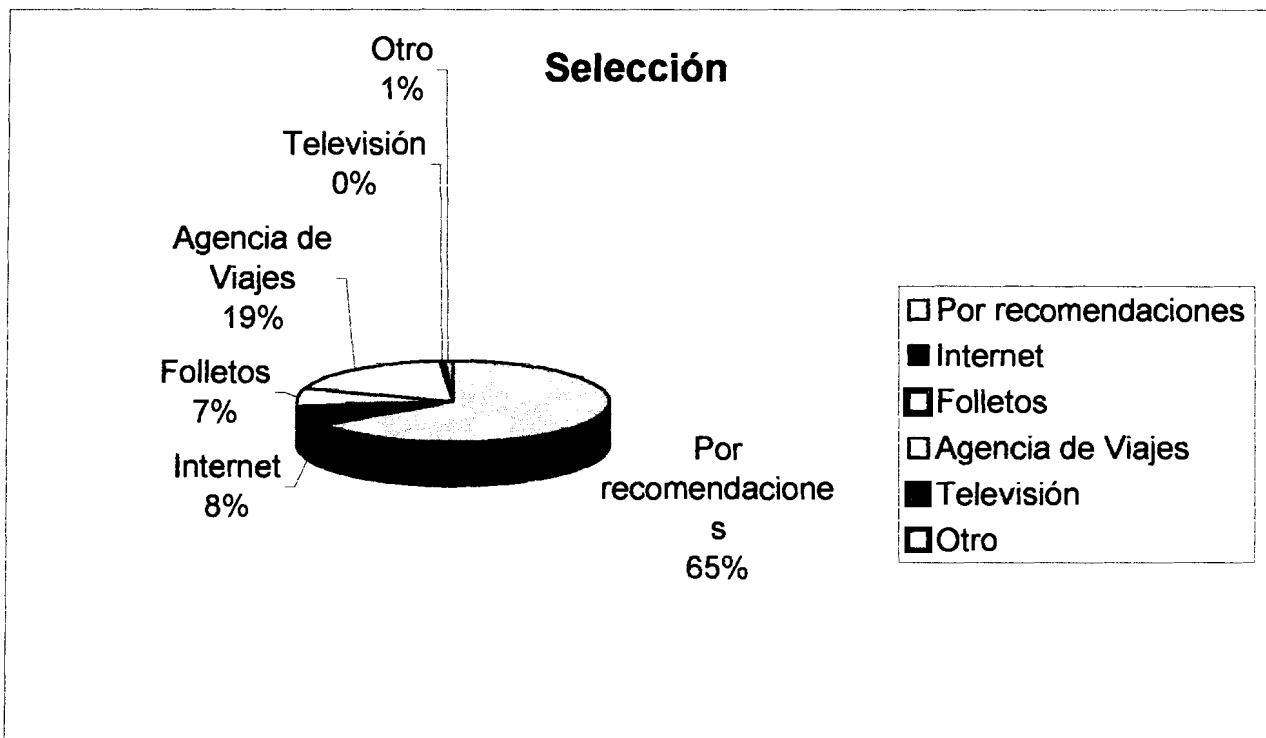
Por diversión	93
Por aislamiento	11
Por contacto con la naturaleza	41
Por conocer otros lugares y culturas	39
Por compartir con amigos	6
Por conocer nuevas personas	1
Por aventura	18
Otro	1
Total	210

### Razón



¿seleccionó a Ecuador para pasar sus vacaciones?

Por recomendaciones	137
Internet	17
Folletos	14
Agencia de Viajes	39
Televisión	1
Otro	2
Total	210

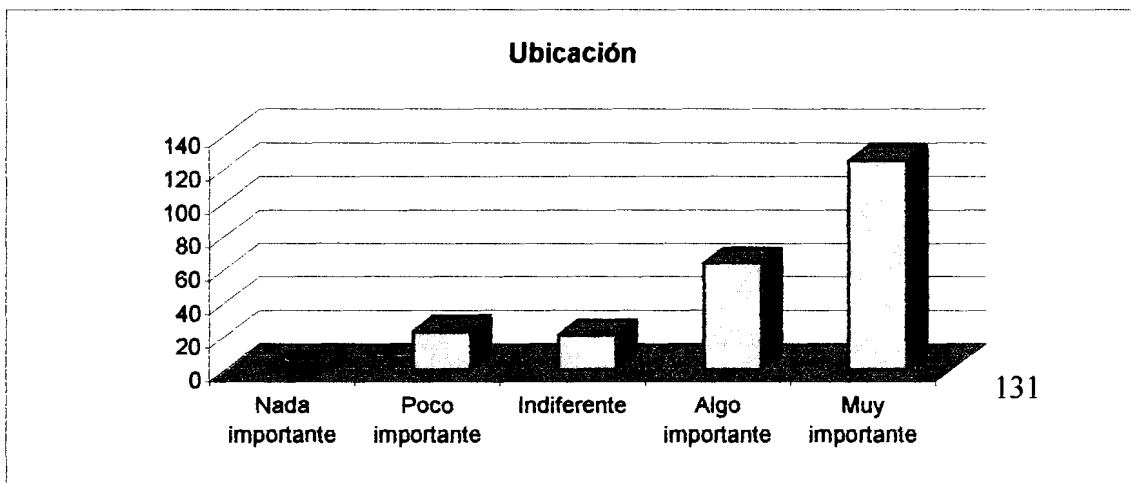


a # 9:

¿cuán importante son para usted las siguientes condiciones al momento de elegir el destino turístico?

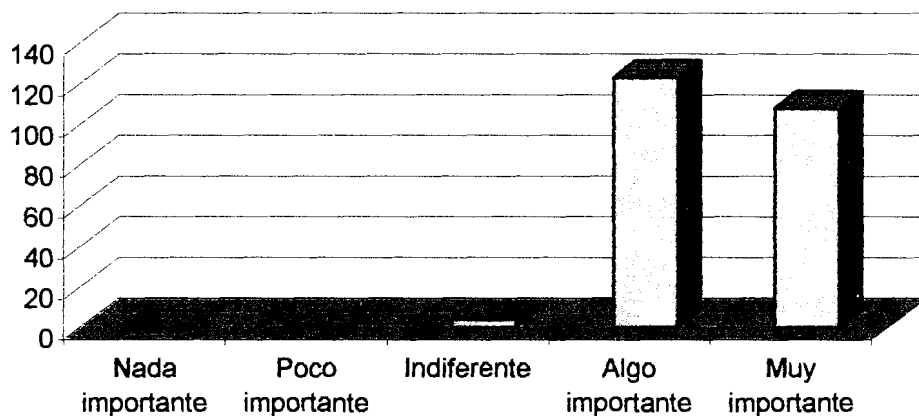
¿cuán:

Nada importante	2
Poco importante	23
Indiferente	21
Algo importante	64
Muy importante	125
Total	235



Nada importante	0
Poco importante	0
Indiferente	4
Algo importante	123
Muy importante	108
Total	235

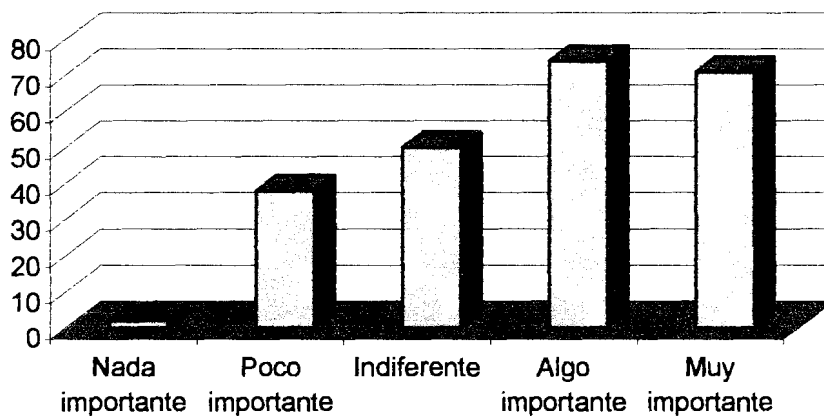
### Seguridad



ectura:

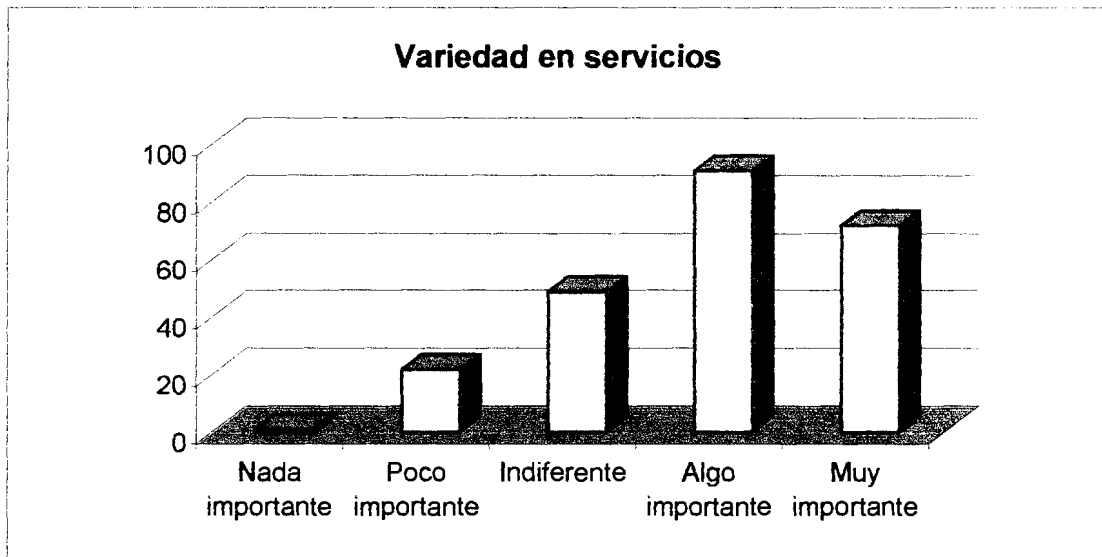
Nada importante	2
Poco importante	38
Indiferente	50
Algo importante	74
Muy importante	71
Total	235

### Infraestructura



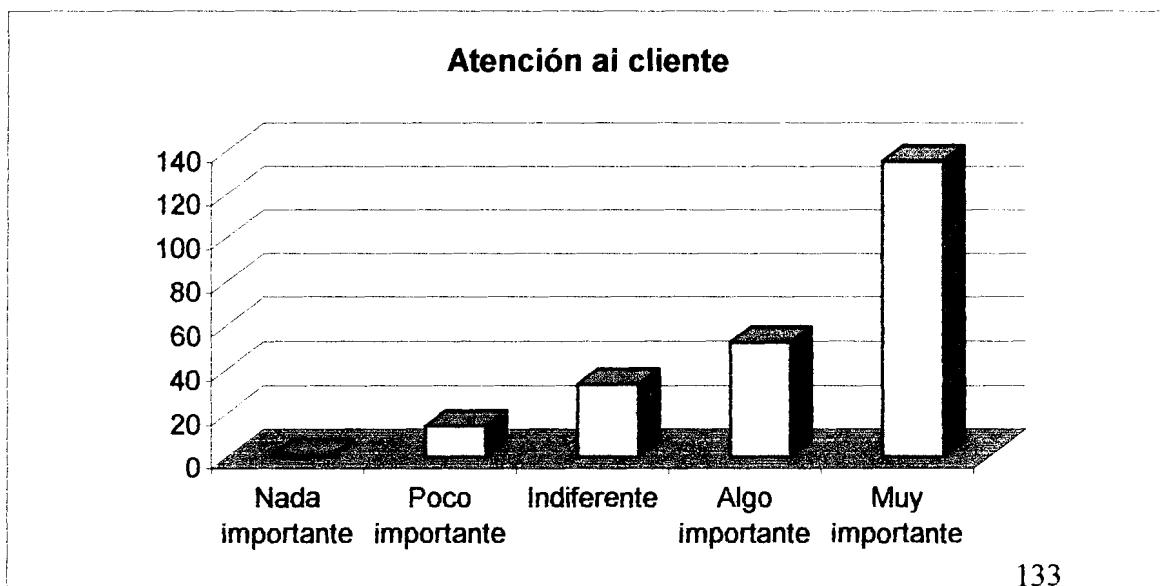
idad en servicios:

Nada importante	1
Poco importante	22
Indiferente	49
Algo importante	91
Muy importante	72
Total	235



n al cliente:

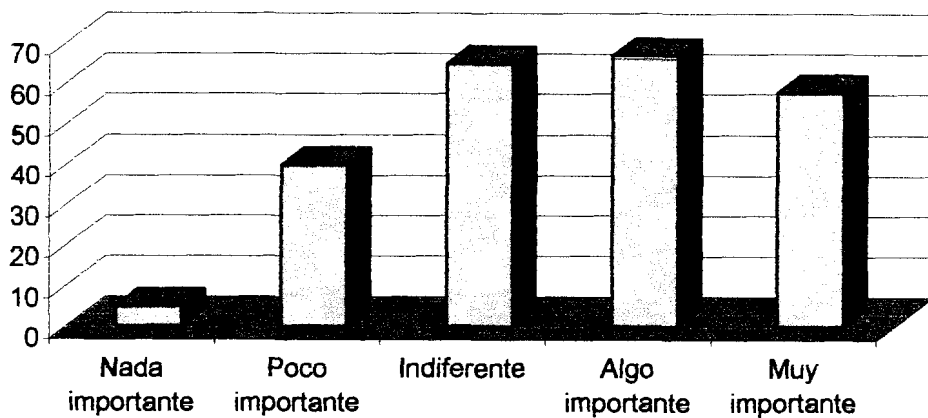
Nada importante	1
Poco importante	14
Indiferente	33
Algo importante	52
Muy importante	135
Total	235



al lugar:

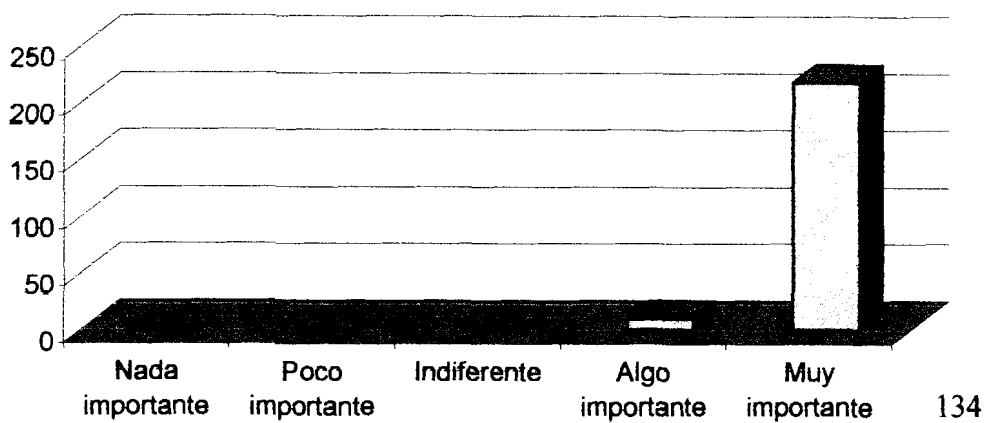
Nada importante	5
Poco importante	40
Indiferente	65
Algo importante	67
Muy importante	58
Total	235

### Acceso al Lugar



Nada importante	0
Poco importante	1
Indiferente	4
Algo importante	11
Muy importante	219
Total	235

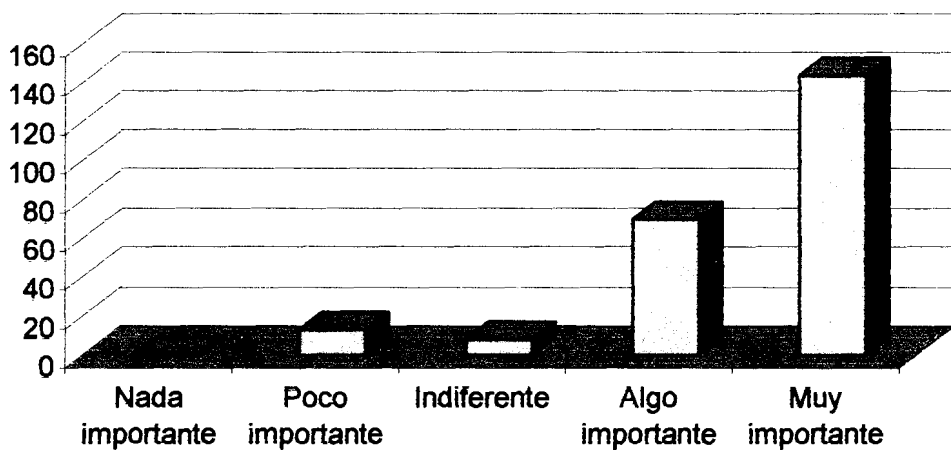
### Limpieza





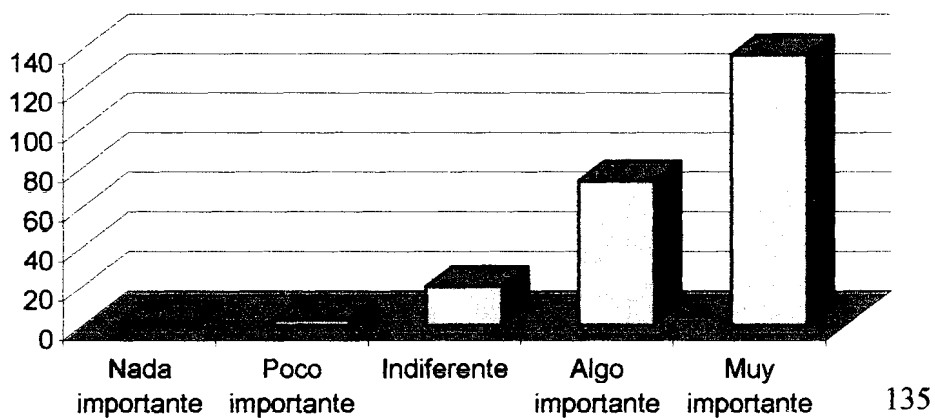
Nada importante	0
Poco importante	13
Indiferente	8
Algo importante	70
Muy importante	144
Total	235

### Calidad de servicio



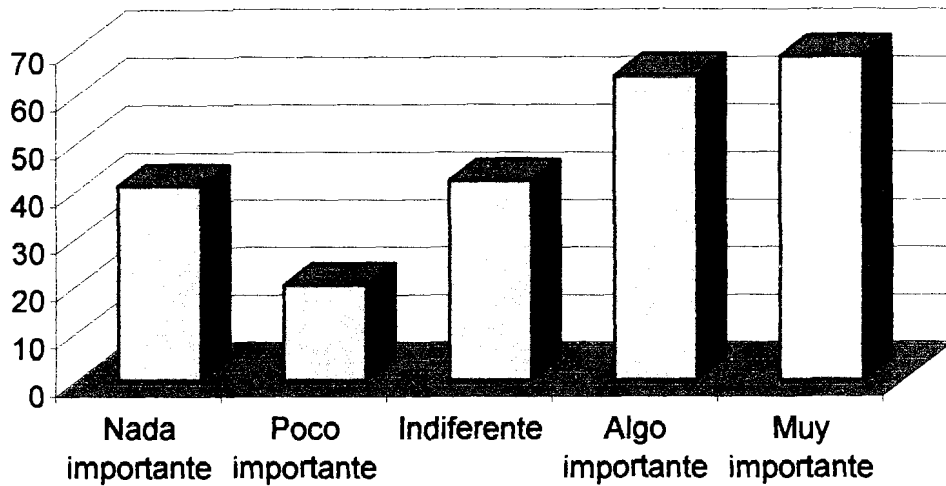
Nada importante	2
Poco importante	3
Indiferente	20
Algo importante	73
Muy importante	137
Total	235

### Precio



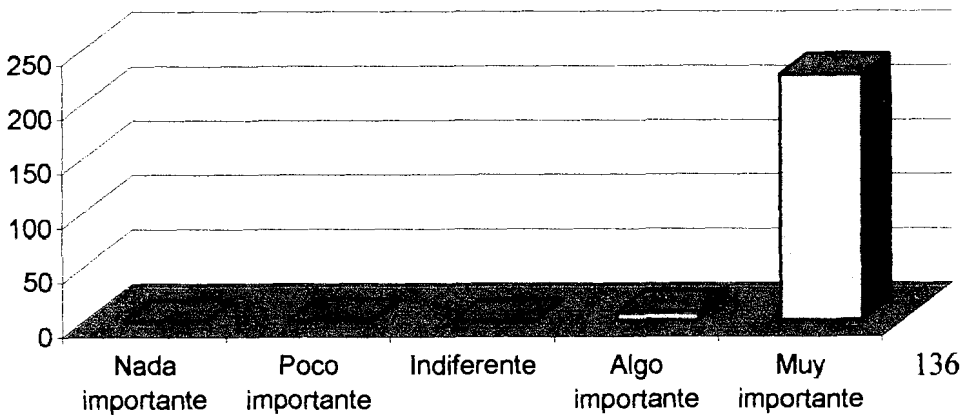
Nada importante	41
Poco importante	20
Indiferente	42
Algo importante	64
Muy importante	68
Total	235

