

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un plan de actividades agroturísticas para potenciar la hacienda “San Agustín”, ubicada en el cantón Paján, provincia de Manabí

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Ana Belén Córdova Rosas

Jefferson Alexander Plaza Valdiviezo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedicamos a todos los que estuvieron, están y estarán en este viaje tan maravilloso y aterrador que es la vida.

AGRADECIMIENTOS

A cada persona que, de una forma u otra, tuvo parte en este proyecto y sus resultados: ¡Gracias totales!

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Ana Córdova Rosas y Jefferson Plaza Valdiviezo* damos nuestro consentimiento para que la ESPOC realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual".



Ana Córdova Rosas



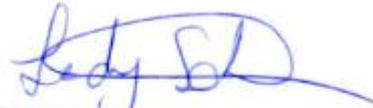
Jefferson Plaza
Valdiviezo

EVALUADORES



MBA. Ivonne Martin Moreno

PROFESOR DE LA MATERIA



MSc. Lady Soto Navarrete

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La Hacienda San Agustín es un predio familiar dedicado a actividades agrícolas y ganaderas tradicionales, ubicado en el cantón Paján, que precisa identificar una fuente de ingresos alternativa, ante la baja rentabilidad de la producción agropecuaria en los últimos años. En respuesta, el presente proyecto se enfoca en diseñar un plan de actividades agroturísticas comercial y económicamente viable que se ajuste a sus necesidades. La relevancia del mismo se justifica por su capacidad de generar ingresos adicionales, mientras mantiene y aprovecha los recursos propios del sector primario y amplía la reducida oferta turística del cantón. El estudio siguió un enfoque cuantitativo exploratorio y contempló el uso de herramientas de planificación turística como base del diseño de la propuesta. Este, a su vez, fue complementado con un estudio de mercado, un estudio financiero y un proceso de validación de prototipos de baja y alta fidelidad, los que sustentaron su viabilidad comercial, económica y técnica respectivamente. Como resultado, se determinó que el objeto de estudio es un atractivo de jerarquía I, con condiciones mínimas para generar un producto, en el que pueden desarrollarse hasta 8 actividades de tipo agroturístico. De igual forma, se identificó que existe un interés latente entre los jóvenes y adultos de Portoviejo, Manta y Guayaquil por alojarse y desarrollar actividades de tipo agroturístico en espacios adecuados para este fin. Hay que mencionar además que, el proyecto arrojó buenas perspectivas de rentabilidad al proyectar valores positivos en los indicadores de VAN y TIR. Finalmente, se concluye que la Hacienda San Agustín puede lograr un importante desarrollo turístico mediante el diseño y comercialización de un producto de tipo agroturístico planificado, que aproveche sus principales recursos y potencialidades, así como los de su área de influencia.

Palabras Clave: Desarrollo sostenible, turismo rural, planificación de producto, actividades turísticas.

ABSTRACT

Hacienda San Agustin is a familiar farm dedicated to traditional agricultural and livestock activities, located in Paján, which needs to identify an alternative source of income, given the low profitability of agricultural production in recent years. In response, the present project focuses on designing a plan of commercial and economically viable agrotourism activities that fit its needs. The relevance of this is justified by its ability to generate additional income, while maintaining and exploiting the resources of the primary sector and extends the reduced tourist offer of the canton. The study followed an exploratory quantitative approach and contemplated the use of tourism planning tools as a basis for the design of the proposal. This, in turn, was complemented by a market study, a financial study and a validation process of low and high fidelity prototypes, which supported its commercial, economic and technical viability, respectively. As a result, it was determined that the object of study is an attractive hierarchy I, with minimum conditions to generate a product, in which up to eight agrotourism activities can be developed. Similarly, it was identified that there is a latent interest among young people and adults in Portoviejo, Manta and Guayaquil to stay and develop agrotourism activities in spaces suitable for that purpose. It should also be mentioned that, the project showed good profitability prospects by projecting positive values in the NPV and IRR indicators. Finally, it is concluded that Hacienda San Agustin can achieve an important tourism development through the design and commercialization of a planned agrotourism product, which takes advantage of its main resources and potential, as well as those of its area of influence.

Keywords: *Sustainable development, rural tourism, product planning, tourism activities.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	I
RESUMEN.....	II
ABSTRACT	III
ÍNDICE GENERAL	IV
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	IX
CAPÍTULO 1.....	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Descripción del problema	2
1.2. Justificación del problema	2
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos	3
1.4. Marco teórico.....	4
1.4.1. Desarrollo turístico	4
1.4.2. Planificación turística	5
1.4.3. Turismo rural.....	6
1.4.4. Agroturismo.....	7
1.4.5. Casos de estudio	8
CAPÍTULO 2.....	2
2. METODOLOGÍA.....	2
2.1 Mapeo de los actores involucrados	2
2.1.1 Identificación de actores.....	11
2.1.3 Mapeo de actores	13
2.1.4 Elaboración de matriz con ideas relevantes.....	14
2.2 Planificación del producto turístico	15
2.2.1 Diagnóstico	15
2.2.2 Análisis.....	16
2.2.3 Propuesta.....	16
2.3 Estudio de mercado	16
2.3.1 Definición de la población meta	17

2.3.2	Determinación del tamaño de la población meta	17
2.3.3	Determinación de la muestra	18
2.3.4	Estructuración de la encuesta.....	19
2.3.5	Testeo, aplicación y análisis de los resultados	20
2.4	Estudio financiero.....	20
2.5	Diseño de prototipos de baja y alta fidelidad	20
2.5.1	Prototipo de baja fidelidad.....	21
2.5.2	Prototipo de baja fidelidad corregido.....	22
2.5.3	Validación de prototipos.....	22
CAPÍTULO 3.....		11
3	RESULTADOS Y ANÁLISIS	11
3.1	Planificación turística.....	11
3.1.1	Análisis de Miossec.....	11
3.1.2	Jerarquización de atractivos turísticos	24
3.1.3	Análisis FODA	25
3.1.4	Actividades agroturísticas.....	26
3.2	Estudio de Mercado	27
3.3	Estudio Financiero.....	34
3.4.	Validación de prototipos	37
3.4.1.	Primer prototipo de baja fidelidad.....	37
3.4.2.	Segundo prototipo de baja fidelidad.....	40
CAPÍTULO 4.....		44
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
4.1.	Conclusiones	44
4.2	Recomendaciones.....	44
4.3	Recomendaciones adicionales.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....		46
APÉNDICES.....		50
APÉNDICE A.....		51
APÉNDICE B.....		88
APÉNDICE C.....		136
APÉNDICE D.....		166
APÉNDICE E.....		180

ABREVIATURAS

CAPM	Capital Asset Pricing Model.
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral.
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado.
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador.
MINTUR	Ministerio de Turismo de Ecuador.
OMT	Organización Mundial Del Turismo.
PDyOT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
PLANDETUR 2020	Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible de Ecuador al 2020.
TIR	Tasa Interna de Retorno.
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
VAN	Valor Actual Neto.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Mapeo de los actores de la hacienda San Agustín.	13
Ilustración 2.2 Matriz de ideas relevantes en base a entrevistas.....	14
Ilustración 2.3 Cálculo de la muestra realizado en Raosoft sample size calculator.....	19
Ilustración 3.1 Resultados evaluación técnica de Jerarquización.....	24
Ilustración 3.2 Infografía Actividades agroturísticas	26
Ilustración 3.3 Síntesis Estudio de Mercado.....	27
Ilustración 3.4 Primer prototipo de baja fidelidad cacaotal.	37
Ilustración 3.5 Primer prototipo de baja fidelidad Hacienda San Agustín.	38
Ilustración 3.6 Segundo prototipo de baja fidelidad. Cacaotal.	40
Ilustración 3.7 Segundo prototipo de baja fidelidad. Hacienda.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Identificación de los actores involucrados.	11
Tabla 2.2 Detalle de las personas entrevistadas.	12
Tabla 3.1 Análisis de Miossec	11
Tabla 3.2 Resultados de las variables del FODA Cruzado.....	25
Tabla 3.3 Estimación de la demanda potencial para la Hacienda San Agustín.....	29
Tabla 3.4 Estimación de la demanda efectiva mensual estándar para la Hacienda San Agustín.	30
Tabla 3.5 Estimación de la demanda efectiva anual para la Hacienda San Agustín, en concordancia con la estacionalidad.....	30
Tabla 3.6 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 1	32
Tabla 3.7 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 2.	33
Tabla 3.8 Flujo de caja	34
Tabla 3.9 Resultados de la primera validación de baja fidelidad	39
Tabla 3.10 Resultados de la segunda validación del prototipo de baja fidelidad.....	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico B.1 Planeación de la investigación (cronograma de actividades).	110
Gráfico B.2 Género.....	117
Gráfico B.3 Rango de edad.	117
Gráfico B.4 Lugar de residencia.	118
Gráfico B.5 Ocupación.	119
Gráfico B.6 Margen de ingreso mensual percibido.....	120
Gráfico B.7 Visita previa a lugares especializados en agroturismo	120
Gráfico B.8 Lugares especializados en agroturismo visitados.....	121
Gráfico B.9 Predisposición a la práctica de actividades agroturísticas.....	122
Gráfico B.10 Horas de viaje aceptables para acceder a un producto agroturístico. ...	122
Gráfico B.11 Actividades agroturísticas más atractivas.....	123
Gráfico B.12 Facilidades indispensables dentro de una hacienda agroturística.....	124
Gráfico B.13 Predisposición de pago por visitar una hacienda agroturística.....	124
Gráfico B.14 Demanda de hospedaje dentro de una hacienda agroturística.	125
Gráfico B.15 Noches de hospedaje dentro de una hacienda agroturística.....	126
Gráfico B.16 Predisposición de pago por alojamiento en hacienda agroturística.....	126
Gráfico B.17 Identificación del cantón Paján.	127
Gráfico B.18 Momento de ejecución de viajes de esparcimiento.	128
Gráfico B.19 Compañía durante un viaje de esparcimiento.	128
Gráfico B.20 Medios de comunicación utilizados en el descubrimiento de nuevos productos turísticos.	129
Gráfico B.21 Red social más utilizada en el descubrimiento de productos turísticos ..	130