### Parqueadero



Nada importante	0
Poco importante	1
Indiferente	0
Algo importante	8
Muy importante	226
Total	235

### Comida

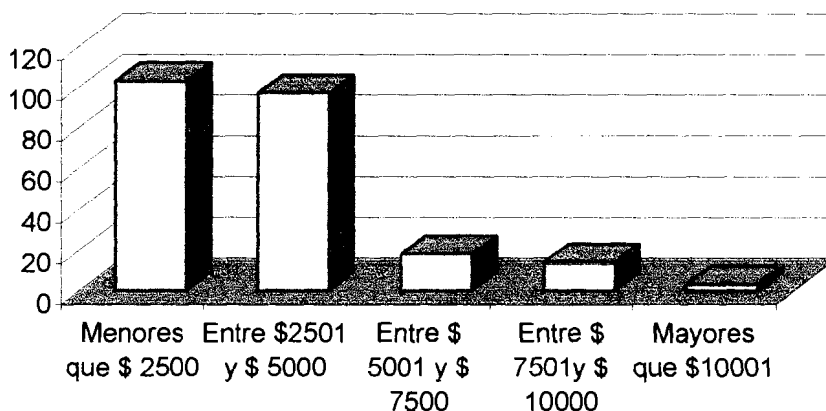


pregunta # 10:

Ingresos mensuales en su hogar son aproximadamente:

Menores que \$ 2500	103
Entre \$2501 y \$ 5000	97
Entre \$ 5001 y \$ 7500	18
Entre \$ 7501y \$ 10000	14
Mayores que \$10001	3
Total	235

### Ingresos

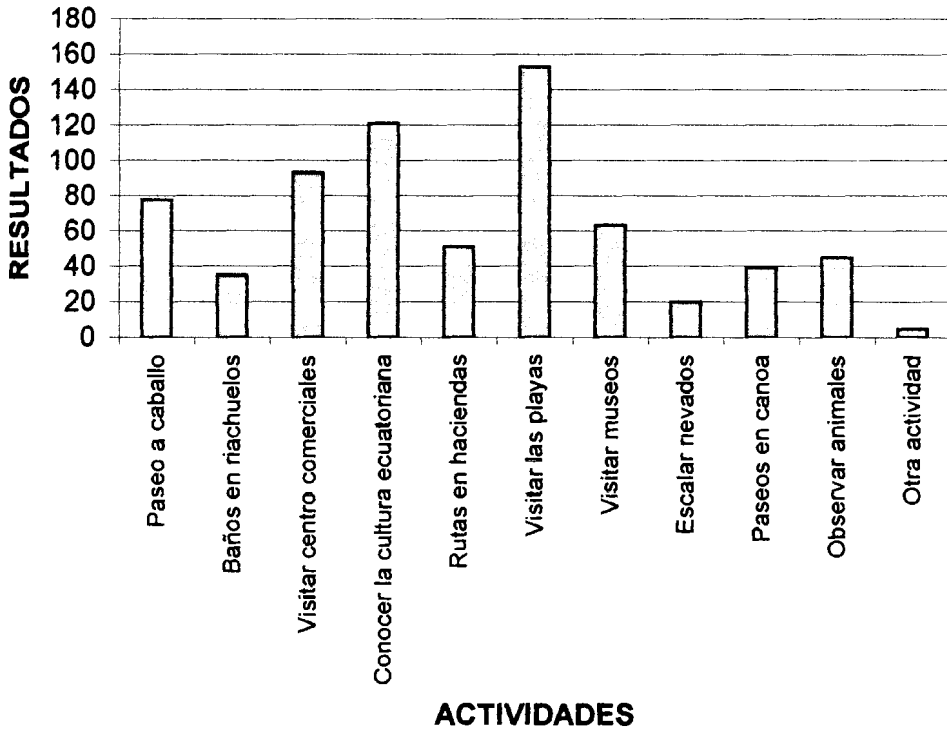


# 11:

Actividades realizó durante sus vacaciones en el Ecuador?

Paseo a caballo	78
Baños en riachuelos	35
Visitar centro comerciales	93
Conocer la cultura ecuatoriana	121
Rutas en haciendas	51
Visitar las playas	153
Visitar museos	63
Escalar nevados	20
Paseos en canoa	39
Observar animales	45
Otra actividad	5

## ACTIVIDADES REALIZADAS

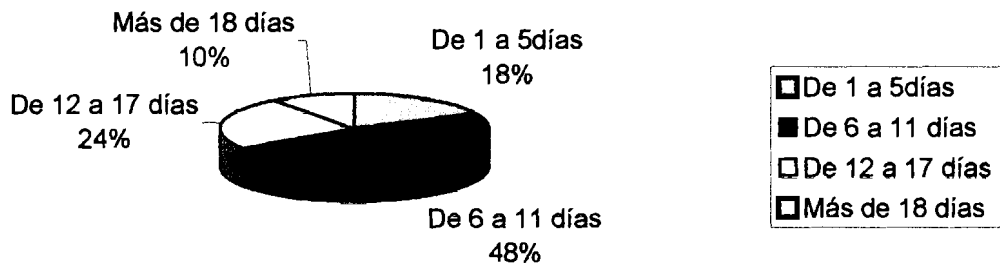


a # 12:

¿Cuántos días dedicó para realizar estas actividades?

De 1 a 5 días	42
De 6 a 11 días	112
De 12 a 17 días	57
Más de 18 días	24
<b>Total</b>	<b>235</b>

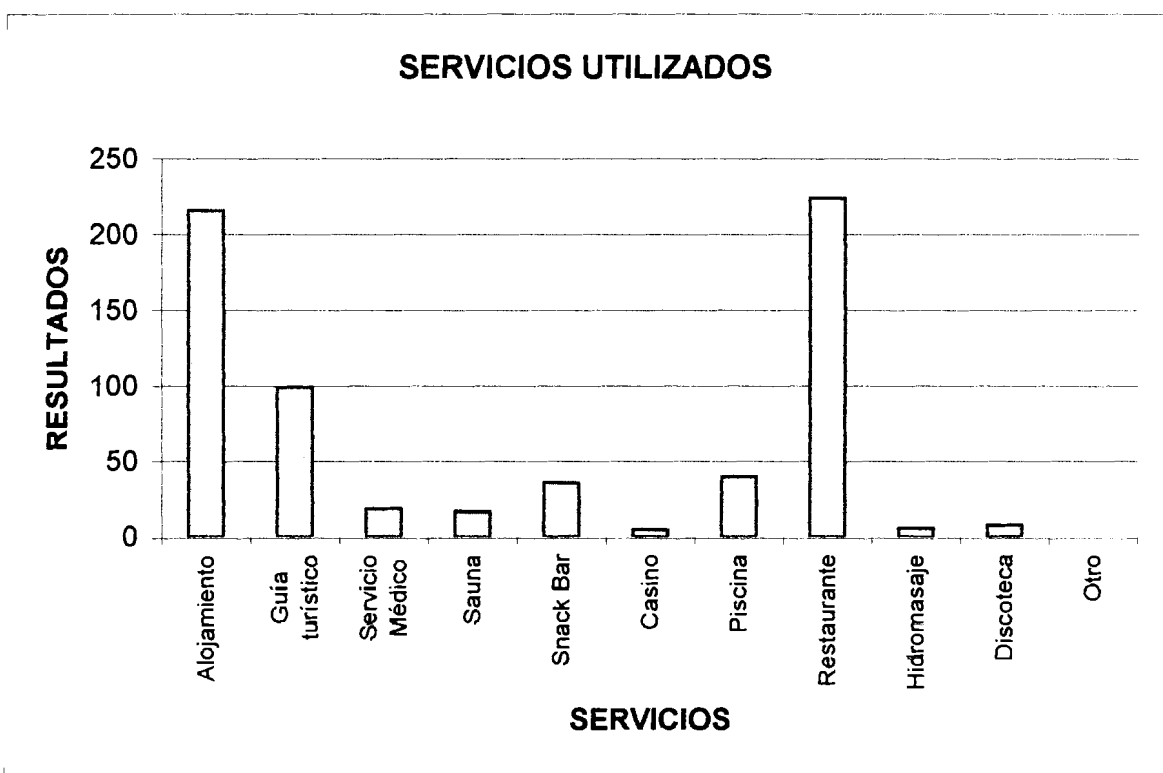
### Días



# 13:

¿Cuáles son los servicios que utilizó? Identifíquelos. Marque máximo tres opciones.

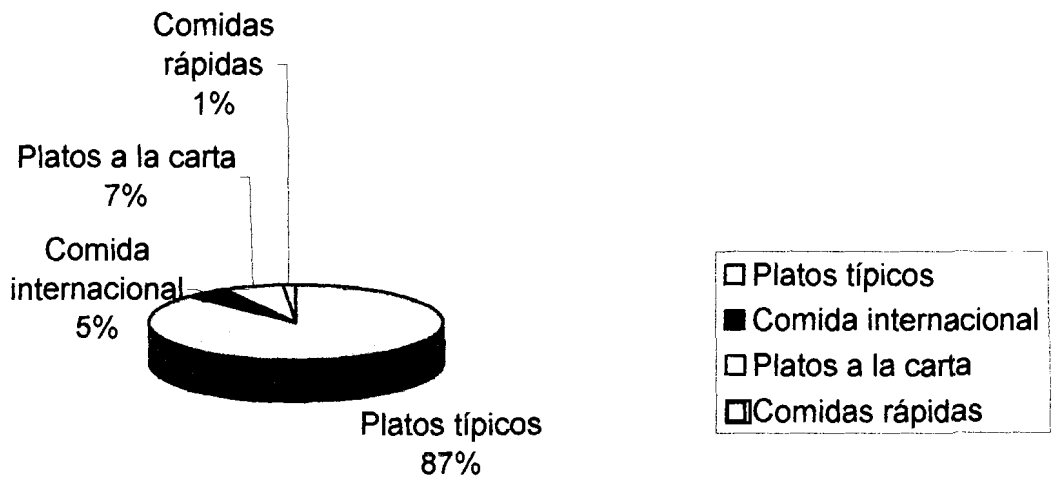
Alojamiento	216
Guía turístico	99
Servicio Médico	19
Sauna	17
Snack Bar	36
Casino	5
Piscina	40
Restaurante	224
Hidromasaje	6
Discoteca	8
Otro	0



# 14:

¿Qué tipo de comida disfrutó durante su estadía en Ecuador?

Platos típicos	205
Comida internacional	11
Platos a la carta	16
Comidas rápidas	3
Total	235

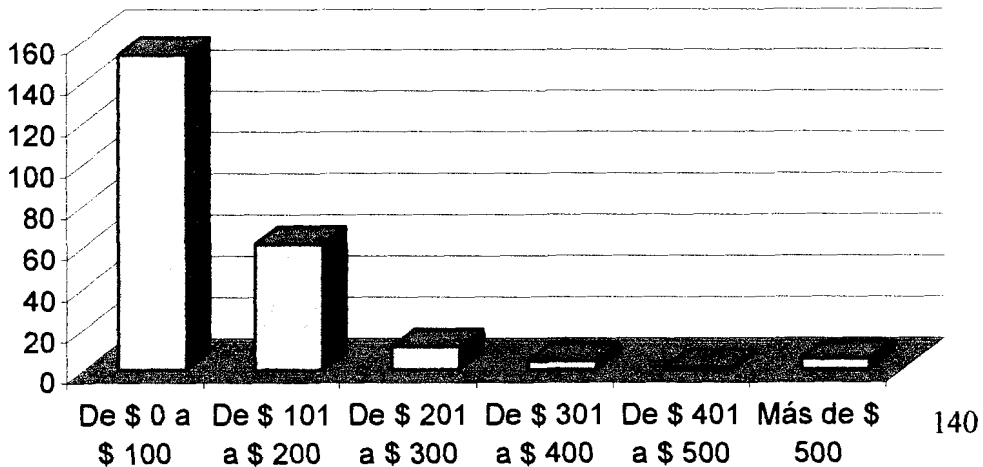


# 15:

gastó por los diversos servicios utilizados durante un día de visita al Ecuador ?

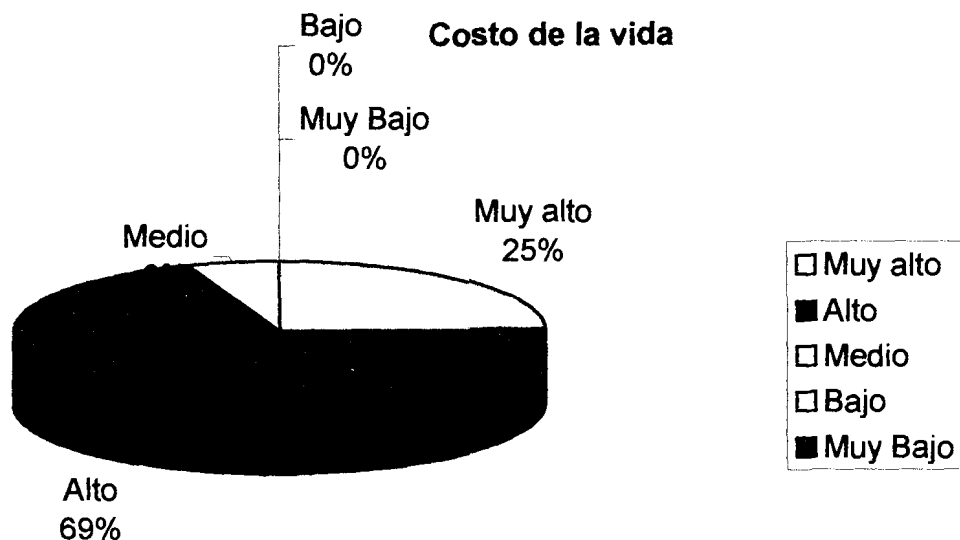
De \$ 0 a \$ 100	153
De \$ 101 a \$ 200	61
De \$ 201 a \$ 300	11
De \$ 301 a \$ 400	4
De \$ 401 a \$ 500	1
Más de \$ 500	5
Total	235

### Gasto



¿Cuál es su criterio sobre el costo de la vida en Ecuador ?

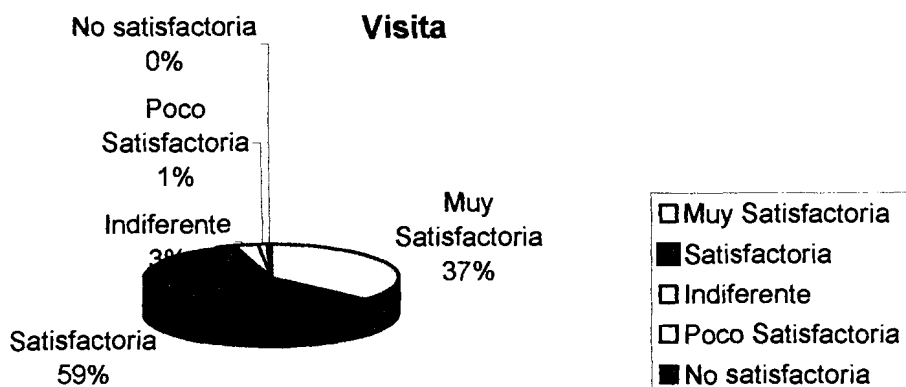
Muy alto	58
Alto	164
Medio	13
Bajo	0
Muy Bajo	0
Total	235



# 17:

¿Cómo calificaría en general su visita al Ecuador ?

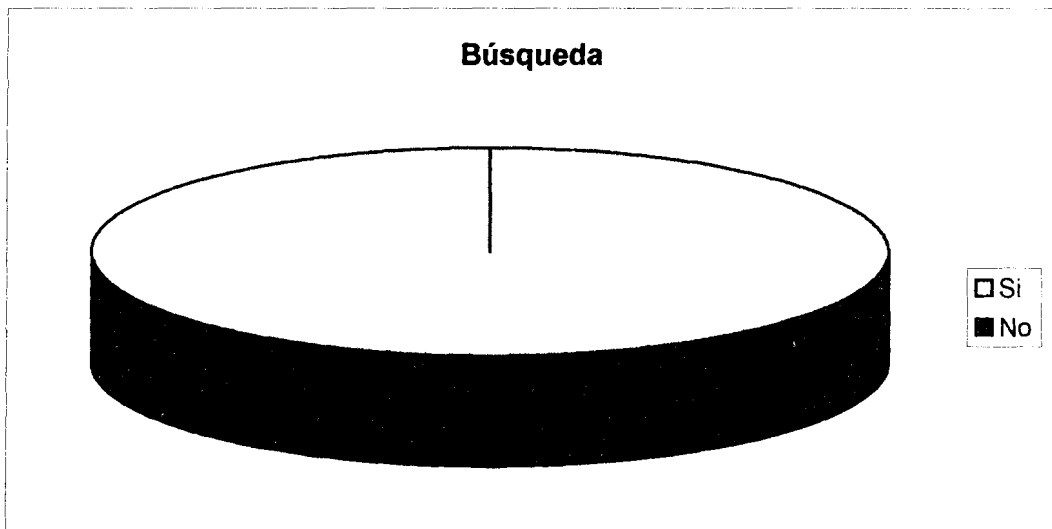
Muy Satisfactoria	86
Satisfactoria	138
Indiferente	7
Poco Satisfactoria	3
No satisfactoria	1
Total	235



pregunta # 18 :

¿Controló lo que vino a buscar en el Ecuador ?

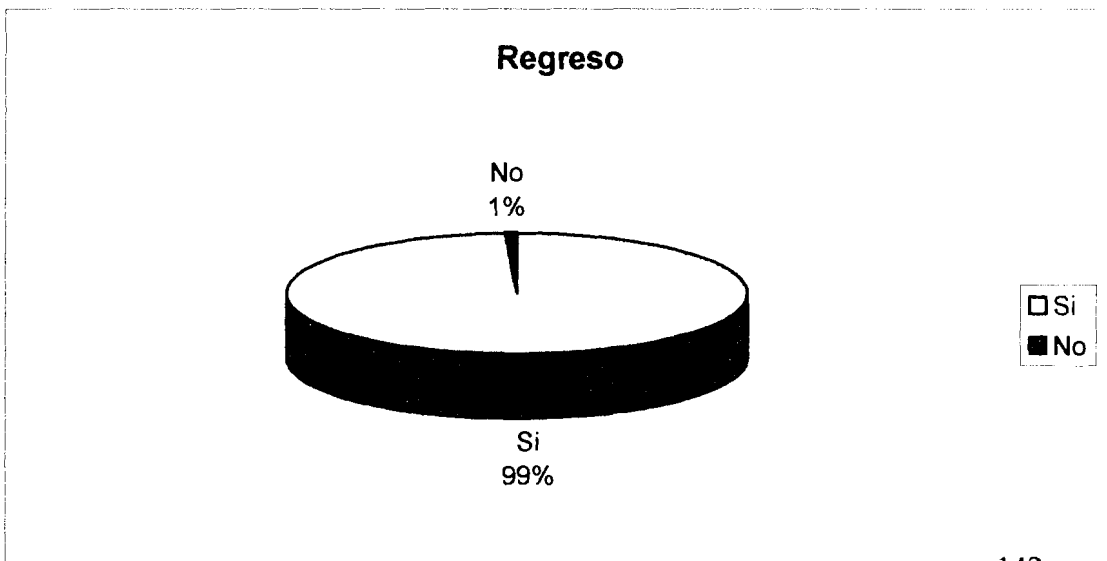
Si	235
No	0
Total	235



pregunta # 19:

¿Volvería usted nuevamente al Ecuador?