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El sector de viajes y turismo se ha consolidado como un elemento clave para la prosperidad y el desarrollo socioeconómico de los pueblos a nivel mundial, dando cuenta de un creciente número de destinos dispuestos a invertir en él.

Como fenómeno social, el turismo es una actividad que se encuentra en constante expansión y diversificación, adaptándose a los gustos, preferencias y necesidades cambiantes de las sociedades humanas. Así, a través del tiempo, ha desarrollado una amplia gama de modalidades. Una de las más recientes, influenciada por la preocupación de preservar y aprovechar de forma sustentable los recursos que provee el medio ambiente, es el agroturismo.

Pese a tener, su apogeo dos décadas atrás y presentarse como una opción atractiva para las regiones del mundo que centran su estructura económica en el sector primario, el agroturismo aún se encuentra en período de adopción, dando cuenta de países que apenas dan sus primeros pasos en la incursión de dicha modalidad, es el caso de Ecuador.

El territorio nacional, privilegiado en su configuración geográfica, concentra una gran variedad de parajes naturales que han favorecido históricamente la actividad agrícola y ganadera. Como resultado, una cantidad importante de haciendas y fincas dedicadas a la producción agropecuaria se encuentran distribuidas a lo largo y ancho del país. Algunas de estas, motivadas por la necesidad de diversificar sus fuentes de ingresos, han sido adaptadas para ofrecer servicios turísticos, conformando una oferta pionera y con resultados positivos.

1.1. Descripción del problema

La hacienda “San Agustín”, ubicada en el recinto Colimes del cantón Paján, es un predio familiar que por cerca de 30 años se ha dedicado a actividades agrícolas y ganaderas tradicionales (no tecnificadas). Fue constituida por Agustín Plaza, con la idea de aprovechar y preservar los terrenos de su padre, además de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación profesional como médico veterinario. Tras su deceso, la hacienda fue heredada por sus dos hijos, quienes son sus titulares a la fecha.

Las tierras que abarca la propiedad han sido utilizadas históricamente para el pastoreo y la cosecha de productos como: cacao, maíz, café, naranja y plátano. Sin embargo, ante la poca rentabilidad generada por la hacienda durante los últimos 5 años, asociada a los altos costos de insumos y bajos precios de ventas de la producción, los propietarios precisan identificar alternativas que permitan aprovechar áreas en desuso, incrementar sus ingresos y a la vez aportar al desarrollo económico de la región.

1.2. Justificación del problema

La escasa rentabilidad que genera hoy en día la producción agropecuaria desarrollada por pequeños y medianos productores en zonas rurales del Ecuador, es una problemática que amenaza el futuro de la actividad, y con ella una serie de valores naturales, culturales y paisajísticos que merecen ser conservados. En esta línea, la propuesta del presente proyecto tiene una repercusión práctica sobre el sector agropecuario ecuatoriano tradicional, rescatando una alternativa de diversificación viable que, además de armonizar los intereses económicos y de preservación requeridos por el sector para su subsistencia a largo plazo, potencia el desarrollo del área de influencia en que se ejecuta.