Si	233
No	2
Total	235

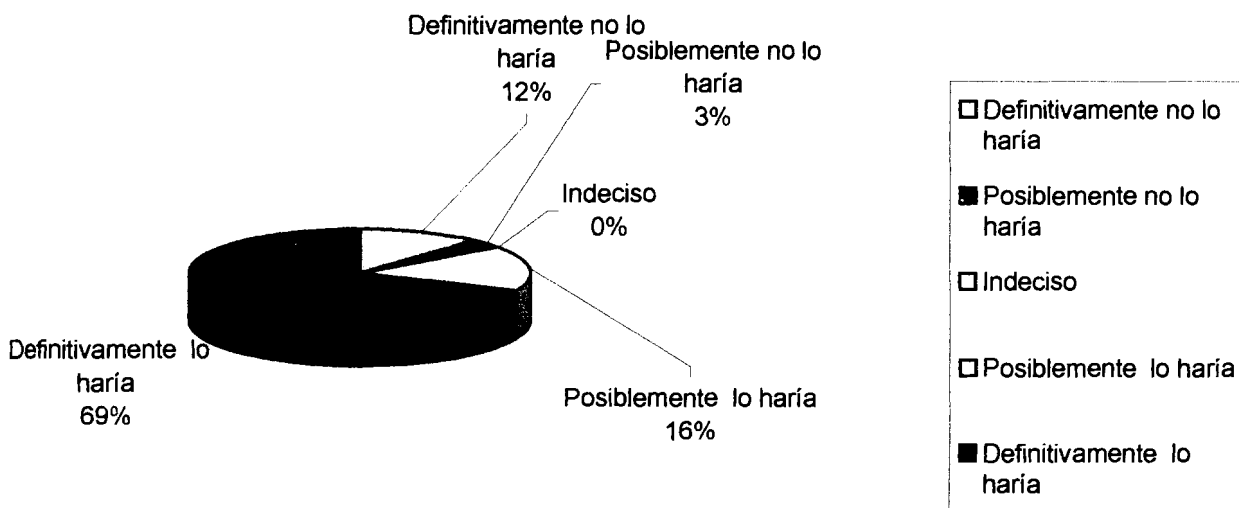




pregunta # 20:

¿Haría usted una granja agroturística en el Ecuador ?

Definitivamente no lo haría	27
Posiblemente no lo haría	8
Indeciso	0
Posiblemente lo haría	38
Definitivamente lo haría	160
Total	233



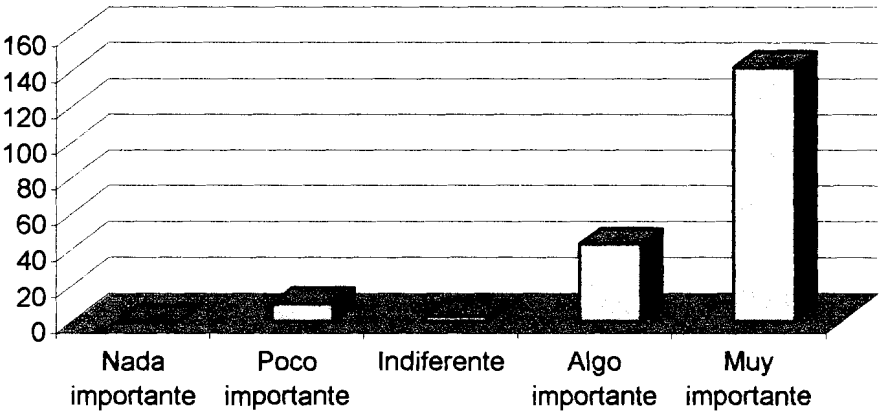
# 21:

Las siguientes opciones señale que tan importantes serían para usted encontrarlas en una granja agroturística

Encuestado:

Nada importante	0
Poco importante	10
Indiferente	3
Algo importante	43
Muy importante	142
Total	198

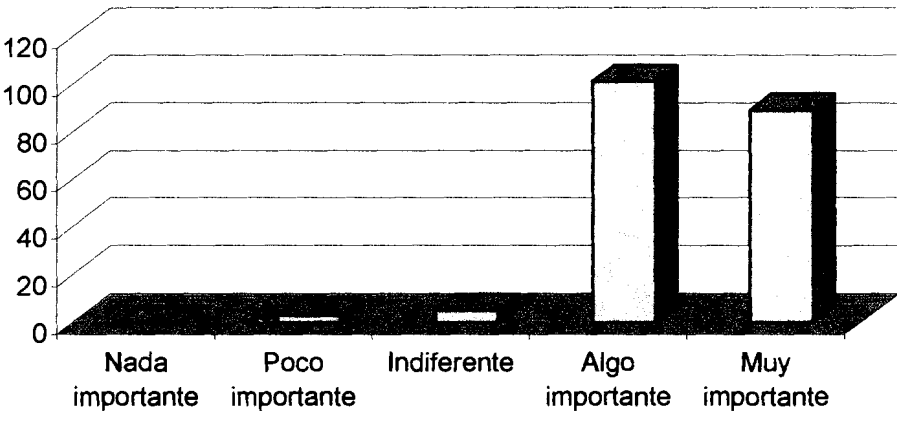
### Alojamiento



irante:

Nada importante	0
Poco importante	3
Indiferente	5
Algo importante	101
Muy importante	89
Total	198

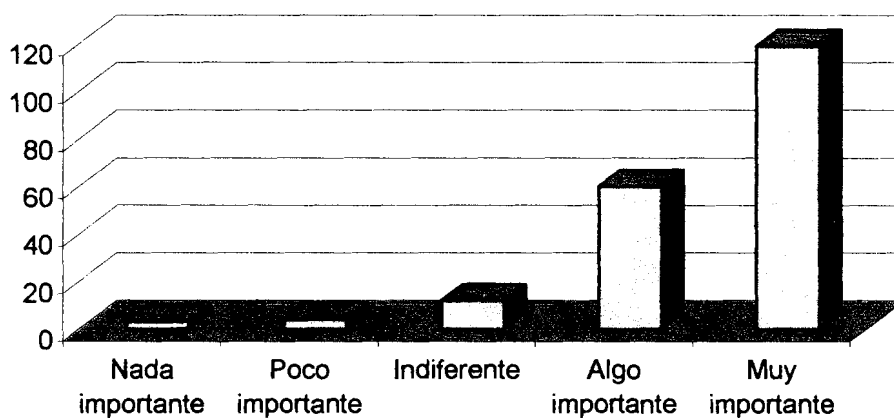
### Restaurante



**os a caballo:**

Nada importante	3
Poco importante	4
Indiferente	12
Algo importante	60
Muy importante	119
Total	198

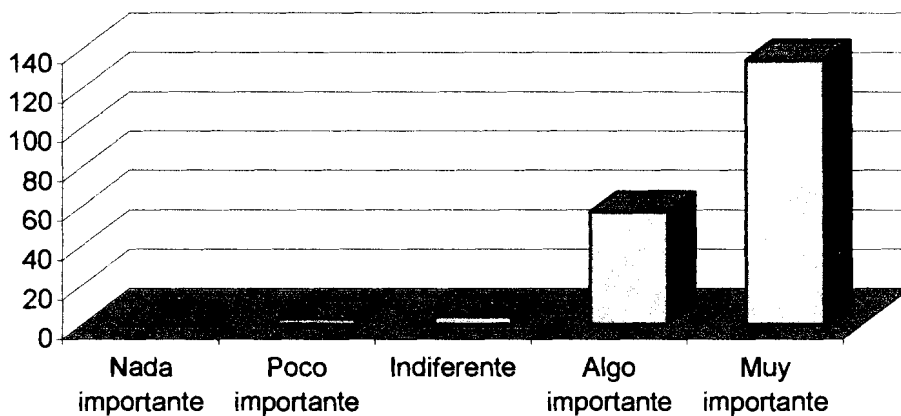
**Paseo a caballo**



**plantaciones agrícolas:**

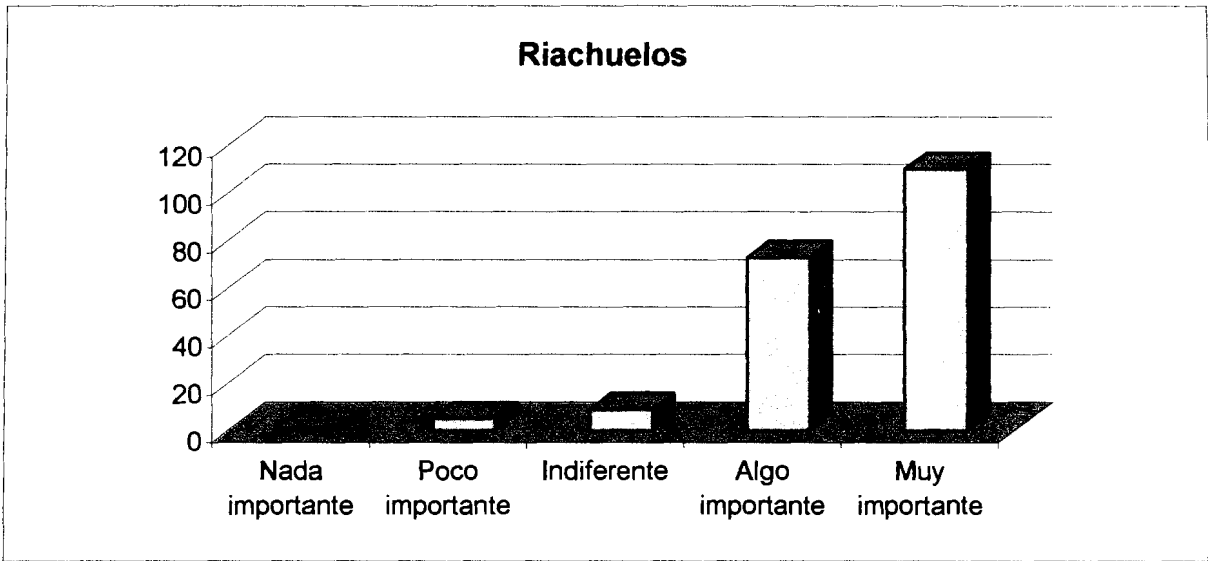
Nada importante	0
Poco importante	3
Indiferente	4
Algo importante	57
Muy importante	134
Total	198

**Plantaciones Agrícolas**



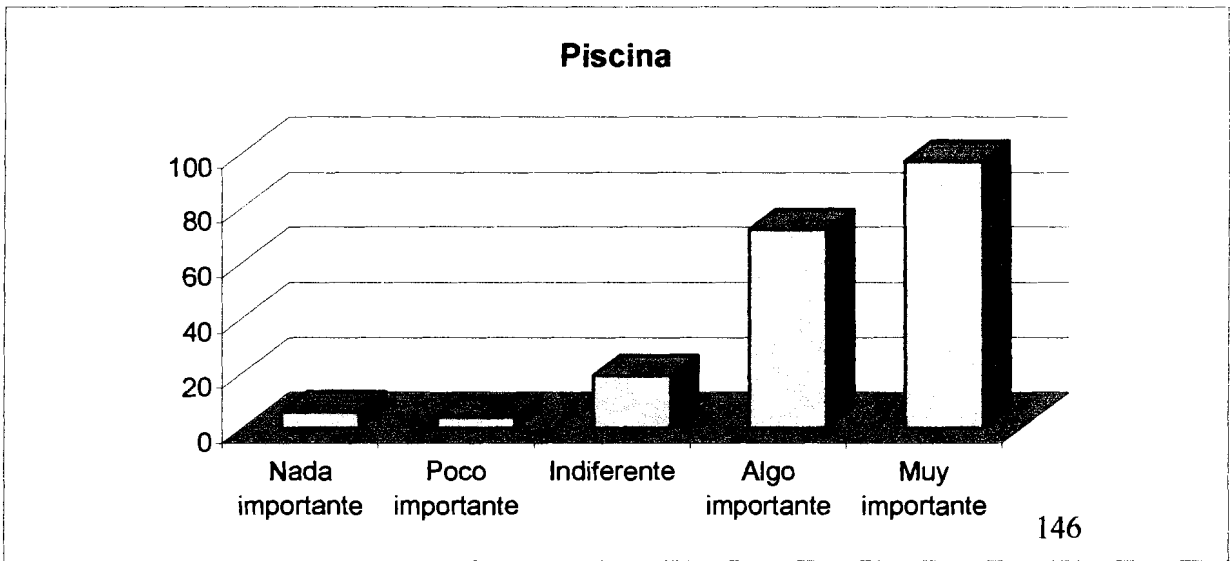
os en riachuelos:

Nada importante	1
Poco importante	5
Indiferente	9
Algo importante	73
Muy importante	110
Total	198



a:

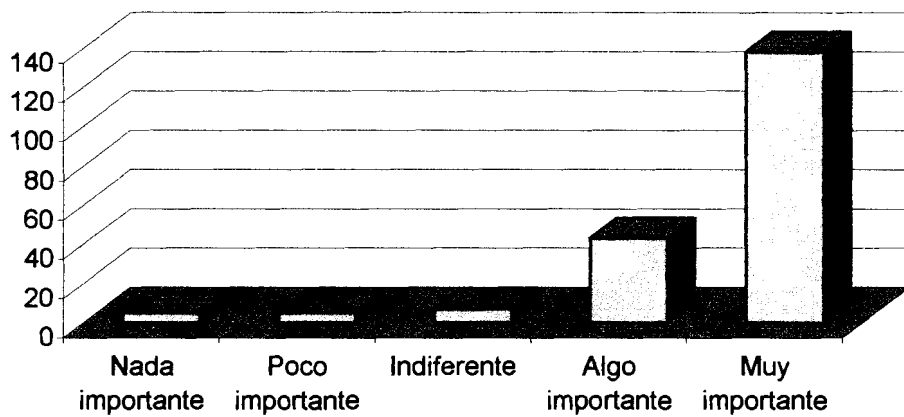
Nada importante	6
Poco importante	4
Indiferente	19
Algo importante	72
Muy importante	97
Total	198



gos deportivos:

Nada importante	5
Poco importante	5
Indiferente	7
Algo importante	43
Muy importante	138
Total	198

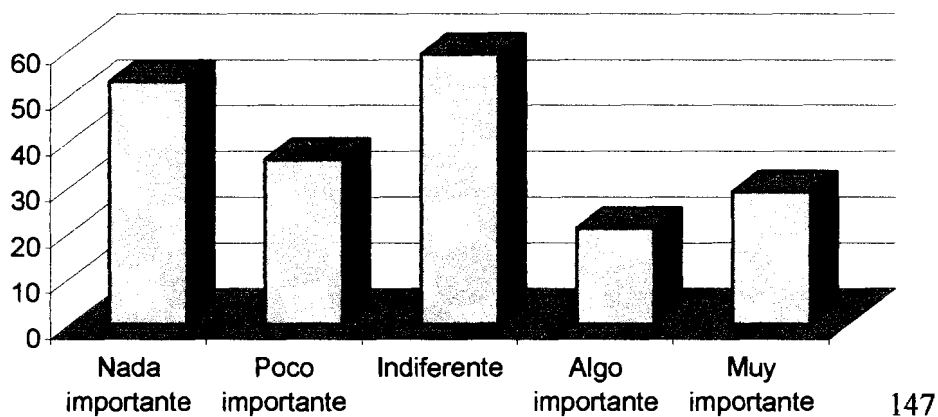
### Deportes



o:

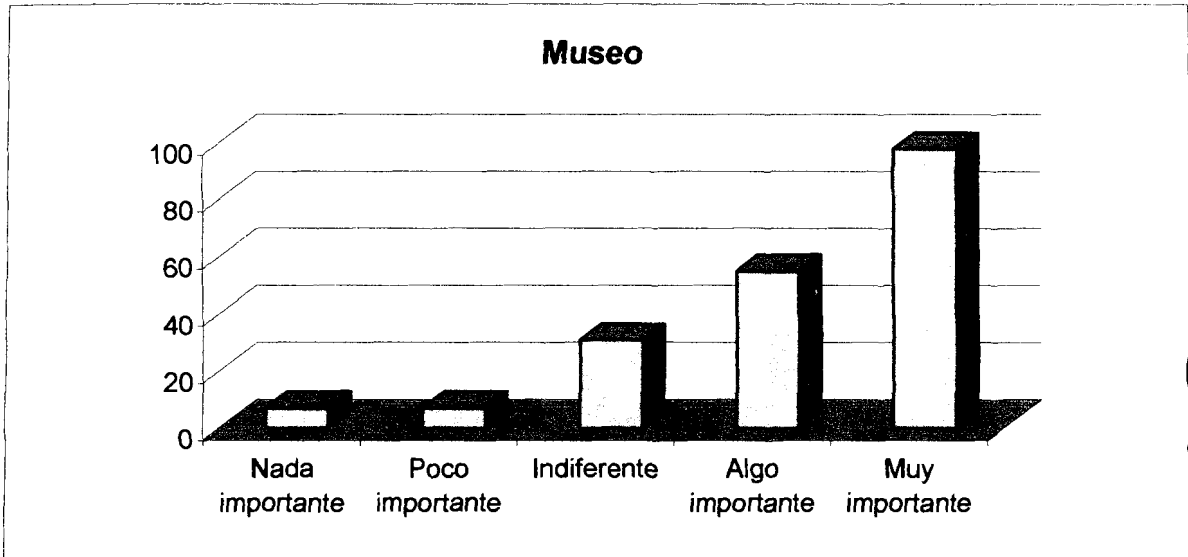
Nada importante	53
Poco importante	36
Indiferente	59
Algo importante	21
Muy importante	29
Total	198

### Casino



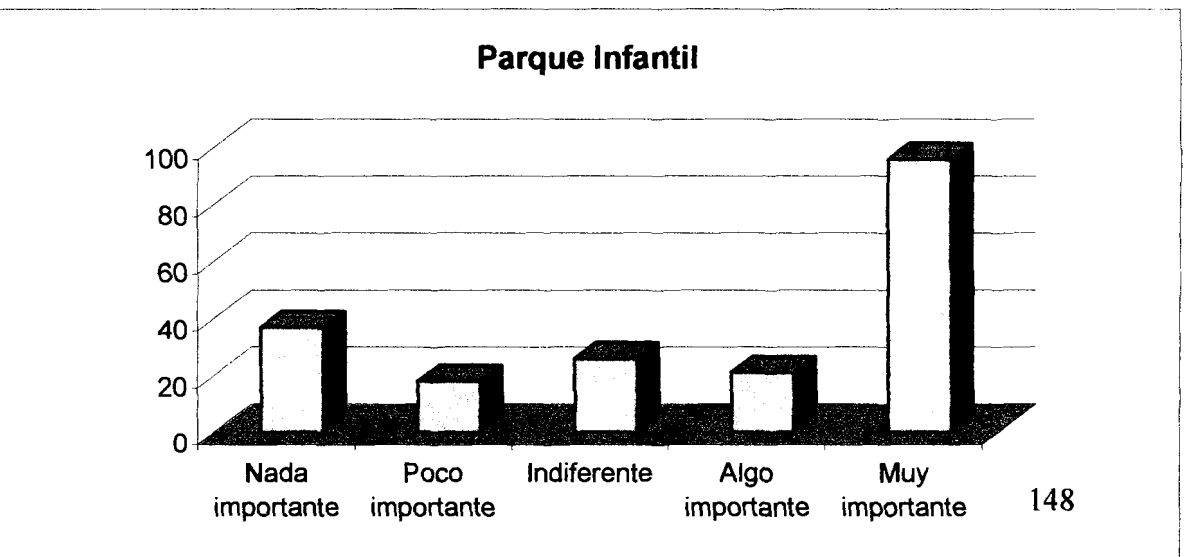
147

Nada importante	7
Poco importante	7
Indiferente	31
Algo importante	55
Muy importante	98
Total	198



infantil:

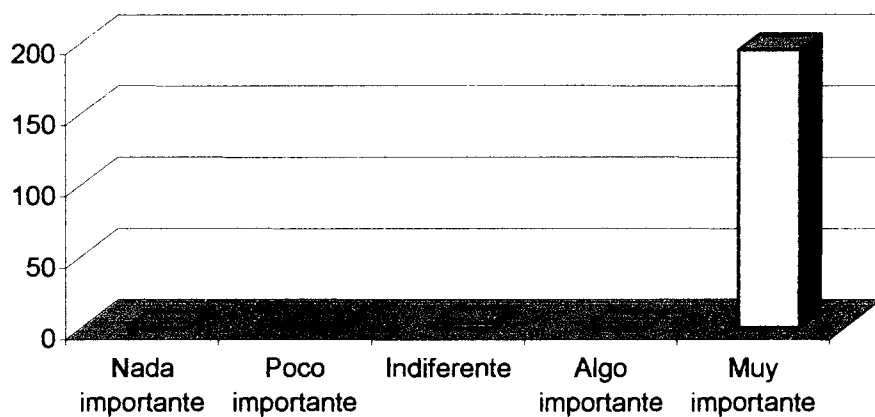
Nada importante	37
Poco importante	18
Indiferente	26
Algo importante	21
Muy importante	96
Total	198



ervar animales:

Nada importante	0
Poco importante	0
Indiferente	3
Algo importante	0
Muy importante	195
Total	198

### Animales



## **3.2 Creación de Paquetes Agroturísticos**

### **3.2.1 Criterio para el diseño de los paquetes agroturísticos**

#### **Agroturismo participativo**

En los distintos paquetes agroturísticos los visitantes tendrán la oportunidad no solo de conocer la labor agrícola y ganadera, sino también de participar en ella. Además podrán disfrutar de un ambiente libre de contaminación y un momento de esparcimiento junto a su familia.

#### **Estacionalidad**

En los meses de noviembre a marzo los países europeos y norteamericanos tienen un clima poco favorable por la baja temperatura; es por esta razón que personas de estos países toman sus vacaciones durante este período, por lo tanto estos serían los meses en los que la mayor cantidad de visitas extranjeras se llevan a cabo en Ecuador.

#### **Días feriados**

Este criterio es aplicado exclusivamente a visitantes ecuatorianos, ya que según la investigación de mercado realizada el mayor porcentaje de la muestra dedica de un fin de



semana a tres días para salir de vacaciones fuera de su ciudad, aprovechando los días feriados para hacerlo.

El servicio propuesto representa una buena alternativa para las personas que deseen disfrutar de un destino turístico diferente a los tradicionales como las playas y ciertos lugares de la sierra.

### **Temporada de clases ecuatoriana**

Es importante considerar esta temporada, ya que los estudiantes nacionales visitarían este complejo agroturístico con fines de recreación y educativos.

Estos meses varían de acuerdo a la región del país, así los estudiantes de la costa lo podrían visitar entre los meses de Abril a Diciembre; y los estudiantes de la Sierra y Oriente realizarían sus visitas en los meses de Octubre a Junio.

#### **3.2.1 Elaboración de paquetes agroturísticos**

A continuación se detallará cada uno de los paquetes agroturísticos y su tiempo de duración:

### **Paquete # 1(Sábados)**

- 9H30** Inicio del recorrido por las diversas plantaciones agrícolas existentes en la estación. Este recorrido será dirigido por un guía, quién realizará una exposición detallada de la flora existente Además los visitantes tendrán la opción de recolectar frutos; es importante recalcar que al final de la visita estos frutos serán pesados y se les asignará un precio según su peso.
- 11H00** Visita a los laboratorios de investigación científica y agropecuaria
- 12H00** Recorrido por el área ganadera, donde podrán observar diferentes especies de ganado vacuno y equino.
- 13H00** Almuerzo criollo, en el comedor de la estación.
- 13H45** Los visitantes podrán descansar o participar en juegos de mesa, los cuales se encontrarán en un salón adjunto al comedor.
- 14H30** Paseo a caballo, para las personas que deseen participar en esta actividad.
- 15H30** Se realizarán paseos en canoa por el río Quevedo que atraviesa la estación.
- 16H30** Tiempo para actividades libres. En este período el visitante queda en libertad de decidir si desea jugar indorfútbol, voleibol o basketball; o disfrutar de baños en riachuelos.
- 18H00** Despedida

### ***Paquete # 2 (Domingos)***

- 9H30** Observación y participación de los turistas en la recolección de la miel provenientes de los panales de abeja existentes.
- 10H30** Paseo en maquinaria agrícola.
- 11H30** Visita a hacienda cercana a la Estación, donde los turistas podrán observar un criadero de avestruces.
- 13H00** Almuerzo criollo, en el comedor de la estación.
- 13H45** Los visitantes podrán descansar o participar en juegos de mesa, los cuales se encontrarán en un salón adjunto al comedor.
- 14H30** Observación de rodeo montubio
- 16H00** Tiempo para actividades libres. En este período el visitante queda en libertad de decidir si desea practicar deportes en las canchas existentes, natación en la piscina deportiva; disfrutar de baños en riachuelos y/o pescar.
- 17H30** Despedida

La Estación Experimental Tropical Pichilingue contará con el servicio de alojamiento y cena para aquellas personas que deseen permanecer más de un día en la estación, esto tendrán un costo adicional, el cual se detallará más adelante.

## **IV. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Plan Estratégico de Marketing**

La Planificación Estratégica de Marketing es el proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de mercadotecnia cambiante.

La Planificación Estratégica consiste en el desarrollo de una misión clara, el establecimiento de objetivos de apoyo, el diseño de una cartera de negocios sólida, y la coordinación de las estrategias funcionales.

#### **4.1.1 Misión y Visión**

##### ***Misión***

La misión de la Estación Experimental Tropical Pichilingue consiste en generar, validar y transferir tecnología agropecuaria, que contribuyan a mejorar el nivel de vida de los agricultores de la zona central del litoral ecuatoriano, basadas en el manejo racional y eficiente de los recursos naturales.

## Visión

La visión de la Estación Experimental Tropical Pichilingue es: ser el más importante centro de generación, desarrollo y transferencia de tecnología agropecuaria sostenible y sustentable, en la zona central del litoral ecuatoriano. Además de posicionarse en el mercado como un destino agroturístico, utilizando adecuadamente sus diferentes recursos naturales, con mejora en la calidad de los servicios que ofrece para satisfacer las necesidades y expectativas de turistas nacionales y extranjeros.

### 4.1.2 Matrices

#### 4.1.2.1 Matriz BCG (Boston Consulting Group)



El enfoque de Boston Consulting Group, es un método de planificación utilizado por las empresas para evaluar las unidades estratégicas de negocios (UEN) en términos de su índice de crecimiento en el mercado y de la participación relativa de mercado. Estas se clasifican como:

**Interrogantes:** Son unidades de negocios de baja participación y crecimiento elevado en los mercados. La mayoría de los negocios comienza como una interrogante y esta requiere de gran flujo de efectivo.



**Estrellas:** Son negocios o productos de alto crecimiento y elevada participación. A menudo se necesitan considerables inversiones para financiar su crecimiento rápido. A la larga su crecimiento será más lento y se convertirán en vacas de efectivo.

**Vacas de Efectivo:** Son negocios o productos de bajo crecimiento y participación elevada. Estas UEN establecidas y exitosas necesitan una inversión mediana para conservar su participación de mercado. Por lo tanto, producen más efectivo del que utiliza la empresa para pagar sus cuentas y para apoyar a otras UEN, que requieren una inversión.

**Perros:** Son los negocios de la empresa que tienen bajo crecimiento y baja participación. Comúnmente generan escasas



utilidades o pérdidas, aunque también pueden producir algo de efectivo.

En el caso de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico, esta UEN se ubica en el cuadrante de las interrogaciones, debido a que este servicio se encuentra en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto. Al ser una interrogante implica que este producto posee un crecimiento de mercado elevado, ya que el agroturismo es una modalidad turística que va adquiriendo un mayor interés tanto en el mercado nacional e internacional; y una baja participación relativa de mercado, ya que al tratarse de un negocio nuevo, no tendrá un posicionamiento inmediato en la mente de los consumidores. Se requiere una gran cantidad de efectivo para lograr una participación importante en el mercado y sobre todo para incrementarla.

#### **4.1.3 Análisis FODA**

El análisis FODA es una técnica que permitirá establecer la situación interna y externa del producto turístico a desarrollar en el proyecto, definiendo las oportunidades en base a las ventajas diferenciales que posee este destino agroturístico lo cual resultará significativo al momento de

determinar las estrategias de promoción para la Estación Experimental Tropical Pichilingue como un complejo agroturístico.

A continuación se detallarán los diferentes componentes de este análisis.

### **Fortalezas**

- La Estación Experimental Tropical Pichilingue, ubicada junto al río Quevedo, cuenta con una superficie de 1110 hectáreas, muy apropiadas para la agricultura.
- Disposición de recursos naturales y una buena infraestructura y laboratorios para realizar la investigación
- La disponibilidad de personal técnicamente competente y calificado.
- Ofrece seguridad a los visitantes
- La Estación posee una biblioteca especializada como parte de su unidad de información y documentación
- La oferta de productos y servicios de calidad a los productores del área.
- Cuenta con diversidad de flora y fauna.



## ***Oportunidades***

- Cuenta con buenas vías de acceso.
- Resaltar los principales atractivos naturales a través de folletería.
- Implementar facilidades turísticas que contribuyan a mejorar la calidad de los servicios y características del lugar.
- Inculcar en los visitantes la importancia de la preservación del medio ambiente, a través de exposiciones y charlas.
- Buscar el auspicio de instituciones públicas y/o privadas que financien económicamente los proyectos de la estación.

## ***Debilidades***

- La principal debilidad de la Estación Experimental Tropical Pichilingue es de naturaleza económica, pues existe un presupuesto insuficiente para desarrollar las actividades de investigación y administración técnica, situación que no permite atender en forma adecuada y oportuna las necesidades institucionales.
- Existe una insuficiente autogestión en la Estación provocada por el débil apoyo institucional; en este aspecto, no hay propuestas de proyectos multidisciplinarios que posibiliten atraer recursos complementarios a los asignados para investigación.

- El sistema administrativo y financiero de la institución es inadecuado, esto impide tener agilidad en muchos procesos, especialmente en el control del gasto de los programas y departamentos administrativos.
- La falta de estrategias de vinculación con entes externos impide gestionar la captación de fondos para ejecutar nuevos proyectos.
- La Estación Experimental Tropical Pichilingue carece de un servicio de atención médica; esta situación no permite atender de manera rápida y oportuna emergencias médicas y enfermedades comunes que se presenten en un momento determinado.
- En Ecuador existe una carencia de un adecuado marketing turístico, ya que no se da promoción al potencial turístico con el que se cuenta.
- No se conoce inversionistas nacionales o internacionales con quien relacionarse en materia turística.
- Existe un escaso desarrollo de conciencia turística nacional.
- En nuestro país existe una limitada capacidad de inversión, lo cual da como resultado una infraestructura inadecuada para la atención del turista, es decir, falta de calidad en servicios e infraestructura turística

## **Amenazas**

- La existencia de haciendas y lugares con potencial agroturístico, que decidan ingresar al mercado ofreciendo servicios similares a los brindados por la estación.
- El crecimiento demográfico de la ciudad de Quevedo y la falta de protección del perímetro de la Estación Experimental podrían amenazar la integridad de sus terrenos por las invasiones de pobladores suburbanos.
- Sobreexplotación de los recursos por falta de estudios respecto a carga turística.
- Políticas de Estado Cambiante

### **4.1.4 Mercado Objetivo**

El segmento de mercado al que se dirigirá el producto será hacia hombres y mujeres desde los 12 a los 70 años de edad, esto se debe a que estudiantes, profesionales, jubilados y familias, podrán disfrutar de experiencias distintas, las cuales no pueden desarrollar en su lugar habitual. Geográficamente este servicio va dirigido a los habitantes de la provincia de Los Ríos, así como a los residentes de las provincias cercanas a ésta.

Las clases económicas a la que se dirigirá el producto serán media, media - alta, y alta; debido a que ellos podrán solventar los gastos que conlleven participar de las actividades agroturísticas en la estación.

#### **4.1.5 Segmentación del Mercado**

El primer grupo al que se debería enfocar el servicio es el mercado estadounidense, ya que según las encuestas del Ministerio de Turismo, es un grupo bastante interesado en esta actividad.

Otro grupo de especial importancia es el mercado europeo, ya que en este continente se ha desarrollado y existe un gran interés hacia el agroturismo.

El tercer grupo o segmento es el asiático, este resulta muy exigente y su nivel de vida es bastante alto, por lo que demanda mucha preparación. Este segmento se considera actualmente la nueva era del turismo, ya que se están convirtiendo en los mayores consumidores.

Un grupo bastante significativo es el turismo interno, éste puede ser promocionado de varias formas para crear conciencia turística en el país. Este grupo puede ser dividido en subgrupos, ya sea mediante una segmentación demográfica (edad, sexo, estado marital, ingreso económico, educación); y/o una segmentación geográfica. Sin embargo cabe mencionar que según investigaciones del Ministerio de Turismo el 49% de los turistas nacionales son hombres, el 39% mujeres y el 12% niños.

## **4.1.6 Objetivos Estratégicos de Mercadotecnia**

### **4.1.6.1 Objetivos a corto plazo**

- Fomentar el desarrollo de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como producto agroturístico.
- Destacar la capacidad agroturística de la Estación.
- Promover programas educativos de conservación del medio ambiente.
- Resaltar las ventajas comparativas de la Estación Experimental frente a competidores actuales y potenciales.
- Promover la práctica de actividades agroturísticas dentro de la Estación, contribuyendo al desarrollo de esta nueva forma alternativa de turismo en el país.

### **4.1.6.2 Objetivos a largo plazo**

- Integrar a la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino turístico dentro del Litoral ecuatoriano.

- Captar nuevos segmentos de mercado.
- Obtener competitividad en el mercado nacional e internacional.
- Fomentar la participación de la sociedad en actividades turísticas.

#### **4.1.7 Posicionamiento**

La posición de un producto es la manera en que los consumidores definen el producto en lo que concierne a sus características importantes; es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia.

##### **4.1.7.1 Importancia**

El posicionamiento de los productos y las empresas en la mente de los consumidores es importante para simplificar la toma de una decisión de compra.

Los mercadólogos deben planear posiciones que den a sus productos la mayor ventaja en los mercados metas seleccionados, y después deben diseñar mezclas de mercadotecnia para crear las posiciones planeadas.

El posicionamiento consiste en tres pasos: la identificación de una serie de posibles ventajas competitivas sobre las cuales sustentar una posición; la selección de las ventajas competitivas adecuadas; y la comunicación eficaz de la posición elegida a un mercado meta cuidadosamente seleccionado.

#### **4.1.7.2 Estrategias de posicionamiento**

Los mercadólogos pueden posicionar sus productos con base en:

- a) Características específicas del producto, el precio y las características del producto que se puedan utilizar para posicionarlo.
- b) Necesidades que los productos satisfacen o los beneficios que ofrecen.
- c) Ciertas clases de usuarios.
- d) Contra un competidor existente.
- e) Contra otra clase de producto.

La estrategia de posicionamiento que se utilizará para posicionar la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico, será una mezcla de las tres primeras estrategias utilizadas por los

mercadólogos, las cuales fueron citadas en el párrafo anterior. Esta estrategia presentará los principales atributos con que cuenta la Estación, como una ventaja competitiva sobre los actuales y futuros competidores; también resaltará los beneficios que ofrece, entre los que se incluye divertirse en un ambiente natural y una atención personalizada para todos los visitantes; además indirectamente se posicionará este producto en los usuarios que disfruten de la naturaleza, especialmente de actividades agrícolas.

La Estación Experimental Tropical Pichilingue se anunciará como el mejor destino agroturístico del Litoral ecuatoriano y como un centro recreativo que ofrecerá a sus visitantes la oportunidad de realizar y disfrutar de actividades y servicios complementarios.

## **4.2 Plan Operativo de Marketing**

### **4.2.1 Plan del Servicio**

#### **4.2.1.1 Características del Servicio**

Los servicios tienen cuatro características principales que los mercadólogos deben conocer, ya que éstas afectan significativamente el diseño de los



programas de marketing, y son: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y carácter perecedero.

***Intangibilidad***, a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse; es por esta razón que los compradores con el fin de reducir la incertidumbre buscan una evidencia tangible, que les proporcione información y confianza sobre el servicio que van a utilizar.

***Inseparabilidad***, los servicios generalmente se producen y consumen en forma simultánea; es importante recalcar que el proveedor es parte del servicio al prestarlo, y ya que el cliente también está presente cuando se produce el servicio, la interacción proveedor-cliente es una característica especial del marketing de servicios.

***Variabilidad***, los servicios son muy variables, ya que dependen de quién los proporciona y de cuando y dónde se ofrecen. La variabilidad o falta de consistencia en el producto es una de las principales causas de la insatisfacción del cliente en la industria turística.

**Carácter Perecedero**, esta característica se refiere a que los servicios no pueden almacenarse. Esto no es un problema cuando la demanda es constante.

Con la implementación del presente proyecto, la Estación se convertirá en un centro agroturístico que abrirá sus puertas los fines de semana, ya que en los resultados de la Investigación de Mercados, el 46% de los encuestados nacionales permanece fuera de su ciudad con mayor frecuencia durante este periodo.

Entre los servicios que brindará la Estación, incluidos en los paquetes agroturísticos se establecen los siguientes:

### ***Restaurante***

Este se encuentra ubicado en las instalaciones de la Estación Experimental Tropical Pichilingue. Los paquetes agroturísticos incluyen el servicio de almuerzo. La comida que se ofrecerá será típica debido a los resultados obtenidos en las encuestas nacionales (76%) y las extranjeras (87%).

La Estación cuenta en la actualidad con un restaurante, de manera que no será necesario realizar una inversión para la infraestructura del mismo.

Dada la características de inseparabilidad de los servicios; tanto los alimentos servidos como la atención al cliente brindada por el personal deben ser excelentes para que los clientes se sientan satisfechos.

### ***Actividades Agroturísticas***

La Estación Experimental Tropical Pichilingue posee favorables condiciones agrícolas y recursos naturales, que hacen del agroturismo una excelente opción para ser implementada en la estación.

Los paquetes diseñados incluyen varias actividades de carácter agrícola, en donde el turista pueda participar y así conocer más sobre la vida campestre; entre éstas incluyen: visitar las plantaciones existentes, paseos en caballo, observar rodeo montubio, paseos en canoa, baños en riachuelos, paseo en maquinaria agrícola, visitar panales de abeja.

Todas las actividades citadas anteriormente contarán con la supervisión de un guía turístico; quien será el encargado de explicar la labor agrícola y responder cualquier inquietud de los visitantes.

### ***Actividades Libres***

La Estación cuenta con canchas deportivas de básquet, tenis, indor y fútbol, en donde los turistas podrán realizar cualquiera de éstos deportes en el tiempo establecido para actividades libres en los paquetes agroturísticos.



Además existen dos piscinas, una para niños y una para adultos, las cuales deben ser readecuadas para ser utilizadas; la práctica de natación también es una de las actividades que podrán realizar los visitantes.

Finalmente, para la recreación de los niños existe un parque infantil, el cual tiene varios juegos.



### ***Transporte***

Se dispondrá de un transporte interno para los visitantes de modo que puedan realizar las actividades previstas en los paquetes; incluida la visita a la hacienda cercana a la Estación.

#### **4.2.1.2 Servicios Complementarios**

Además de los servicios y actividades incluidas en los paquetes agroturísticos, la Estación se encuentra en la capacidad de ofrecer otros servicios adicionales tales como:

##### ***Alojamiento***

Este servicio es opcional para aquellos turistas nacionales y/o extranjeros que deseen permanecer mas de un día en la Estación.

Para brindar este servicio la Estación posee una casa de huéspedes la cual dispone de 24 habitaciones, de las cuales 18 son simples y 6 dobles, teniendo de esta forma la capacidad de albergar a 30

personas. Además cuenta con 2 cabañas, con tres habitaciones cada una; donde los visitantes podrán hospedarse durante su estadía.

Las habitaciones disponen de camas, aire acondicionado, y baño privado.

### ***Desayuno y Cena***

Estas comidas son opcionales y estarán disponibles para los turistas que permanezcan más de un día alojados en el complejo; y podrán incluir platos típicos o también platos a la carta, según la preferencia de los visitantes.

## **4.2.2 Estrategias de Precio**

Las estrategias de precio generalmente varían conforme al ciclo de vida del producto. Siendo la etapa introductoria, la que se debe considerar con un énfasis especial, y para lo cual existe varias opciones para el establecimiento de precios de nuevos productos, entre éstas: el

establecimiento de precios de productos de prestigio, establecimiento de precios altos en la descremación o tamizado del mercado, y el establecimiento de precios de penetración en el mercado.

***Fijación de precios de productos de prestigio,*** los servicios que tratan de posicionarse como lujosos y elegantes; ingresarán al mercado con un precio alto que apoye esta posición.

***Fijación de precios por descremación o tamizado del mercado,*** esta estrategia consiste en la fijación de un precio elevado cuando el mercado es poco sensible al precio. Esta puede funcionar como una política efectiva a corto plazo. Esta estrategia es común en industrias con altos costos de investigación y desarrollo.

***Fijación de precios de penetración en el mercado,*** las empresas establecen un precio inicial bajo para penetrar en forma rápida y eficaz en el mercado, atrayendo a muchos compradores y logrando una importante participación en el mercado.