En el cantón Paján, varios productores han abandonado de forma definitiva la labor agropecuaria, al no encontrar alternativas que les permitan continuar con esta de forma rentable. Por tanto, la propuesta de diseñar un plan de actividades que conjugue los recursos característicos del sector primario con las bondades de la práctica turística dentro de una hacienda de su jurisdicción, se presenta como una opción viable, capaz de aprovechar los espacios en desuso y mitigar los problemas de rentabilidad exhibidos por el objeto de estudio, Hacienda “San Agustín”, al mismo tiempo que ayuda a

preservar la actividad agrícola y ganadera del cantón, amplía su reducida oferta turística y lo hace partícipe de su efecto multiplicador.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un plan de actividades agroturísticas viable para la Hacienda San Agustín, que guíe el aprovechamiento de los recursos existentes y estimule la generación de ingresos adicionales, mediante la aplicación de un modelo básico de planificación turística y estudios complementarios.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Evaluar la situación actual de la Hacienda San Agustín y el cantón Paján, mediante el uso de herramientas de planificación turística.
2. Establecer las actividades de agroturismo que se pueden realizar en la hacienda, utilizando el análisis previo del territorio.
3. Analizar la viabilidad comercial y económica de la propuesta, a través de estudios de mercado y financiero.

1.4. Marco teórico

1.4.1. Desarrollo turístico

Acorde a lo expuesto por Streimikiene & Bilan (2015), el desarrollo turístico puede definirse como el proceso de cambio que experimenta un territorio determinado a nivel social, cultural, político, económico y ambiental, producto de la introducción y evolución de la actividad turística. El desarrollo turístico, en relación al modelo que lo oriente, puede resultar en una acción tanto positiva como negativa.

Al respecto, Butler (1980) señala que en materia turística existe un patrón común de desarrollo tendiente a la réplica de un modelo contraproducente. Según este modelo, un área de poca o nula presencia turística eventualmente se populariza y explota hasta alcanzar un estado de saturación que pone en peligro su prosperidad. De esta revisión, se determina que el modelo de desarrollo turístico tradicional es ineficiente y se sustenta la necesidad de incorporar en el presente proyecto un modelo que apunte a la sostenibilidad.

El primer acercamiento a la concepción de un desarrollo sostenible se realiza a finales del siglo XX (Gómez, 2014). Su primera definición formal se construye en el marco de la redacción del informe *Our Common Future*, a cargo de la Comisión de Desarrollo y Medio Ambiente de las Naciones Unidas, donde se describe como el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades presentes sin privar de dicha capacidad a las generaciones futuras (Brundtland, 1987). En un sentido más explícito, el desarrollo sostenible es aquel que integra el medio ambiente, la sociedad y la economía como ejes fundamentales del bienestar humano (UNESCO, 2012).

Aplicado al turismo, el desarrollo sostenible finalmente es definido por la OMT (1999) como aquel que:

Satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida (p.18).

1.4.2. Planificación turística

Para poder alcanzar un desarrollo sostenible exitoso dentro del sector turístico, se debe aplicar un modelo de planificación. De manera general, Robbins & Coulter (2005) entienden a la planificación como un proceso que cuenta con diferentes etapas, siendo su finalidad establecer una estrategia general, así como planes apropiados para lograrla.

Para Molina (1986) la planificación turística es un proceso racional y ordenado que tiene como objetivo principal, alcanzar el crecimiento y el desarrollo turístico. Complementando esto Gunn y Var (2002) consideran que la planificación turística se debe enfocar en lograr la satisfacción del turista, pero teniendo en cuenta a la comunidad y protegiendo los recursos. Por otra parte, Murphy (2008) brinda un concepto más holístico, en el cual la planificación busca adaptarse a los cambios de un sistema e incentiva un desarrollo ordenado, acentuando los beneficios sociales, económicos y ambientales del proceso de desarrollo.

Dentro de este esquema conceptual se han planteado varios modelos sistemáticos, destacando el de: Leiper, Cooper, Santana y Gunn. De manera similar, se puede determinar cuatro enfoques: desarrollista, económico, espacial y estratégico. En la actualidad, para asegurar que se está llevando una planificación adecuada es imperativo juntar los elementos más destacados de cada uno de ellos (Toro, Galán, Pico, Roza y Suescún, 2015).