#### 4.2.2.1 Políticas de Precio de la Competencia

En el litoral ecuatoriano existen pocas haciendas dedicadas a la actividad agroturística, las cuales ofrecen servicios similares.

En lo referente a los precios cobrados por los servicios prestados, estos varían de una hacienda a otra, así tenemos:

**Hacienda Rosa Herminia**; las tarifas establecidas en ésta son:

<b>CATEGORÍA</b>	<b>TARIFAS</b>
Adultos	\$14*
Estudiantes	\$12*
Niños (2 a 10 años)	\$9*

\* Las tarifas no incluyen IVA ni transporte.

Los precios para el programa incluyen: visita a la hacienda, guías, actividades, refrescos, desayuno y almuerzo, utilización de instalaciones, caballos, canchas deportivas y canoa.

**Hacienda Las Cañas**, el recorrido por ésta tiene un valor de \$ 30 por persona incluida la



alimentación. Cuenta con guías turísticos y servicio de telefonía celular.

El contacto y traslado de los visitantes a esta hacienda está a cargo de operadoras turísticas.

**Hacienda Jambelí**, un día completo de paseo cuesta \$10 para visitantes nacionales. En el caso de turistas extranjeros el valor por persona es de \$20. Además existe un centro de rescate, el cual tiene un costo adicional de \$2 para las personas que deseen visitarlo.

#### **4.2.2.2 Determinación del Precio**

El precio establecido para el servicio que se brindará fue determinado en base a:

- A) Precios de la competencia; para lo cual se tomó en consideración las tarifas fijadas en las haciendas que realizan la actividad agroturística en el litoral ecuatoriano.

- B) Costos; el precio estipulado deberá cubrirlos, además de generar utilidades para la Estación.
- C) Capacidad adquisitiva de los clientes potenciales; considerando la situación económica que atraviesa el país, se fijó un precio relativamente bajo, con la finalidad de obtener una proporción representativa del mercado.

Así, los precios del servicio agroturístico ofrecidos por la Estación Experimental Tropical Pichilingue son los siguientes:

<b>PERSONAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>
Adultos	\$ 13
Estudiantes y Niños	\$ 9

Adicionalmente, la Estación brindará el servicio de alojamiento en la Casa de Huéspedes, existente en las instalaciones de ésta; las tarifas determinadas son las siguientes:

DESCRIPCION	TARIFA
Habitación Simple	\$ 9
Habitación Doble	\$ 12
Cabaña	\$ 15

### **4.2.3 Estrategias de Comodidad del Cliente**

#### **4.2.3.1 Mecanismos de identificación de clientes potenciales y forma de establecer contacto con ellos.**

Un grupo de clientes potenciales nacionales para este proyecto son los estudiantes de universidades y organizaciones agrícolas; para este grupo el agroturismo tendrá un fin educativo. Este segmento es un poco más fácil de identificar y se llegará a éste mediante el envío de folletería.

Es importante mencionar que para grupos de estudiantes que visiten la Estación, éstos tendrán descuentos especiales.

En el caso de los visitantes nacionales y extranjeros, a pesar de que no existen estadísticas sobre agroturismo; debido a que el Ministerio de Turismo recién planea implementar esta nueva modalidad turística y son muy pocas las haciendas existentes que se dedican a esta actividad. Los potenciales clientes para este proyecto serán inicialmente aquellos amantes de la naturaleza, sin embargo, luego se intentará llegar a otros segmentos con la finalidad de incrementar la demanda.

### ***Formas de establecer contacto con los clientes***

#### **Agencias de Viajes**

Las Agencias de Viajes representan un buen nexo entre el cliente y el producto turístico; es por esto que se debe buscar la forma de que éstas muestren interés en promocionar el agroturismo, como un nuevo atractivo en el Ecuador; además de negociar la comisión que van a recibir por sus servicios.

Con el fin de promocionar el producto agroturístico en las agencias, se debe distribuir brochures, videos, entre otras promociones.

### **Operadoras Turísticas**

Para que el agroturismo del Ecuador sea promocionado a nivel internacional, se debe establecer contacto y realizar alianzas con operadoras de turismo, sin embargo para lograr este objetivo lo recomendable es buscar las operadoras turísticas específicas; ya que éstas buscan permanentemente nuevos nichos de mercado, a diferencia de las grandes operadoras turísticas que otorgan un porcentaje muy bajo.

#### **4.2.3.2 Características del servicio que se enfatizarán en la venta.**

Entre las características generales que brindará el servicio, las cuales servirán para atraer el interés de los clientes potenciales, se encuentran las siguientes:

- **Contacto con la naturaleza.-** En las 1110 hectáreas que posee la Estación Experimental Tropical Pichilingue, los visitantes podrán disfrutar de un ambiente libre de contaminación; además tendrán la oportunidad de observar la vegetación existente, la variedad de aves, y otros recursos naturales como ríos, riachuelos.

- **Actividades agrícolas.-** Una tarea del agroturismo es enseñar la labor agrícola al turista. En la Estación se impartirá un conocimiento científico en los relacionado a las plantaciones agrícolas, las plagas que las afectan, y los usos de las plantas a nivel industrial; junto con lo referente a actividades ganaderas. Adicionalmente el visitante podrá participar en esta clase de actividades.
- **Comodidad.-** La Estación cuenta con la infraestructura necesaria para brindar a los visitantes la comodidad que requieren en sus diferentes instalaciones.
- **Alimentación.-** Los turistas podrán degustar platos tanto típicos como a la carta, según sus preferencias, en el comedor de la Estación.
- **Recreación.-** En la Estación los visitantes tendrán la oportunidad de realizar varias actividades además de las agrícolas; entre ellas: deportivas, recreativas, etc.

#### **4.2.4 Estrategias de Comunicación**

Las estrategias de comunicación permiten expresar como y hacia donde se dirigirá la promoción del producto turístico; con la finalidad de llamar la atención de los

turistas. Por lo tanto estas estrategias dan un valor significativo al destino turístico que se va promocionar.

Existen cuatro puntos fundamentales que se deben tomar en cuenta para determinar estrategias de comunicación adecuadas; éstos son: producto, imagen corporativa, distribución, y grupo objetivo.

Los servicios y atracciones turísticas que brindará la Estación Experimental Tropical Pichilingue deben ser comunicados para captar un mercado potencial que permita su desarrollo turístico sustentable a mediano y largo plazo.

Es importante crear una imagen que dé a conocer lo que representa la Estación como destino agroturístico, con el objetivo de que sea identificada tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Otro factor primordial consiste en distribuir información turística, en la cual se enfatizarán los servicios que ofrecerá el producto turístico.

El mercado objetivo se enfocará en los resultados obtenidos del estudio de mercado, lo que permite conocer el mercado potencial al que se quiere llegar y la mejor estrategia para esto.

La estrategia publicitaria consiste en dos elementos principales: creación de mensajes publicitarios y selección de medios publicitarios. En relación al mensaje publicitario, el slogan escogido para este proyecto tendrá como objetivo mostrar en cortas palabras lo que representa en si el producto turístico; el cual será:



**ESTACIÓN PICHILINGUE,**  
*Tu alternativa agroturística!!!*

Este slogan junto con el logotipo de la Estación constituirán su imagen como destino agroturístico.

El plan promocional para la Estación Experimental Tropical Pichilingue se llevará a cabo mediante las siguientes herramientas de promoción:

- Publicidad (televisión, revistas, prensa escrita, guías turísticas)
- Folletería
- Creación de página web
- Promociones
- Merchandising



#### **4.2.4.1 Publicidad**

La publicidad es un proceso de comunicación, que consiste en cualquier forma pagada de carácter impersonal y controlado, que mediante medios masivos, intenta dar a conocer un producto, servicio, idea o institución con el objetivo de informar e influir en su compra o aceptación.

La misión de la publicidad es tratar de comunicar ventajas competitivas, a través de medios estandarizados de uso público y motivar a la compra a los segmentos del mercado, a los cuales se va dirigir el producto.

Existen cuatro conceptos principales que la publicidad debe cumplir; estos son:

- Legalidad
- Veracidad
- Autenticidad
- Libre competencia

La publicidad de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico, se enfocará en la creación de anuncios que despierten el interés del consumidor y a su vez creen expectativas acerca del servicio que se brindará; además de lograr un posicionamiento estratégico en los mercados de posibles consumidores.

Los medios de comunicación en donde se anunciará el destino agroturístico son: periódicos, revistas turísticas, y televisión.

### ***Televisión***

La televisión es el más potente y persuasivo medio de comunicación; ya que ofrece una buena cobertura del mercado masivo; combina vista, sonido y movimiento; y atrae a los sentidos; sin embargo su principal desventaja es el costo absoluto elevado.

Debido a la limitación económica, una buena alternativa que se plantea en este medio publicitario es obtener reportajes en programas familiares, y de educación, explicando el producto agroturístico mediante documentales; en los cuales se mostrará los servicios que brinda y las actividades que pueden realizarse. Esta clase de publicidad, en caso de que existan

programas interesados en difundir el agroturismo, será de carácter gratuito, por lo que no será incluida en el presupuesto publicitario.

### ***Revistas Turísticas***

Las revistas especializadas en turismo tienen las siguientes ventajas en cuanto a publicidad:

- Su presentación es de alta calidad, la cual se distingue en las ilustraciones o material fotográfico.
- Sus lectores son selectivos en mercados específicos.
- Disponen de flexibilidad de espacios
- Vida más duradera que las publicaciones de prensa.

Dadas las ventajas citadas anteriormente, una forma de promocionar el servicio es mediante el publireportaje, el cual es un comunicado que ocupa grandes espacios, donde se explica periódicamente el producto turístico, y los servicios que ofrece.



Otra forma de dar a conocer el producto sería mediante las revistas publicadas mensualmente por el Ministerio de Turismo.

Finalmente una herramienta muy útil para publicitar este producto agroturístico son las guías turísticas, que son pequeñas revistas que detallan información de los destinos turísticos existentes en el país, y servicios que podemos encontrar en ellos.

### ***Periódicos***

La publicidad en los periódicos brinda flexibilidad, oportunidad, buena cobertura del mercado local, amplia aceptabilidad, y un elevado nivel de credibilidad.

El producto se deberá promocionar en los principales periódicos del país; mediante artículos, en donde se explique en grandes espacios el producto agroturístico, los servicios que brinda, los precios y las promociones establecidos en determinado momento.

## ***Página Web***

En la actualidad, la Internet permite comunicar en forma amplia y precisa, constituyendo una de las principales herramientas para las empresas de bienes y servicios que buscan promocionar sus productos a consumidores en forma global.

Con la finalidad de mostrar la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico se planea crear una página web, la cual deberá contener:

- Información textual de la Estación.
- Material fotográfico de los atractivos turísticos.
- Logotipo y slogan
- Mapa de ubicación
- Paquetes turísticos que ofrece con sus respectivos precios.

La página web deberá formar parte de los sitios web tales como: Yahoo, Google, Altavista, etc.



Para la creación de esta página web se contratará los servicios de una empresa que prepare una dirección en Internet a través del world wide web (www), servicio de correo electrónico, promoción directa, y sistema de reservación.

### ***Folletería***

La folletería es un envoltorio turístico del destino, que en su interior expone lo que se obtiene al consumir el producto; motivando a la promoción y compra de los mismos. Por lo tanto la folletería es un soporte de la imagen del destino turístico.

El folleto debe ir debidamente estructurado con el objetivo de que sea comprendido en la mayor medida posible tanto por los clientes como por el personal de las agencias de viaje, que se encarguen de distribuirlo.

La imagen que proyecte la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico a través de la folletería debe relacionarse con las experiencias que vivirán los turistas.

El folleto que se diseñará para promocionar el destino agroturístico contendrá lo siguiente:

- Portada
- Información en español o inglés.
- Fotografías
- Slogan y logotipo
- Mapa de ubicación.



#### 4.2.4.2 Promoción

La promoción de ventas es un conjunto de herramientas que se utilizan para atraer el interés del consumidor, proporcionando información que conduzcan a éste a adquirir el producto. Entre las herramientas promocionales tenemos: cupones, concursos, descuentos, y premios.



Los efectos de la promoción de ventas son de corta duración y no son efectivas para crear una preferencia de la marca a largo plazo.

Para iniciar la promoción de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino



agroturístico se llevarán a cabo los siguientes descuentos durante los primeros tres meses:

<b>PERSONAS</b>	<b>DESCUENTOS</b>
Niños menores de 11 años	50%
Estudiantes	25%
Tercera edad	50%
Discapacitados	25%

#### **4.2.4.3 Merchandising**

La técnica de Merchandising que se utilizará será la creación de afiches, los cuales son carteles que muestran en forma gráfica los atractivos turísticos para llamar la atención de manera visual del espectador.

Entre las ventajas de los afiches promocionales tenemos las siguientes:



- Son una herramienta de promoción en las agencias de viajes.
- Las imágenes turísticas de los afiches permanecen en la mente de quienes los ven.

El afiche promocional de la Estación Experimental Tropical como destino agroturístico deberá tener:

- Logotipo y slogan
- Fotografías llamativas de la estación.

### **Publicity**

En este concepto se incluyen llaveros y bolígrafos, que servirán para promocionar el complejo agroturístico, al ser obsequiados a los visitantes durante los tres primeros meses.

#### **4.2.4.4 Presupuesto Publicitario**

El presupuesto publicitario se determinará mediante el método de los objetivos y las tareas, el cual implica:

- Definir los objetivos específicos de la promoción.
- Determinar las tareas que se deben realizar para lograr los objetivos.
- Calcular los costos del desempeño de las tareas.

La suma de estos costos es el presupuesto de promoción propuesto.

Mediante este método, una empresa determina su presupuesto promocional con base en lo que se desea lograr.

A continuación, se detallan los costos para la promoción de la Estación Experimental Tropical Pichilingue como destino agroturístico:

**Tabla No.4: PRESUPUESTO PUBLICITARIO**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO (\$)</b>
<b>Revistas</b>	
Revista Vistazo (Publireportaje 1pg.)	3302.96
Revista Ecuador (Publireportaje 1 pg.)	1600.00
<b>Prensa Escrita</b>	
Diario El Universo (Publireportaje)	74.53
<b>Página Web</b>	
Dominio, diseño y aplicación	1650.00
<b>Folletería</b>	
Diseño e impresión de trípticos (3000 unidades)	465.00
<b>Afiches</b>	
Diseño e impresión de afiches (1000 unidades)	465.40
<b>Llaveros (500 unidades)</b>	300.00
<b>Bolígrafos(500 Unidades)</b>	150.00
<b>TOTAL</b>	<b>8007.89</b>

## V. ANALISIS FINANCIERO

### 5.1 Análisis de las necesidades financieras de infraestructura y costos

La Estación Experimental Tropical Pichilingue como ya se mencionó, cuenta con la infraestructura necesaria para llevar a cabo el agroturismo, sin embargo es necesario realizar readecuaciones a ciertas instalaciones, tales como piscina y parque infantil; por lo que la inversión requerida para la implementación del proyecto no es elevada en comparación a otros proyectos turísticos.

La inversión total del proyecto se estima en US\$ 21,516.72; de los cuales el 55.27% corresponde a inversión fija (US \$11,892.83); el 37.22% equivale a Publicidad (US\$ 8,007.89); y el capital de operación representa el 7.51% de la inversión total (US\$ 1,616). (Ver Anexo 5)

#### 5.1.1 Financiamiento

El financiamiento del proyecto será mediante capital social y préstamo.

El monto del préstamo será de US\$ 15,000; otorgado por el Banco de Fomento, a una tasa nominal anual del 16% y plazo de 3 años. Este préstamo representa el 70% de la inversión total. El 30% restante de



la inversión, esto es US\$ 6,516.72, será financiado por recursos de la Estación.

### 5.1.2 Depreciaciones

Para el proceso de desgaste de los activos fijos que se utilizarán en el proyecto; se empleó el método de coeficientes (Ver Anexo 29), el cual establece los siguientes coeficientes anuales para las diferentes clases de activos:

- Edificios dedicados a cualquier actividad, y construidos con cualquier material, pueden depreciarse a razón de 5% anual.
- El 20% sobre el costo o valor de vehículos y equipos de computación.
- El 10% sobre el costo o valor de maquinaria, muebles, y otros activos fijos para los que no se determine un porcentaje específico.

La fórmula para determinar la depreciación por medio de este método es la siguiente:

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor de rescate}}{\text{Número de años de vida}}$$

VALOR DE RESCATE = Valor del activo\* % de coeficiente

Así:

$$DEPRECIACIÓN = \frac{\text{Valor del activo} - (\text{Valor del activo} * \%)}{\text{Número de años de vida}}$$

### 5.1.3 Costos de Producción

El proyecto se evalúa para un período de diez años. Los costos de producción están formados por costos directos y costos indirectos.

Los costos directos incluyen mano de obra directa, materiales directos, alimentación e imprevistos. El rubro de alimentación corresponde al valor de \$1.25 por cada almuerzo.

Los costos indirectos están compuestos por: mano de obra indirecta, materiales indirectos, depreciaciones, imprevistos y seguros; este último rubro se refiere a **seguro por accidentes** que podrían suceder en las instalaciones de la Estación durante las prácticas agroturísticas.

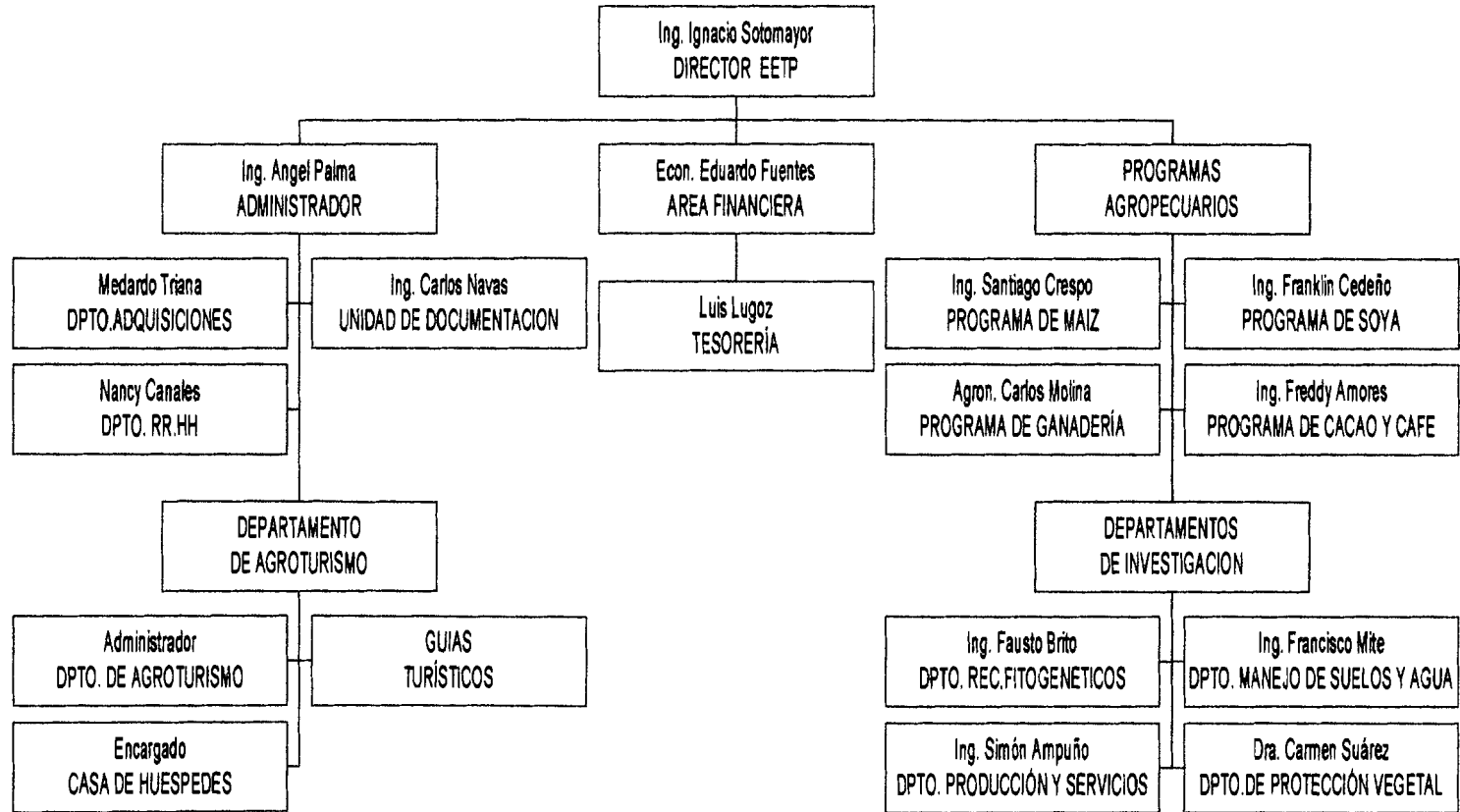
### ***Mano de Obra Indirecta (Organización)***

La mano de obra indirecta está conformada por:

- Un administrador del departamento de agroturismo en la Estación; el cual se encargará de establecer contactos con los posibles clientes, y poner al alcance de éstos la promoción del servicio que se brindará;
- Tres guías turísticos, que serán los responsables de conducir a los visitantes en el recorrido y la realización de las diferentes actividades agroturísticas;
- Un encargado para la casa de huéspedes; el mismo que atenderá a los visitantes que deseen utilizar el servicio de alojamiento.

A continuación se presenta el organigrama de la Estación Experimental Tropical Pichilingue si se implementará el proyecto:

# ESTACIÓN EXPERIMENTAL TROPICAL PICHILINGUE (CON IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO)





#### 5.1.4 Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración están formados por la papelería y suministros de oficina; combustible necesario para la transportación de los visitantes dentro de la Estación e imprevistos; el valor de dichos costos es de US\$ 882 anuales (Ver Anexo 26)

Para este proyecto los gastos de ventas están constituidos por los gastos correspondientes a la promoción del producto; entre los que se incluyen publireportajes; actualización de página web; folletería (trípticos y afiches), y merchandising. El rubro anual correspondiente a gastos de ventas es de US\$ 5,055 (Ver Anexo 27)



#### 5.1.5 Ingresos

Los ingresos del presente proyecto provienen de la venta de los paquetes agroturísticos y del alquiler de las habitaciones de la casa de huéspedes y cabañas de la Estación.

La atención al público será únicamente los fines de semana, debido a que durante la semana se realiza la principal actividad de la Estación, esta es, la investigación



agropecuaria; además se considera que los sábados y domingos, las personas disponen del tiempo necesario para salir de vacaciones.

En cuanto al cálculo de la asistencia de visitantes extranjeros, se procedió para el primer año de la siguiente forma:

Número de	% de personas	1% del total	% de turistas
Visitas al año *	dispuestas a part. *	de turistas *	provenientes
	en agroturismo	extranjeros	de EE.UU.

El número de visitas al año es basado en la pregunta 3 de la encuesta realizada a extranjeros; estas personas en su mayoría (121 personas de 210 encuestados) realizan sus viajes de vacaciones fuera de su país cada año.

En cuanto al porcentaje de extranjeros que visitaría una granja agroturística en Ecuador, obtenido de la pregunta 20 de la encuesta extranjera, las opciones posiblemente y definitivamente lo haría, representan un 85% de las personas encuestadas.

El número total promedio de turistas extranjeros que visitan Ecuador es de 493.657 (Ver Anexo 40); para el

proyecto estimamos el 1% de esta cifra; ya que se considera que este porcentaje de extranjeros podría visitar el complejo agroturístico.

Finalmente el porcentaje de turistas provenientes de Estados Unidos es del 26.1% (Según la Publicación "Ecuador-Inversión Turística", 2001 del Ministerio de Turismo del Ecuador); este valor se incluyó debido a que la mayor parte de las personas encuestadas provienen de este país.

De este modo se obtuvo que el número de visitantes extranjeros en el primer año es de 1095 ; para los años siguientes se estima un crecimiento anual del 14%, este valor es la meta del Plan de Competitividad Turística, la cual pretende lograr 2 millones de llegadas en el año 2010, lo que implicaría un crecimiento anual medio del valor citado anteriormente.

La asistencia de turistas nacionales se determinó mediante el número promedio de personas que salen desde la provincia del Guayas hacia la provincia de Los Ríos, en los principales feriados del Ecuador; estos datos se obtuvieron a través de los registros de CONORTE en las estaciones del cobro de peaje en Jujan y Colimes. Así para el primer año se obtuvo un valor de

3,194 visitantes mediante el empleo de la siguiente fórmula:

Frecuencia de viajes al año *	% de personas dispuestas a part. * en agroturismo	Número promedio de personas que salen de la ciudad *	2%
-------------------------------	---	--	----

La frecuencia de viaje es de aproximadamente 2 veces al año; este valor se basa en la pregunta 1 de la encuesta nacional.

Asimismo, según los resultados de la pregunta 15 de la encuesta nacional, el 83% de los encuestados estarían dispuestos a visitar una granja agroturística.

El número promedio de personas que salen desde la provincia del Guayas hacia la provincia de Los Ríos durante los principales feriados del país es de 96,216 personas (Dato proporcionado por CONORTE de las Estaciones de Peaje de los cantones Jujan y Colimes). Además se considera que de esta cantidad de personas, el 2% podría visitar el complejo agroturístico.

Para los siguientes años, se estima un crecimiento del 4%; este valor se determinó mediante datos proporcionados por CONORTE comprendidos en el año

2002 y 2003 de las estaciones de peaje y fechas citadas anteriormente.

El porcentaje de la demanda del proyecto correspondiente a adultos y niños, se determinó mediante los datos de las preguntas 4 y 5 de las encuestas nacionales y extranjeras.

Los ingresos provenientes del servicio de alojamiento se establecieron mediante la mitad de la capacidad con la que cuenta la casa de huéspedes y cabañas; de esta forma la capacidad diaria de alojamiento en la estación es de 40 personas; sin embargo se considera que únicamente 20 personas al día contratan este servicio.

#### **5.1.6 Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio en dólares (Ver Anexo 35) se estimó mediante el empleo de la siguiente fórmula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (EN US\$)} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS}}}$$

En cada uno de los años del desarrollo del proyecto el punto de equilibrio es inferior a las ventas netas, es decir las ventas superan el nivel mínimo requerido de ingresos una vez descontados los costos.

### **5.1.7 Utilidades**

El Estado de Pérdidas y Ganancias (Ver Anexo 36) muestra las utilidades que tendrá el proyecto durante su vida útil.

Estas utilidades serán positivas e irán incrementándose anualmente durante el desarrollo del proyecto.

### **5.1.8 Flujo de Caja Proyectado**

El Flujo de Caja es realizado con el fin de establecer la liquidez y el riesgo del proyecto.

El Anexo 37 presenta el Flujo de Caja Neto, el cual es positivo durante toda la vida útil del proyecto.

### 5.1.9 Rentabilidad del proyecto (VAN, TIR)

La rentabilidad de este proyecto se establece mediante la comparación de la tasa interna de retorno (TIR) con la tasa de descuento (Ver Anexo 37).

La tasa de descuento se obtuvo a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{TASA DE DESCUENTO} = \left[ \begin{array}{cc} \% \text{ de Cap.} & * \\ \text{propio} & \text{Tasa esp.} \\ & \text{por accionistas} \end{array} \right] + \left[ \begin{array}{cc} \% \text{ del} & * \\ \text{préstamo} & \text{Tasa Nominal} \\ & \text{del préstamo} \end{array} \right]$$

La tasa esperada por los accionistas corresponde a la tasa requerida por diferentes proyectos nacionales e internacionales que apoyan a la autogestión de la Estación; dicha tasa es del 12% anual.

Para que un proyecto sea rentable la TIR deberá ser igual o mayor a la tasa de descuento. En el caso del presente proyecto la TIR cuyo valor es 38.28%, es superior a la Tasa de Descuento del 14.79%,

Además otra forma de medir la rentabilidad de un proyecto es mediante el Valor Actual Neto (VAN), el cual descuenta los flujos de efectivo de los diferentes periodos del proyecto, a una tasa de descuento, junto con la

deducción de la inversión; el VAN de un proyecto deberá ser mayor o igual que cero para considerarlo rentable. El VAN obtenido en este proyecto es de US\$ 58,627.09

De esta forma se puede concluir que el proyecto será económicamente rentable; ya que la TIR es superior a la tasa de descuento; y el VAN es mayor a cero.

#### **5.1.10 Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad permite medir cuan sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisivos.

En el Anexo 39 se puede observar diferentes situaciones:

- Un incremento del 15% en el precio del servicio da como resultado un VAN de US\$ 96,659.51 y una TIR de 60.72%; por lo que con esta variación el proyecto sigue siendo rentable.
- Ante un incremento del 15% en los costos de producción, el proyecto es rentable por el criterio del VAN, el cual es de US\$ 19,801.09; y asimismo al obtener la TIR, que es de 16.38%, el proyecto resulta económicamente factible.



- Al existir una disminución del 15% en el precio del servicio, nuevamente es proyecto es rentable por el lado del VAN (US\$ 16,012.99); pero no resulta serlo aplicando el criterio de la TIR (14.37%); valor inferior a la tasa de descuento.
- Una disminución del 15% en los costos de producción, permitirá que el proyecto sea factible, ya que se obtendrá un VAN de US\$ 97,453.09, y una TIR de 63.64%
- Al realizar una combinación de un incremento del 15% en el precio del servicio y una disminución del 15% en los costos de producción; el proyecto resulta económicamente factible, ya que el VAN obtenido es de US\$ 121,411.09; y la TIR de 78.07%
- Una combinación de un incremento del 15% en los costos de producción; y una disminución del 15% en el precio del servicio, produce que el proyecto no sea rentable al aplicar el criterio del VAN (- US\$ 15,070.11); ni al hacerlo por el método de la TIR (-0.82%).

## **CONCLUSIONES**

- La Estación Experimental Tropical Pichilingue dispone de los recursos naturales e infraestructura necesaria como principales potencialidades para iniciar la actividad del agroturismo como fuente adicional de ingresos.
- Las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros demuestran que una gran proporción de la muestra estaría interesada en participar de las actividades agroturísticas.
- La estrategia publicitaria del servicio brindado por el proyecto deberá difundir tanto las actividades como los servicios complementarios que brindará la Estación Pichilingue, tratando de llegar a la mayor cantidad de clientes potenciales mediante los diferentes medios de comunicación y promoción.
- La evaluación financiera privada indica que el proyecto tendría una TIR de 38.28% frente a una tasa de descuento de 14.79%, por lo que se concluye que el proyecto es viable financieramente. Esto es ratificado con el cálculo del VAN, el cual es US\$ 58,627.09.

## RECOMENDACIONES

- La Estación Experimental Tropical Pichilingue debería implementar la actividad del agroturismo, ya que económicamente es factible, generando una ventaja para la institución, al ser un nuevo proyecto de autogestión.
- Si se aplica este proyecto, contribuiría al desarrollo de esta nueva modalidad turística, que recién se está implementando en el país, y para la cual existe el apoyo en lo referente a las promociones por parte del Ministerio de Turismo.
- Debido a la escasa existencia de lugares turísticos en la provincia de Los Ríos, la implementación de este proyecto ayudaría a promover la riqueza natural que posee esta provincia, tanto a nivel nacional como internacional; lo que en un futuro podría despertar el interés de inversionistas extranjeros.
- El Gobierno ecuatoriano debería dar facilidades para el desarrollo de proyectos como el expuesto, y brindar apoyo para la difusión de estos tanto dentro del país como fuera de este.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- INEC; Ecuador: "Anuario de Migración Internacional" 2001
- KOTLER PHILLIP, "Mercadotecnia para Hotelería y Turismo". Prentice-Hall, 4ta. Edición, México 1998
- KOTLER PHILLIP, "Dirección de Mercadotecnia". Prentice-Hall, 8va. Edición, México 1996
- MINISTERIO DE TURISMO, "Perfil del visitante no residente en el Ecuador", 2001
- MINISTERIO DE TURISMO, " Ecuador – Inversión Turística", 2002
- NAVAS CARLOS; Tecnologías para el Desarrollo del Agro Ecuatoriano, 60 años de Investigación Agropecuaria. Publicación Especial No. 1; 2003
- SAPAG, Reinaldo y Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw Hill, 4ta. Edición, Chile 2000.
- SINISTERRA GONZALO, "Contabilidad General"; 5ta Edición, 1992
- VAN HORNE JAMES C., "Fundamentos de Administración Financiera"; Prentice-Hall, 8va. Edición, 1998
- VARELA RODRIGO, "Innovación Empresarial", Prentice-Hall, 2da. Edición, Colombia 2001.
- Revistas y Publicaciones

# ANEXOS

... días/ tardes. Mi nombre es ..... Estamos realizando una encuesta para identificar el perfil del turista nacional. Queremos agradecerles su colaboración que será de gran ayuda para nuestro trabajo

- INSTRUCCIONES: 1) Lea detalladamente cada una de las preguntas.  
 2) Señale con una X la respuesta que considere correcta.  
 3) En las preguntas donde exista la opción otro y esta es su elección, escriba cuál es su opinión

¿Con qué frecuencia acostumbra vacacionar o salir de paseo fuera de su ciudad ?

- Una vez cada semana ..... (Pase a la pregunta 2)
- Una vez cada mes ..... (Pase a la pregunta 2)
- Una vez cada 6 meses ..... (Pase a la pregunta 2)
- Una vez cada año ..... Muchas gracias
- Otro (Especifique) ..... Muchas gracias

¿Cuando usted sale de vacaciones que ambiente prefiere?

- Playas ..... Paseos en la naturaleza .....
- Visitar museos y ciudades ..... Otro (Especifique) .....

Si menciona PASEOS EN LA NATURALEZA continúe con la encuesta, caso contrario MUCHAS GRACIAS.

- Género: Hombre..... Mujer .....
- Edad: Menor de 20 años .....  
 Entre 20 y 35 años .....  
 Entre 36 y 49 años .....  
 Mayor de 50 años .....

Ocupación: Profesional ..... Estudiante ..... Empleado ..... Jubilado ..... Otra (Especifique) .....

¿Cada vez que sale de vacaciones ¿qué tiempo permanece fuera de su ciudad con mayor frecuencia?

- Un día .....
- Un fin de semana.....
- De 3 a 5 días .....
- Una semana .....
- Más de una semana .....

¿Cuándo sale de vacaciones, con que personas lo hace con mayor frecuencia?

- Con su esposo e hijos ..... (pasar a la pregunta 4)
- Con su esposo (a) ..... (pasar a la pregunta 6)
- Con amigos (as) ..... (pasar a la pregunta 6)
- Con sus padres ..... (pasar a la pregunta 6)
- Sólo (a) ..... (pasar a la pregunta 6)

¿Cuántos hijos tiene?

- Unos ..... Dos .....
- Tres ..... Más de 3 .....

¿En qué rango de edad se encuentran sus hijos ?

- Menores de 10 años .....
- Entre 10 y 18 años .....
- Mayores de 18 años .....

¿Cuáles son los ingresos mensuales en su hogar son aproximadamente:

- Menores que \$300 .....
- Entre \$301 y \$600 .....
- Entre \$601 y \$900 .....
- Entre \$901 y \$1200 .....
- Entre \$1201 y \$1500 .....
- Mayores que \$1501 .....

¿Cuál es la razón por la que usted sale de vacaciones es:

- Por diversión .....
- Por aislamiento .....
- Por contacto con la naturaleza.....
- Por conocer otros lugares y culturas .....
- Por compartir con amigos .....
- Por conocer nuevas personas.....
- Por aventura .....
- Otro (Especifique) .....

¿Cómo obtiene por lo general información de los lugares que planea visitar durante sus vacaciones? Marque una sola opción.

- Amigos ..... Folletos .....
- Internet ..... Radio .....
- Televisión ..... Prensa Escrita .....
- Otro (Especifique) .....

Los ingresos mensuales en su hogar son aproximadamente:

- Menores que \$2500 .....
- Entre \$2501 y \$5000 .....
- Entre \$5001 y \$7500 .....
- Entre \$7501 y \$10000 .....
- Mayores que \$10001 .....

¿Qué actividades realizó durante sus vacaciones en el Ecuador ?

- |                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Paseo a caballo .....                | Visitar las playas ..... |
| Baños en riachuelos .....            | Visitar museos .....     |
| Visitar centros comerciales .....    | Escalar Nevados .....    |
| Conocer la cultura ecuatoriana ..... | Paseo en canoa .....     |
| Rutas en haciendas .....             | Observar animales .....  |
| Otra actividad .....                 |                          |

¿Cuántos días dedicó para realizar estas actividades?

- De 1 a 5 días .....
- De 6 a 11 días .....
- De 12 a 17 días .....
- Más de 18 días .....

¿Cuáles son los servicios que utilizó?. Identifíquelos. Marque máximo 3 opciones.

- |                       |                 |                   |
|-----------------------|-----------------|-------------------|
| Alojamiento .....     | Snack Bar ..... | Restaurante ..... |
| Guía turístico .....  | Casino .....    | Hidromasaje ..... |
| Servicio Médico ..... | Piscina .....   | Discoteca .....   |
| Sauna .....           | Otro .....      |                   |

¿Qué clase de comida disfrutó durante su estadía en Ecuador?

- |                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| Platos típicos .....       | Platos a la Carta ..... |
| Comida Internacional ..... | Comidas rápidas .....   |
| Otro (Especifique) .....   |                         |

¿Cuánto gastó por los diversos servicios utilizados durante un día de visita al Ecuador?

- 0 a 100 dólares .....
- 101 a 200 dólares .....
- 201 a 300 dólares .....
- 301 a 400 dólares .....
- 401 a 500 dólares .....
- Más de 500 dólares .....

¿Cuál es su criterio sobre el costo de la vida en Ecuador ?

- Muy Alto .....
- Alto .....
- Medio .....
- Bajo .....
- Muy Bajo .....

¿Cómo calificaría en general su visita al Ecuador ?

- Muy Satisfactoria .....
  - Satisfactoria .....
  - Indiferente .....
  - Poca Satisfactoria .....
  - No Satisfactoria .....
- ¿Porqué? .....
- ¿Porqué? .....
- ¿Porqué? .....

¿Encontró lo que vino a buscar en el Ecuador?

- Si ..... No .....

¿Por qué? .....

¿Volvería usted nuevamente al Ecuador?

- Si ..... No .....

¿Visitaría usted una granja agroturística en el Ecuador?

- Definitivamente no lo haría .....
- Posiblemente no lo haría .....
- Indeciso .....
- Posiblemente lo haría .....
- Definitivamente lo haría .....

De las siguientes opciones señale que tan importantes son para usted encontrarlas en una granja agroturística.

SERVICIOS	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	INDIFERENTE	ALGO IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
Alimentación					
Recreación					
Paseo a caballo					
Plantaciones agrícolas					
Baños en riachuelos					
Actividades deportivas					
Atención infantil					
Observar animales					

buenos días/ tardes. Mi nombre es ..... Estamos realizando una encuesta para identificar el grado de satisfacción de turistas extranjeros al visitar el Ecuador. De antemano agradecemos vuestra colaboración que será de gran ayuda para nuestro trabajo.

- INSTRUCCIONES:** 1) Lea detalladamente cada una de las preguntas.  
 2) Señale con una X la respuesta que considere correcta.  
 3) En las preguntas donde exista la opción otro y esta es su elección, escriba cuál es su opinión.

Lugar de residencia País .....  
 Género Hombre ..... Mujer .....  
 Edad Menor de 20 años .....  
 Entre 20 y 35 años .....  
 Entre 36 y 49 años .....  
 Mayor de 50 años .....  
 Ocupación Profesional ..... Estudiante ..... Empleados ..... Jubilados ..... Otra (Especifique) .....

¿Cuál fue el motivo de su visita al Ecuador?  
 Recreación ..... (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 3)  
 Negocios ..... (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 2)  
 Descanso ..... (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 3)  
 Otro ..... (Especifique)

¿Durante su estadía, tuvo la oportunidad de visitar sitios turísticos atractivos en Ecuador? (Si su respuesta es positiva pase a la pregunta 9, caso contrario muchas gracias)  
 Si ..... No.....

¿Cada qué tiempo realiza sus viajes de vacaciones fuera de su país?  
 Cada 6 meses .....  
 Anualmente .....  
 Cada 2 años .....  
 Cada 4 años .....  
 Otro ..... (Especifique)

Cuándo sale de vacaciones, con que personas lo hace con mayor frecuencia?  
 Con su esposo (a) e hijos ..... (pasar a la pregunta 5)  
 Con su esposo (a) ..... (pasar a la pregunta 7)  
 Con amigos (as) ..... (pasar a la pregunta 7)  
 Con sus padres ..... (pasar a la pregunta 7)  
 Sólo (a) ..... (pasar a la pregunta 7)

¿Cuántos hijos tiene?  
 Uno ..... Dos .....  
 Tres ..... Más de 3 .....