En esta línea, Ecuador ha desarrollado el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador 2020, documento que es fundamental para establecer los lineamientos con los que se debe realizar la planificación turística nacional. El vínculo directo que existe con el proyecto actual, es que en el portafolio de productos turísticos que Ecuador puede ofertar se reconoce al agroturismo como línea de producto general, especificando que se realiza en haciendas, fincas y plantaciones, y resaltando el espacio geográfico de Manabí para ejecutar esta actividad.

1.4.3. Turismo rural

Resulta pertinente que se efectúe una distinción entre los conceptos de turismo rural y agroturismo, dado que en una gran cantidad de países se suele confundir estos dos términos y considerarlos como sinónimos. Sin embargo, la gran diferencia consiste en que:

Son dos productos distintos: en el primero se privilegia el disfrute de la vida rural y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias; el segundo tiene como eje de su oferta actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Estas actividades se combinan con otras recreativas (Blanco y Rivero, 2010, p.118).

Si bien, esta diferencia es expresada por Blanco y Rivero, hay una aceptación general en el ámbito académico de que el turismo rural es difícil de definir, porque cada país presenta una realidad diferente de lo que considera rural, por lo tanto, son múltiples los actores y situaciones que se desarrollen en él. Aunque no sea una definición actual, se considera relevante la ofrecida por García (1996) que define al turismo rural como: “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados en el medio rural” (p.132-133).

En resumen, el turismo rural puede ser abordado desde diferentes perspectivas, pero siempre tendrá elementos básicos, entre ellos: que las actividades se realicen en el medio rural, se desarrollen de manera sustentable y se establezca contacto con su población.

Internamente el turismo rural o turismo en el medio rural tiene una clasificación que, según Szmulewicz (1997) abarca: ecoturismo, etnoturismo y agroturismo. La modalidad que se encuentra dentro del turismo rural que se quiere resaltar en este proyecto es la del agroturismo.

1.4.4. Agroturismo

Existen un sinnúmero de acepciones respecto a lo que el agroturismo implica. De allí que ha sido caracterizado por varios autores de diferentes formas. Una primera definición de gran uso y aceptación es la propuesta por la OMT, citada por Blancos y Riveros (2010), misma que la reconoce como la actividad realizada por turistas en explotaciones agrarias con un fin de familiarización.

En apoyo a lo anterior, Bullón (2008) señala que el agroturismo es un propiciador de la integración de los turistas en el modo de vida rural y las tradiciones campesinas que se desarrollan en una explotación agropecuaria (González, Iturralde & Morales, 2016). Aunque la participación activa parece ser el eje central del agroturismo, no es indispensable. Así lo reconoce Barrera (1998), al señalar que puede existir una participación directa o indirecta del turista al desarrollarse la actividad.

En concordancia a lo revisado se puntualizan dos características que el agroturismo debe cumplir para ser considerado como tal: 1) desarrollarse en fincas agropecuarias situadas en la ruralidad y 2) ser administrado por las familias propietarias de las fincas en que se emplea. Esto con el fin de promover el desarrollo rural territorial.

En Ecuador, el agroturismo se incluye como una de las líneas de producto de interés prioritario en el Plan estratégico de Desarrollo del Turismo (PLANDETUR 2020). Como característica propia, se construye a partir de micro producciones agropecuarias que están en busca de una alternativa de diversificación que les permita mejorar sus ingresos económicos, preservar el hábitat y conocimientos ancestrales. Un

producto referente en esta práctica es la ruta del Cacao (González, Iturralde & Morales, 2016).

1.4.5. Casos de estudio

Para ejemplificar los impactos positivos que puede generar el agroturismo en favor de la empresa que lo desarrolla y su área de influencia, se procederá a detallar tres casos de éxito en la implementación de la mencionada modalidad turística.

Como primer caso, se presentan las actividades agroturísticas que se realizan en la hacienda Los Granadicos, localizada en Moratalla, Murcia, ciudad española. Estas abarcan: clases de equitación con animales de raza pura española, siembra y recolección de verduras en huerto ecológico y capeas, un tipo de fiesta que incluye vaquillas y novillos. Este emprendimiento ha logrado mantenerse hasta el año actual, 2018, gracias a una gestión responsable, que involucra a la población local y se esfuerza en minimizar impactos negativos en el medioambiente (Ponce, 2009). Este caso demuestra que el agroturismo puede mantenerse a largo plazo, logrando una estabilidad en la generación de beneficios económicos.