En qué rango de edad se encuentran sus hijos ?  
 Menores de 10 años .....  
 Entre 10 y 18 años .....  
 Mayores de 18 años .....

¿La razón por la que usted sale de vacaciones es:  
 Por diversión .....  
 Por aislamiento .....  
 Por contacto con la naturaleza.....  
 Por conocer otros lugares y culturas .....  
 Por compartir con amigos .....  
 Por conocer nuevas personas.....  
 Por aventura .....  
 Otro (Especifique) .....

¿Por qué seleccionó a Ecuador para pasar sus vacaciones?  
 Por recomendaciones ..... Agencia de Viajes .....  
 Internet ..... Televisión .....  
 Folletos ..... Otro (Especifique) .....

¿Qué tan importante son para usted las siguientes condiciones al momento de elegir el destino turístico?

CONDICIONES	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	IMPORTANTE	ALTAMENTE IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
Seguridad					
Infraestructura					
Calidad en servicios					
Atención al cliente					
Accesibilidad al lugar					
Seguridad					
Calidad de servicio					
Costo					
Comodidad					
Seguridad					



¿Qué tan importante son para usted las siguientes condiciones al momento de elegir el destino turístico?

CONDICIONES	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	INDIFERENTE	ALGO IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
ubicación					
seguridad					
infraestructura					
variedad en servicios					
atención al cliente					
acceso al lugar					
limpieza					
calidad de servicio					
precio					
arqueadero					
medida					

¿Qué actividades le gusta realizar durante sus vacaciones o paseos? Escoja máximo 3 opciones y coloque 1 a la que más le gusta, a la siguiente en preferencia 2, y a la que menos le gusta 3.

- Paseo a caballo .....
- Visitar las playas .....
- Baños en riachuelos .....
- Visitar museos .....
- Escalar Nevados .....
- Conocer la cultura ecuatoriana .....
- Paseo en canoa .....
- Rutas en haciendas .....
- Visitar centros comerciales .....
- Observar animales .....
- Otra actividad .....

¿Cuántos días dedica para realizar estas actividades?

- De 1 a 3 días .....
- De 4 a 7 días .....
- De 8 a 11 días .....
- Más de 12 días .....

¿Cuáles son los servicios que acostumbra utilizar con mayor frecuencia? Identifíquelos. Marque máximo 3 opciones

- Alojamiento .....
- Restaurante .....
- Casino .....
- Servicio Médico .....
- Discoteca .....
- Otro(Especifique) .....
- Snack Bar .....
- Guía turístico .....
- Hidromasaje .....
- Piscina .....
- Sauna .....

¿Qué clase de comida prefiere durante sus vacaciones?

- Platos típicos .....
- Comida Internacional .....
- Otro (Especifique) .....
- Platos a la Carta .....
- Comidas rápidas .....

¿Estaría dispuesto a participar en un tipo de turismo relacionado a actividades agrícolas, el cuál es denominado agroturismo?

- Si .....
- No .....

Si su respuesta es POSITIVA pase a las siguientes preguntas.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un día de vacaciones en una granja agroturística?

- 0 a 50 dólares .....
- 51 a 100 dólares .....
- 101 a 150 dólares .....
- 151 a 200 dólares .....
- 201 a 250 dólares .....
- Más de 250 dólares .....

¿Las siguientes opciones señale que tan importantes son para usted encontrarlas en una granja agroturística.

SERVICIOS	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	INDIFERENTE	ALGO IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
ambiente					
atención					
paseo a caballo					
plantaciones agrícolas					
baños en riachuelos					
deportes					
ambiente infantil					
con animales					

# **ESTACIÓN PICHILINGUE.**

CON ALTERNATIVA AGRÍCOLA



**DIRECCIÓN: Km. 5 Vía El Empalme ( Quevedo – Los Ríos)**

**TELEFONOS: 052751018 - 052755967**

**WEB: [www.pichilingue.com](http://www.pichilingue.com)**

## **ESTACIÓN PICHILINGUE**

**Quevedo – Ecuador**



***Tu alternativa agroturística!!!***

### **TARIFAS:**

*Adultos: \$13*

*Niños y estudiantes: \$9*

*Incluyen almuerzo, y la oportunidad de realizar las actividades agroturísticas*

### **TARIFAS DE ALOJAMIENTO:**

*Habitaciones Simples: \$9*

*Habitaciones Dobles: \$12*

*Cabañas: 15*

### **ATENCIÓN SABADOS Y DOMINGOS**

**DIRECCIÓN:** Km. 5 Vía El Empalme

(Quevedo – Los Ríos)

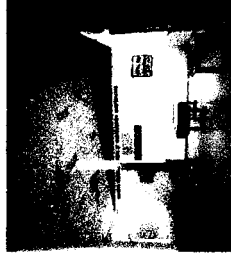
**TELEFONOS:** 052751018-052755967

**WEB:** [www.pichilingue.com](http://www.pichilingue.com)

### **ADEMÁS:**



*Restaurant*



*Sala de entretenimiento*

### **SERVICIOS ADICIONALES:**

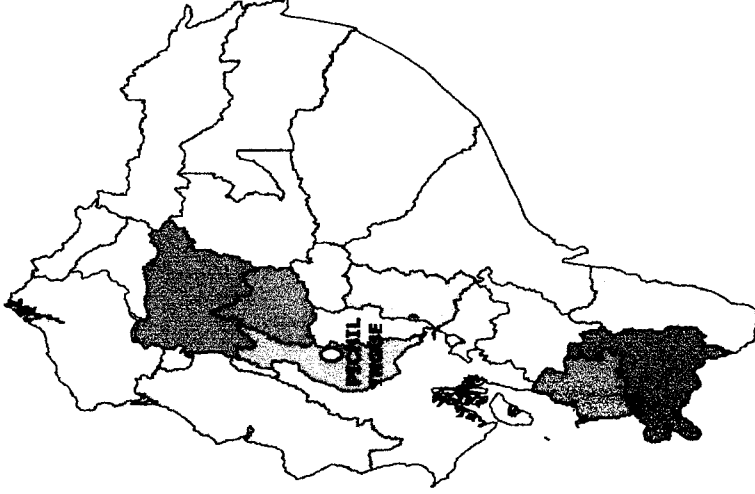


*Alojamiento*

## ACTIVIDADES:

- Observación y participación de los turistas en la recolección de la miel, proveniente de los panales de abeja existentes.
- Recorrido a las diferentes plantaciones: cacao, banano, cítricos, arroz, soya, entre otras.
- Paseo a caballo
- Alojamiento en la casa de huéspedes
- Observación de Rodeo Montubio en el área establecida para esto.
- Descanso y recreación
- Alimentación
- Práctica de deportes en las canchas existentes.
- Práctica de natación en la piscina deportiva.
- Pesca
- Paseo en canoa
- Participación en cosecha
- Picnic
- Paseo en maquinaria agrícola
- Recolección de frutos

## MAPA DE UBICACIÓN



**Anexo 5**

<b>INVERSIONES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR (en dólares)</b>	<b>PARTICIPACION (%)</b>
I.- INVERSION FIJA (Anexo 6)	11.892,83	55,27
II.- CAPITAL DE OPERACIÓN (Anexo 12)	1.616,00	7,51
III.- PUBLICIDAD	8.007,89	37,22
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>21.516,72</u></b>	<b><u>100,00</u></b>
IV.- FINANCIAMIENTO		
PRESTAMO	15.000,00	69,71
RECURSOS PROPIOS DE EETP	6.516,72	30,29
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>21.516,72</u></b>	<b><u>100,00</u></b>

ELABORACIÓN: Autoría del proyecto

## Anexo 6

<b>INVERSION FIJA</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR (dólares)</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
ACTIVOS (Anexo 11)	11.326,50	95,24
<b>SUMAN</b>	<u>11.326,50</u>	
IMPREVISTOS DE INV. FIJA (Aprox. 5% de rubros anteriores)	566,33	4,76
<b>TOTAL</b>	<u>11.892,83</u>	<u>100,00</u>

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 7

<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD (Unidad)</b>	<b>V.Unitario (dólares)</b>	<b>V. Total (dólares)</b>	
- Escritorio	1	100	100	
- Silla	1	90	90	
- Computadora	1	890	890	
- Artículos de Oficina	-	150	150	
- Archivador	1	120	120	
- Teléfono - Fax	1	320	320	
		<b>TOTAL</b>	<b>1.670</b>	

FUENTE: Empresas Comercializadoras de Equipos de Oficina

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 8

<b>EQUIPOS E INSTALACIÓN (Rehabilitación de Piscina)</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD (Unidad)</b>	<b>V.Unitario (dólares)</b>	<b>V. Total (dólares)</b>
- Azulejos	150 m2	12 x m2	1.800
- Bomba y filtro para purificar agua	1	2.000	2.000
- Instalaciones eléctricas, gasfitería y otros	1	1.000	1.000
- Piezas sanitarias y accesorios	1	300	300
- Poste con luminarias	1	250	250
		<b>TOTAL</b>	<b>5.350</b>

FUENTE: Empresas Comercializadoras de Equipos de construcción

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto



## Anexo 9

<b>EQUIPOS PARA REHABILITACIÓN DE PARQUE INFANTIL</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD (Unidad)</b>	<b>V.Unitario (dólares)</b>	<b>V. Total (dólares)</b>
- Bancos de 3 personas	10	28,40	284
- Columpios de 2 tramos con 3 servicios	6	32	192
- Resbaladera	3	128	384
- Sube & Baja de 2 tramos	5	27,20	136
- Pasamanos	3	126	378
- Aros de basketball	2	30	60
		<b>TOTAL</b>	<b>1.434</b>

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 10

<b>ARTICULOS VARIOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD (Unidad)</b>	<b>V.Unitario (dólares)</b>	<b>V. Total (dólares)</b>	
- Chalecos salvavidas	25	40,00	1.000,00	
- Canastas para recolección de frutos	25	8,90	222,50	
		<b>TOTAL</b>	<b>1.222,50</b>	

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 11

<b>ACTIVOS</b>		
<b>DENOMINACION</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR (\$)</b>
Muebles y Equipos de Oficina (Anexo 7)	6	1.670,00
Constitución de la Compañía	1	150,00
Rehabilitación de piscinas (Anexo 8)	1	5.350,00
Readecuación de Parque infantil (Anexo 9)	1	1.434,00
Adquisición de canoas	5	1.500,00
Artículos varios (Chalecos, canastas) (Anexo 10)	50	1.222,50
	<b>TOTAL</b>	<b>11.326,50</b>

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 12

<b>IMPLEMENTACION DEL PROYECTO (CAPITAL DE OPERACION)</b>					
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V.UNIT (dólares)	VALOR TOTAL (dólares)	Cronograma de Actividades Días
<b><u>PISCINAS</u></b>					
Reconstrucción y limpieza de piscinas (2 trabajadores)	Horas	160	2,50	1.200,00	(25-30)
<b><u>PARQUE INFANTIL</u></b>					
Reconstrucción del parque infantil ( 2 trabajadores)	Horas	112	3,71	416,00	(5-7)
TOTAL					
<b>TOTAL DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO</b>				<b>1.616,00</b>	

FUENTE: Sr. Luis Sandoval

ELABORACIÓN: Autoras del Proyecto

## Anexo 13

### MATERIALES DIRECTOS

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
TRATAMIENTO DE CABALLOS (incluye desparasitantes, vitaminas, y otros productos veterinarios)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
ARTICULOS PARA CASA DE HUESPEDES (incluye articulos de aseo personal y renovación de toallas y sábanas)	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00	1745,00
ARTICULOS PARA MANT. DE PISCINA (Incluye cloro, sulfato de aluminio, etc)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>SUMAN</b>	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00	2945,00
<b>IMPREVISTOS</b> (5% Rubros anteriores)	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25	147,25
<b>TOTAL</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>	<b>3092,25</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 14

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>										
<b>Denominación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
MATERIAL DE ASEO PARA LIMPIEZA DE CASA DE HUESPEDES	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
MATERIALES PARA LA PODA	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
MATERIALES DE REMODELACIÓN (Pinturas, Tumbado, Artículos de madera, etc)	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
<b>SUMAN IMPREVISTOS</b> (5% Rubros anteriores)	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00	1135,00
<b>TOTAL</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>	<b>56,75</b>
	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>	<b>1191,75</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>PRIMER AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>Costo Unitario (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.620,00</b>

### Anexo 16

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>SEGUNDO AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>Costo Unitario (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Servicio Técnico de la Piscina	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.740,00</b>

### Anexo 17

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>TERCER AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Readecuación de Parque Infantil	1	250,00	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.870,00</b>

**Anexo 18**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA CUARTO AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Servicio Técnico de la Piscina	1	120,00	120,00
Remodelación de Casa de Huéspedes	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.040,00</b>

**Anexo 19**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA QUINTO AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Remodelación de comedor y casino	1	450,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.070,00</b>



### Anexo 20

<b>MANO DE OBRA DIRECTA SEXTO AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Servicio Técnico de la Piscina	1	120,00	120,00
Readecuación de Parque Infantil	1	250,00	250,00
Rehabilitación de establo	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.110,00</b>

### Anexo 21

<b>MANO DE OBRA DIRECTA SEPTIMO AÑO</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Nº. de veces al año</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Remodelación de Oficina del Dpto. de Agroturismo	1	200,00	200,00
Creación de pequeño muelle (junto al río)	1	350,00	350,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.170,00</b>

Anexo 22

MANO DE OBRA DIRECTA OCTAVO AÑO			
DENOMINACION	Nº. de veces al año	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	Total
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Servicio Técnico de la Piscina	1	120,00	120,00
Remodelación de Casa de Huéspedes	1	450,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.190,00</b>

Anexo 23

MANO DE OBRA DIRECTA NOVENO AÑO			
DENOMINACION	Nº. de veces al año	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	Total
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Readecuación de Parque Infantil	1	250,00	250,00
Redecoración de la fachada de EETP	1	430,00	430,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.300,00</b>

MANO DE OBRA DIRECTA 10 AÑO			
DENOMINACION	Nº. de veces al año	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	Total
Mantenimiento de piscinas	52	10,00	520,00
Mantenimiento de caballos (10)	365	4,93	1.800,00
Limpieza de Casa de Huéspedes	365	4,93	1.800,00
Poda	4	50,00	200,00
Servicio Técnico General (instalaciones eléctricas, sanitarias, carpintería, etc)	1	300,00	300,00
Servicio Técnico de la Piscina	1	120,00	120,00
Rehabilitación de establo	1	120,00	120,00
Remodelación de comedor y casino	1	450,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.310,00</b>

Sueldo de encargado de caballerizas

\$ 150 por mes

1800

Sueldo de persona encargada de limpieza de Casa de Huéspedes

\$150 por mes

1800

**Anexo 25**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>No.</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares/ mes)</b>	<b>Total</b>
ADMINISTRADOR DEL DPTO. DE AGROTURISMO EETP	1	300	3.600
GUIA TURISTICO	3	200	7.200
ENCARGADO DE CASA DE HUESPEDES	1	200	2.400
<b>SUMAN</b>			<b>13.200</b>
<b><u>IMPREV. Mano de Obra Indirecta.</u></b> <b>(5% Rubros anteriores)</b>			<b>660</b>
<b><u>TOTAL</u></b>			<b>13.860</b>

ELABORACIÓN: Autoras del proyecto

## Anexo 26

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>										
<b>Denominación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>										
PAPELERIA Y SUMINISTROS DE OFICINA	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
COMBUSTIBLE	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
<b>SUMAN</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>	<b>840,00</b>
<b>IMPREVISTOS</b> (5% Rubros anteriores)	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>	<b>882,00</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

Tanqueada = \$ 40 ; se estima para el proyecto : 1,5 tanqueadas al mes

## Anexo 27

<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
DENOMINACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
PROMOCION DEL PRODUCTO( Internet y otros)	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00
<b>SUBTOTAL</b>	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00	5.055,00
<b>IMPREV.</b> (5% Rubros anteriores)	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75	252,75
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75

Elaboración: Autoras del Proyecto

### GASTO ANUAL DE PROMOCIÓN

Publicidad en revistas (publireportaje)	3000
Prensa Escrita	75
Actualización de página web	600
Folletería (trípticos y afiches)	930
Merchandising	450
	5055

## Anexo 28

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
MONTO INICIAL (US \$)	15.000,00
PLAZO (AÑOS)	3
INTERES NOMINAL ANUAL	16%
<b>Periodo</b>	<b>Cuota</b>
1	\$6.678,87
2	\$6.678,87
3	\$6.678,87

Elaboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 29

### DEPRECIACIONES

	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	%	DEPRECIACIÓN	VALOR DE RESCATE
<b>EQUIPOS Y MAQUINARIAS</b>					
Instalaciones generales	2800	20	5	133,00	1470
Bomba y filtro para purificar agua	2000	10	10	180,00	200
Batería higiénica	300	10	10	27,00	30
Poste con luminarias	250	10	10	22,50	25
Bancos de 3 personas	284	10	10	25,56	28,4
Columpios de 2 tramos	192	10	10	17,28	19,2
Resbaladera	128	10	10	11,52	12,8
Sube & Baja de 2 tramos	136	10	10	12,24	13,6
Pasamanos	126	10	10	11,34	12,6
Aros de basketball	18	10	10	1,62	1,8
<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>					
Escritorio	100	10	10	9,00	10,00
Silla	90	10	10	8,10	9,00
Computadora	890	3	20	237,33	415,34
Archivador	120	10	10	10,80	12,00
Teléfono - Fax	320	10	10	28,80	32,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>					
Canastas, chalecos	1222,5	5	10	220,05	385,84

Elaboración: Autoras del Proyecto



## Anexo 30

### DEPRECIACIONES ACUMULADAS ANUALES

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
<b>QUIPOS Y MAQUINARIAS</b>										
instalaciones generales	133,00	266,00	399,00	532,00	665,00	798,00	931,00	1064,00	1197,00	1330,00
omba y filtro para purificar agua	180,00	360,00	540,00	720,00	900,00	1080,00	1260,00	1440,00	1620,00	1800,00
atería higiénica	27,00	54,00	81,00	108,00	135,00	162,00	189,00	216,00	243,00	270,00
ostes con luminarias	22,50	45,00	67,50	90,00	112,50	135,00	157,50	180,00	202,50	225,00
ancos de 3 personas	25,56	51,12	76,68	102,24	127,80	153,36	178,92	204,48	230,04	255,60
olumpios de 2 tramos	17,28	34,56	51,84	69,12	86,40	103,68	120,96	138,24	155,52	172,80
esbaladera	11,52	23,04	34,56	46,08	57,60	69,12	80,64	92,16	103,68	115,20
ube & Baja de 2 tramos	12,24	24,48	36,72	48,96	61,20	73,44	85,68	97,92	110,16	122,40
asamanos	11,34	22,68	34,02	45,36	56,70	68,04	79,38	90,72	102,06	113,40
ros de basketball	1,62	3,24	4,86	6,48	8,10	9,72	11,34	12,96	14,58	16,20
	442,06	884,12	1326,18	1768,24	2210,30	2652,36	3094,42	3536,48	3978,54	4420,60
<b>UEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>										
critorio	9,00	18,00	27,00	36,00	45,00	54,00	63,00	72,00	81,00	90,00
illa	8,10	16,20	24,30	32,40	40,50	48,60	56,70	64,80	72,90	81,00
omputadora	237,33	474,67	712,00	0,00	237,33	474,67	712,00	0,00	237,33	474,67
rchivador	10,80	21,60	32,40	43,20	54,00	64,80	75,60	86,40	97,20	108,00
aléfono - Fax	28,80	57,60	86,40	115,20	144,00	172,80	201,60	230,40	259,20	288,00
<b>TROS ACTIVOS</b>										
anastas, chalecos	220,05	440,10	660,15	880,20	1100,25	0,00	220,05	440,10	660,15	880,20
<b>TOTAL</b>	1398,20	2796,41	4194,61	4643,48	6041,68	6119,59	7517,79	7966,66	9364,86	10763,07

laboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 31

### DEPRECIACIONES ANUALES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>EQUIPOS Y MAQUINARIAS</b>										
Instalaciones generales	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00
Bomba y filtro para purificar agua	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Materia higiénica	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Costes con luminarias	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Bankos de 3 personas	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56	25,56
Plumarios de 2 tramos	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28	17,28
Esbaladera	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52	11,52
Arbe & Baja de 2 tramos	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24	12,24
Asamanos	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34
Costos de basketball	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62
<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>										
Escritorio	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Silla	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10
Computadora	237,33	237,33	237,33	0,00	237,33	237,33	237,33	0,00	237,33	237,33
Chivador	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
Teléfono - Fax	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
<b>INDUSTRIALES Y BENS MOVILES</b>										
Maestras, chalecos	220,05	220,05	220,05	220,05	220,05	0,00	220,05	220,05	220,05	220,05
<b>TOTAL</b>	<b>956,14</b>	<b>956,14</b>	<b>956,14</b>	<b>718,81</b>	<b>956,14</b>	<b>736,09</b>	<b>956,14</b>	<b>718,81</b>	<b>956,14</b>	<b>956,14</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 32