En el ámbito regional, se puede citar el caso del grupo Sierras y Pampa, en la localidad de Pigüé, Buenos Aires. Este se conformó en 2007 y se encuentra integrado a la Red de Turismo Rural, asociación que cuenta con el apoyo del Centro Regional de Buenos Aires Sur (CERBAS) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Su oferta incluye cinco alojamientos rurales donde el turista puede disfrutar de caminatas y gastronomía de campo, una huerta orgánica que cuenta con talleres de capacitación, visitas, compras y un taller de alfarería donde se realiza esta actividad de forma tradicional (Ministerio de agroindustria de Argentina, 2016). Este emprendimiento es relevante porque fomenta que la comunidad revitalice sus prácticas tradicionales y simultáneamente les permite dinamizar sus economías familiares.

Finalmente, como referente en productos agroturísticos exitosos a nivel de Ecuador, se debe mencionar a la Hacienda La Danesa, ubicada entre las ciudades de Naranjito y Bucay. La propiedad, con una extensión de 500 hectáreas, es una hacienda lechera tradicional que abrió sus puertas al turismo en 2014. Pese a ser un producto joven, ha logrado posicionarse a nivel nacional e internacional como una de las mejores opciones

para vivir una experiencia de calidad en el aprecio de la vida campestre que se lleva en la costa ecuatoriana. Como resultado, al mes recibe entre 80 y 100 turistas, de los cuales un 80% proviene del extranjero (Ecuador Comunica, 2018)

Sus logros son atribuidos a la hospitalidad, la excelencia en el servicio y el respeto por la naturaleza que prima en el lugar. Su oferta agroturística es variada e incluye actividades como: ordeño de vacas, cabalgatas, talleres de cocina orgánica, introducción a la apicultura, degustación de miel, tubing en el río, entre otras. Dichas actividades se organizan en visitas por un día, con precios que van desde \$67 a \$160 (Hacienda La Danesa, 2017).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Debido a que el presente proyecto se encuentra dentro del campo de estudio de las ciencias sociales, se estimó pertinente utilizar un enfoque cuantitativo de tipo exploratorio. La investigación exploratoria, según Batthyány & Cabrera (2011), permite examinar un tópico poco o nada estudiado, siguiendo una metodología flexible. Al mismo tiempo, se hizo uso de un enfoque cuantitativo, porque las herramientas fueron aplicadas de manera estructurada, siguiendo un orden secuencial que no se vio alterado en la evolución del proyecto.

En síntesis, en este apartado se detallarán de manera sistemática todas las herramientas utilizadas con el fin de diseñar un plan de actividades agroturísticas para la hacienda San Agustín en un contexto de planificación turística estratégica.

2.1 Mapeo de los actores involucrados

Un mapeo de actores involucrados, dentro de lo que se conoce como *Design Thinking*, se realiza mediante la agrupación sistemática de datos cualitativos. Estos, permiten entender las relaciones dinámicas que experimentan los actores de un proyecto y su papel determinante en el éxito o fracaso del mismo. En el mapeo de actores se debe identificar: quiénes intervienen en las diferentes etapas del proyecto, qué conflictos y relaciones pueden surgir entre ellos (The World Bank, 2016). En este contexto, se utilizó dicha herramienta para generar ideas novedosas que contribuyan a resolver el problema identificado. Fue segmentada en varias tareas, las que se recogen en los párrafos siguientes.

2.1.1 Identificación de actores

Para llevar a cabo esta tarea, se realizó una lluvia de ideas o *brainstorming*, partiendo de las preguntas: ¿Cuáles son los actores involucrados? ¿Qué interés tienen en el proyecto? ¿Cómo se ven afectados con el diseño y la ejecución del mismo? Luego, con las respuestas obtenidas, se elaboró una tabla que facilitó la identificación de instituciones, actores y grupos de interés que tienen injerencia en el proyecto (AEFIT, 2014).

Tabla 2.1 Identificación de los actores involucrados.

Actores involucrados
<ul style="list-style-type: none">• Propietarios de la hacienda San Agustín• Trabajadores de la hacienda• Instituciones financieras• Habitantes del cantón Paján• Propietarios de otras haciendas• Prestadores de servicios turísticos en Paján• Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Paján• Operadores con oferta de agroturismo• Agroturistas• Gobierno provincial de Manabí• Haciendas especializadas en agroturismo• Ministerio de Turismo• Ministerio de Ambiente• Ministerio de Agricultura y Ganadería• Expertos en planificación• Habitantes de Guayaquil

Elaboración propia (2018).