### DEMANDA (Personas)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>PAQUETES AGROTURISTICOS</b>										
<b>- Personas extranjeras:</b>	<b>1095</b>	<b>1248</b>	<b>1423</b>	<b>1623</b>	<b>1850</b>	<b>2109</b>	<b>2404</b>	<b>2740</b>	<b>3124</b>	<b>3561</b>
Adultos (82% del total extranjero)	898	1024	1167	1330	1517	1729	1971	2247	2562	2920
Niños (18% del total extranjero)	197	225	256	292	333	380	433	493	562	641
<b>- Personas nacionales</b>	<b>3194</b>	<b>3322</b>	<b>3455</b>	<b>3593</b>	<b>3737</b>	<b>3886</b>	<b>4041</b>	<b>4203</b>	<b>4371</b>	<b>4546</b>
Adultos (64% del total nacional)	2044	2126	2211	2299	2391	2487	2587	2690	2798	2909
Niños (36% del total nacional)	1150	1196	1244	1293	1345	1399	1455	1513	1574	1637
<b>TOTAL</b>	<b>4289</b>	<b>4570</b>	<b>4878</b>	<b>5215</b>	<b>5586</b>	<b>5995</b>	<b>6445</b>	<b>6943</b>	<b>7495</b>	<b>8107</b>
<b>CASA DE HUESPEDES</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>	<b>1820</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 33

### INGRESOS POR VENTAS (Dólares)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>PAQUETES AGROTURISTICOS</b>										
- <b>Personas extranjeras:</b>	<b>13.449</b>	<b>15.331</b>	<b>17.478</b>	<b>19.925</b>	<b>22.714</b>	<b>25.894</b>	<b>29.519</b>	<b>33.652</b>	<b>38.363</b>	<b>43.734</b>
Adultos (82% del total extranjero)	11.674	13.309	15.172	17.296	19.718	22.478	25.625	29.212	33.302	37.964
Niños (18% del total extranjero)	1.774	2.023	2.306	2.628	2.996	3.416	3.894	4.439	5.061	5.769
- <b>Personas nacionales</b>	<b>36.922</b>	<b>38.402</b>	<b>39.939</b>	<b>41.524</b>	<b>43.188</b>	<b>44.922</b>	<b>46.726</b>	<b>48.587</b>	<b>50.540</b>	<b>52.550</b>
Adultos (64% del total nacional)	26.572	27.638	28.743	29.887	31.083	32.331	33.631	34.970	36.374	37.817
Niños (36% del total nacional)	10.350	10.764	11.196	11.637	12.105	12.591	13.095	13.617	14.166	14.733
<b>TOTAL</b>	<b>50.371</b>	<b>53.733</b>	<b>57.417</b>	<b>61.449</b>	<b>65.902</b>	<b>70.816</b>	<b>76.245</b>	<b>82.239</b>	<b>88.903</b>	<b>96.284</b>
<b>CASA DE HUESPEDES</b>										
Habitaciones Simples (18 hab/fin de semana)	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424	8.424
Habitaciones Dobles (6 hab/fin de semana)	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744	3.744
Cabañas ( 2 / fin de semana)	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560
<b>TOTAL</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>	<b>13.728</b>
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>64.099</b>	<b>67.461</b>	<b>71.145</b>	<b>75.177</b>	<b>79.630</b>	<b>84.544</b>	<b>89.973</b>	<b>95.967</b>	<b>102.631</b>	<b>110.012</b>

Elaboración: Autoras del Proyecto

## Anexo 34

### COSTOS DE PRODUCCIÓN

RUBRO	AÑO 1 (dólares)	AÑO 2 (dólares)	AÑO 3 (dólares)	AÑO 4 (dólares)	AÑO 5 (dólares)	AÑO 6 (dólares)	AÑO 7 (dólares)	AÑO 8 (dólares)	AÑO 9 (dólares)	AÑO 10 (dólares)
<u>COSTOS DIRECTOS</u>										
MANO DE OBRA DIRECTA	4.620,00	4.740,00	4.870,00	5.040,00	5.070,00	5.110,00	5.170,00	5.190,00	5.300,00	5.310,00
MATERIALES DIRECTOS	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00	2.945,00
SUMAN	7.565,00	7.685,00	7.815,00	7.985,00	8.015,00	8.055,00	8.115,00	8.135,00	8.245,00	8.255,00
IMPREVISTOS (5% DE RUBROS ANTERIORES)	378,25	384,25	390,75	399,25	400,75	402,75	405,75	406,75	412,25	412,75
ALIMENTACIÓN	5.361,25	5.712,50	6.097,50	6.518,75	6.982,50	7.493,75	8.056,25	8.678,75	9.368,75	10.133,75
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>13.304,50</b>	<b>13.781,75</b>	<b>14.303,25</b>	<b>14.903,00</b>	<b>15.398,25</b>	<b>15.951,50</b>	<b>16.577,00</b>	<b>17.220,50</b>	<b>18.026,00</b>	<b>18.801,50</b>
<u>COSTOS INDIRECTOS</u>										
MANO DE OBRA INDIRECTA	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00
MATERIALES INDIRECTOS	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00
DEPRECIACIONES	956,14	956,14	956,14	718,81	956,14	736,09	956,14	718,81	956,14	956,14
SUMAN	15.291,14	15.291,14	15.291,14	15.053,81	15.291,14	15.071,09	15.291,14	15.053,81	15.291,14	15.291,14
IMPREVISTOS (5% DE RUBROS ANTERIORES)	764,56	764,56	764,56	752,69	764,56	753,55	764,56	752,69	764,56	764,56
SEGUROS	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>36.055,70</b>	<b>36.055,70</b>	<b>36.055,70</b>	<b>35.806,50</b>	<b>36.055,70</b>	<b>35.824,65</b>	<b>36.055,70</b>	<b>35.806,50</b>	<b>36.055,70</b>	<b>36.055,70</b>
<b>TOTALES</b>	<b>49.360,20</b>	<b>49.837,45</b>	<b>50.358,95</b>	<b>50.709,50</b>	<b>51.453,95</b>	<b>51.776,15</b>	<b>52.632,70</b>	<b>53.027,00</b>	<b>54.081,70</b>	<b>54.857,20</b>

## Anexo 35

### PUNTO DE EQUILIBRIO

PERIODO/AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>COSTOS FIJOS</b>											
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>											
PLAZO DE OBRA INDIRECTA	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00
MATERIALES INDIRECTOS	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00	1.135,00
PREVISTOS 5%	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75	716,75
SEGUROS	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>											
PELERIA Y SUMINISTROS DE OFICINA	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
COMBUSTIBLE	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
PREVISTOS 5%	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
DEPRECIACIONES	956,14	956,14	956,14	718,81	956,14	736,09	956,14	718,81	956,14	956,14	956,14
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.652,56</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.669,84</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.652,56</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.889,89</b>	<b>36.889,89</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>											
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>											
PLAZO DE OBRA DIRECTA	4620,00	4740,00	4870,00	5040,00	5070,00	5110,00	5170,00	5190,00	5300,00	5310,00	5310,00
MATERIALES DIRECTOS	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25	3092,25
DEPRECIACIÓN	5361,25	5712,50	6097,50	6518,75	6982,50	7493,75	8056,25	8678,75	9368,75	10133,75	10133,75
<b>COSTOS DE VENTAS</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>	<b>5307,75</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>18381,25</b>	<b>18852,50</b>	<b>19367,50</b>	<b>19958,75</b>	<b>20452,50</b>	<b>21003,75</b>	<b>21626,25</b>	<b>22268,75</b>	<b>23068,75</b>	<b>23668,75</b>	<b>23843,75</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>55271,14</b>	<b>55742,39</b>	<b>56257,39</b>	<b>56611,31</b>	<b>57342,39</b>	<b>57673,59</b>	<b>58516,14</b>	<b>58921,31</b>	<b>59958,64</b>	<b>60733,64</b>	<b>60733,64</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>64.098,52</b>	<b>67.461,31</b>	<b>71.144,69</b>	<b>75.176,57</b>	<b>79.630,01</b>	<b>84.543,97</b>	<b>89.973,12</b>	<b>95.966,80</b>	<b>102.631,05</b>	<b>110.011,88</b>	<b>110.011,88</b>

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS}}}$$

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	51.721,98	51.197,32	50.688,73	49.900,81	49.639,51	48.791,37	48.562,56	47.727,57	47.585,96	47.097,77

### Anexo 36

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>										
RUBRO/AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS NETAS (Anexo 29)	64.098,52	67.461,31	71.144,69	75.176,57	79.630,01	84.543,97	89.973,12	95.966,80	102.631,05	110.011,88
COSTOS DE PRODUCCIÓN (Anexo 30)	49.360,20	49.837,45	50.358,95	50.709,50	51.453,95	51.776,15	52.632,70	53.027,00	54.081,70	54.857,20
UTILIDAD BRUTA	14.738,32	17.623,86	20.785,74	24.467,07	28.176,06	32.767,82	37.340,42	42.939,80	48.549,35	55.154,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00
GASTOS DE VENTAS	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	8.548,57	11.434,11	14.595,99	18.277,32	21.986,31	26.578,07	31.150,67	36.750,05	42.359,60	48.964,93
GASTOS FINANCIEROS	6.678,87	6.678,87	6.678,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	1.869,70	4.755,24	7.917,12	18.277,32	21.986,31	26.578,07	31.150,67	36.750,05	42.359,60	48.964,93
UTILIDAD 15% TRABAJ.	280,45	713,29	1.187,57	2.741,60	3.297,95	3.986,71	4.672,60	5.512,51	6.353,94	7.344,74
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP. A LA RENTA	1.589,24	4.041,95	6.729,55	15.535,72	18.688,36	22.591,36	26.478,07	31.237,54	36.005,66	41.620,19
IMPUESTO A LA RENTA 25%	397,31	1.010,49	1.682,39	3.883,93	4.672,09	5.647,84	6.619,52	7.809,39	9.001,42	10.405,05
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.191,93</b>	<b>3.031,47</b>	<b>5.047,17</b>	<b>11.651,79</b>	<b>14.016,27</b>	<b>16.943,52</b>	<b>19.858,55</b>	<b>23.428,16</b>	<b>27.004,25</b>	<b>31.215,14</b>

#### RENTABILIDAD

<b>SOBRE LA INVERSION TOTAL (%)</b>	5,54	14,09	23,46	54,15	65,14	78,75	92,29	108,88	125,50	145,07
<b>SOBRE LAS VENTAS (%)</b>	1,86	4,49	7,09	15,50	17,60	20,04	22,07	24,41	26,31	28,37
<b>SOBRE EL CAPITAL SOCIAL (%)</b>	28,69	72,97	121,49	280,47	337,38	407,84	478,01	563,93	650,01	751,37

**ELABORACIÓN:** Autoras del proyecto



**Anexo 37**

**FLUJO DE CAJA**

Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>(A) INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>65.054,66</b>	<b>68.417,45</b>	<b>72.100,83</b>	<b>75.895,38</b>	<b>80.586,15</b>	<b>85.280,06</b>	<b>90.929,27</b>	<b>96.685,61</b>	<b>103.587,20</b>	<b>110.968,02</b>
Ventas		64.098,52	67.461,31	71.144,69	75.176,57	79.630,01	84.543,97	89.973,12	95.966,80	102.631,05	110.011,88
Depreciación		956,14	956,14	956,14	718,81	956,14	736,09	956,14	718,81	956,14	956,14
<b>(B) EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>55.549,95</b>	<b>56.027,20</b>	<b>56.548,70</b>	<b>56.899,25</b>	<b>57.643,70</b>	<b>57.965,90</b>	<b>58.822,45</b>	<b>59.216,75</b>	<b>60.271,45</b>	<b>61.046,95</b>
Costos de Producción		49.360,20	49.837,45	50.358,95	50.709,50	51.453,95	51.776,15	52.632,70	53.027,00	54.081,70	54.857,20
Gastos Administrativos		882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00
Gastos Ventas		5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75	5.307,75
<b>( C ) FLUJO OPERATIVO ( A - B )</b>		<b>9.504,71</b>	<b>12.390,25</b>	<b>15.552,13</b>	<b>18.996,13</b>	<b>22.942,45</b>	<b>27.314,16</b>	<b>32.106,82</b>	<b>37.468,86</b>	<b>43.315,75</b>	<b>49.921,07</b>
<b>(D) INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(E) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>7.356,63</b>	<b>8.402,64</b>	<b>9.548,82</b>	<b>6.625,53</b>	<b>7.970,04</b>	<b>9.634,55</b>	<b>11.292,12</b>	<b>13.321,89</b>	<b>15.355,36</b>	<b>17.749,79</b>
Gastos Financieros		6.678,87	6.678,87	6.678,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago Part. de Ut. a Trabaj. (18%)		280,45	713,29	1.187,57	2.741,60	3.297,95	3.986,71	4.672,60	5.512,51	6.353,94	7.344,74
Impuesto a la Renta (25%)		397,31	1.010,49	1.682,39	3.883,93	4.672,09	5.647,84	6.619,52	7.809,39	9.001,42	10.405,05
<b>(F) FLUJO DE CAJA NO OPERACIONAL</b>		<b>-7.356,63</b>	<b>-8.402,64</b>	<b>-9.548,82</b>	<b>-6.625,53</b>	<b>-7.970,04</b>	<b>-9.634,55</b>	<b>-11.292,12</b>	<b>-13.321,89</b>	<b>-15.355,36</b>	<b>-17.749,79</b>
INVERSIÓN INICIAL	-21.516,72										
<b>(G) FLUJO NETO GENERAL ( C + F )</b>	<b>-21.516,72</b>	<b>2.148,08</b>	<b>3.987,61</b>	<b>6.003,31</b>	<b>12.370,60</b>	<b>14.972,41</b>	<b>17.679,61</b>	<b>20.814,70</b>	<b>24.146,97</b>	<b>27.960,39</b>	<b>32.171,29</b>
<b>(H) SALDO INICIAL DE CAJA</b>	0,00	<b>-21.516,72</b>	<b>-19.368,64</b>	<b>-15.381,04</b>	<b>-9.377,73</b>	<b>2.992,87</b>	<b>17.965,29</b>	<b>35.644,90</b>	<b>56.459,60</b>	<b>80.606,56</b>	<b>108.566,95</b>
<b>(I) SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	<b>-21.516,72</b>	<b>-19.368,64</b>	<b>-15.381,04</b>	<b>-9.377,73</b>	<b>2.992,87</b>	<b>17.965,29</b>	<b>35.644,90</b>	<b>56.459,60</b>	<b>80.606,56</b>	<b>108.566,95</b>	<b>140.738,24</b>

<b>VAN 14,79%</b>	58.627,09	<b>Ben</b>	63.345,88
Tasa de Descuento	14,79%	<b>Costos</b>	-21.516,72
<b>TIR</b>	<b>38,28%</b>	<b>Rel B/C</b>	2,94

**TASA DE DESCUENTO = (Proporción del Capital Propio \* Tasa esperada por accionistas) + (Proporción del préstamo \* Tasa Nominal del Préstamo)**  
14,79%

**Tasa esperada por accionistas= 12%** (Tasa esperada por proyectos internacionales para autogestión de la EETP)

## BALANCE GENERAL PROYECTADO

CONCEPTOS	1	2	3	4	5	6
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja	- 19.368,64	-15.381,04	-9.377,73	2.992,87	17.965,29	35.644,90
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>- 19.368,64</b>	<b>- 15.381,04</b>	<b>- 9.377,73</b>	<b>2.992,87</b>	<b>17.965,29</b>	<b>35.644,90</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Muebles y Equipos de Oficina	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00
(-) Deprec. Acumulada de Eq. Of.	294,03	588,07	882,10	226,80	520,83	814,87
Equipos y Maquinarias	6.234,00	6.234,00	6.234,00	6.234,00	6.234,00	6.234,00
(-) Deprec. Acumulada de Maq.	442,06	884,12	1.326,18	1.768,24	2.210,30	2.652,36
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>7.017,91</b>	<b>6.281,81</b>	<b>5.545,72</b>	<b>5.758,96</b>	<b>5.022,87</b>	<b>4.286,77</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>						
Varios (Chalecos; canastas)	1.222,50	1.222,50	1.222,50	1.222,50	1.222,50	1.222,50
(-) Deprec. Acum. Otros Activos	220,05	440,10	660,15	880,20	1100,25	0,00
<b>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</b>	<b>1.002,45</b>	<b>782,40</b>	<b>562,35</b>	<b>342,30</b>	<b>122,25</b>	<b>1.222,50</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>- 11.348,29</b>	<b>- 8.316,82</b>	<b>- 3.269,66</b>	<b>9.094,13</b>	<b>23.110,41</b>	<b>41.154,17</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PATRIMONIO</b>						
Utilidad Neta (PERDIDA)	1.191,93	3.031,47	5.047,17	11.651,79	14.016,27	16.943,52
Capital	- 12.540,22	- 11.348,29	- 8.316,82	- 2.557,66	9.094,14	24.210,65
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>- 11.348,29</b>	<b>- 8.316,82</b>	<b>- 3.269,66</b>	<b>9.094,13</b>	<b>23.110,41</b>	<b>41.154,17</b>

## BALANCE GENERAL PROYECTADO

CONCEPTOS	7	8	9	10
<b>ACTIVO</b>				
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				
Caja	56.459,60	80.606,56	108.566,95	140.738,24
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>56.459,60</b>	<b>80.606,56</b>	<b>108.566,95</b>	<b>140.738,24</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Muebles y Equipos de Oficina	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00
(-) Deprec. Acumulada de Eq. Of.	1.108,90	453,60	747,63	1.041,67
Equipos y Maquinarias	6.234,00	6.234,00	6.234,00	6.234,00
(-) Deprec. Acumulada de Maq.	3.094,42	3.536,48	3.978,54	4.420,60
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>3.550,68</b>	<b>3.763,92</b>	<b>3.027,83</b>	<b>2.291,73</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>				
Varios (Chalecos; canastas)	1.222,50	1.222,50	1.222,50	1.222,50
(-) Deprec. Acum. Otros Activos	220,05	440,10	660,15	880,20
<b>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</b>	<b>1.002,45</b>	<b>782,40</b>	<b>562,35</b>	<b>342,30</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>61.012,73</b>	<b>85.152,88</b>	<b>112.157,13</b>	<b>143.372,27</b>
<b>PASIVO</b>				
<b>PATRIMONIO</b>				
Utilidad Neta (PERDIDA)	19.858,55	23.428,16	27.004,25	31.215,14
Capital	41.154,18	61.724,73	85.152,89	112.157,13
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>61.012,73</b>	<b>85.152,88</b>	<b>112.157,13</b>	<b>143.372,27</b>

## Anexo 39

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

N°	Supuestos:	TIR	Rel. B/C	VAN	VAR VAN
	Supuestos:				
	Situación Inicial	38,28%	2,94	58.627,09	
1	Incremento del 15% precio del servicio	60,72%	4,71	96.659,51	64,87%
2	Incremento del 15% Costos de producción	16,38%	1,14	19.801,09	-66,23%
3	Disminución del 15% precio del servicio	14,37%	0,96	16.012,99	-72,69%
4	Disminución del 15% Costos de producción	63,64%	4,75	97.453,09	66,23%
5	Incremento del 15% precio del servicio y disminución del 15% costos de producción	78,07%	5,86	121.411,09	25,61%
6	Incremento del 15% costos de producción y disminución del 15% precio del servicio	-0,82%	-0,48	-15.070,11	-125,71%

Elaboración: Autoras del Proyecto

## **Anexo 40**

### **ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR Periodo 1991-2001**

<b>Año</b>	<b>Entradas</b>
1991	364.585
1992	403.242
1993	471.367
1994	471.961
1995	439.523
1996	493.727
1997	529.492
1998	471.009
1999	517.670
2000	627.090
2001	640.561

**Entrada de Extranjeros (Promedio)            493.657**

**FUENTE:** Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

**ELABORACIÓN:** Autoras del proyecto