2.1.2 Entrevistas

El segundo paso fue realizar entrevistas semiestructuradas de sondeo a los actores que se identificaron previamente. Se llevaron a cabo 18 entrevistas, en las cuales se priorizó a los siguientes actores:

Tabla 2.2 Detalle de las personas entrevistadas.

Número de personas	Papel de los actores entrevistados
1	Representante de BanEcuador (Institución Financiera).
2	Expertos en planificación turística.
2	Habitantes del principal foco de distribución: Guayaquil.
5	Habitantes del cantón Paján
2	Prestadores de servicios turísticos en Paján: propietario del Centro Recreativo Turístico Tiwinza y la propietaria del hostel Bonanza.
2	Estudiantes de medicina veterinaria de la Universidad Agraria del Ecuador y Universidad de Guayaquil.

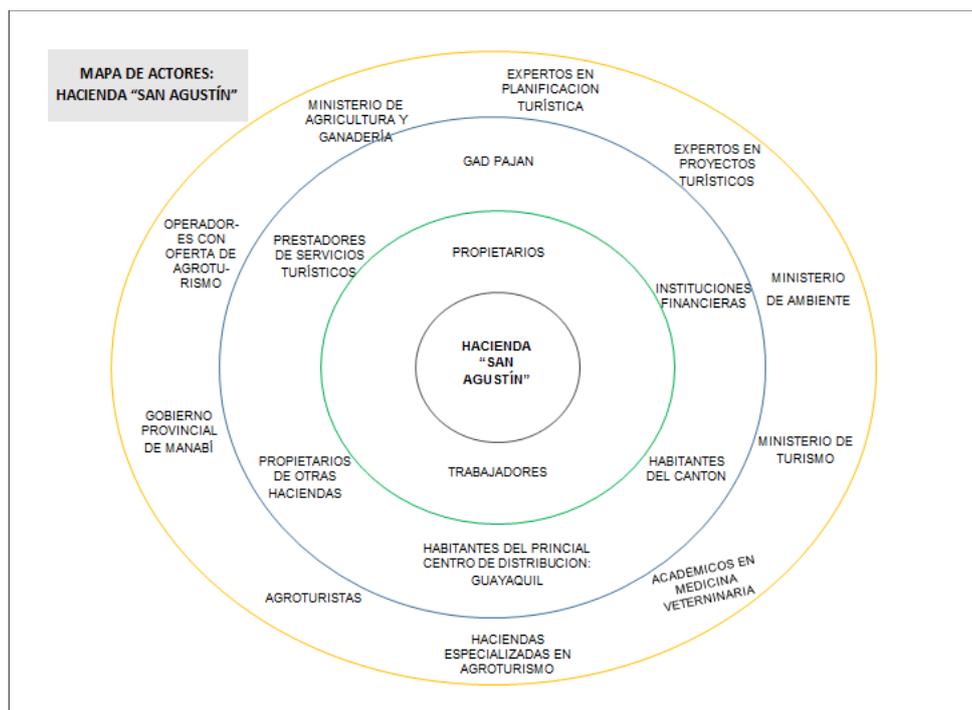
Elaboración propia (2018)

La matriz de las ideas relevantes obtenidas en las entrevistas se encuentra detalladas en el apéndice D. En base a estas, se determinó la importancia de cada uno. Sus opiniones e ideas brindaron clarificación en características que debían ser considerar en las fases de trabajo.

2.1.3 Mapeo de actores

El mapeo de actores permitió identificar posibles alianzas, estrategias y grado de afección directa que perciben los actores involucrados. Además, se agregó a un nuevo actor que surgió cuando se estaban realizando las entrevistas: los académicos de medicina veterinaria. Para ubicarlos se elaboró un diagrama cuyo diseño se basó en círculos concéntricos, teniendo en la parte central a la hacienda San Agustín. El círculo más próximo a la hacienda lo ocuparon los actores con incidencia directa en el proyecto: los propietarios y los trabajadores. En el segundo círculo se ubicó a los actores que pertenecen al microentorno y, finalmente, los que pertenecen al macroentorno.

Ilustración 2.1 Mapeo de los actores de la hacienda San Agustín.

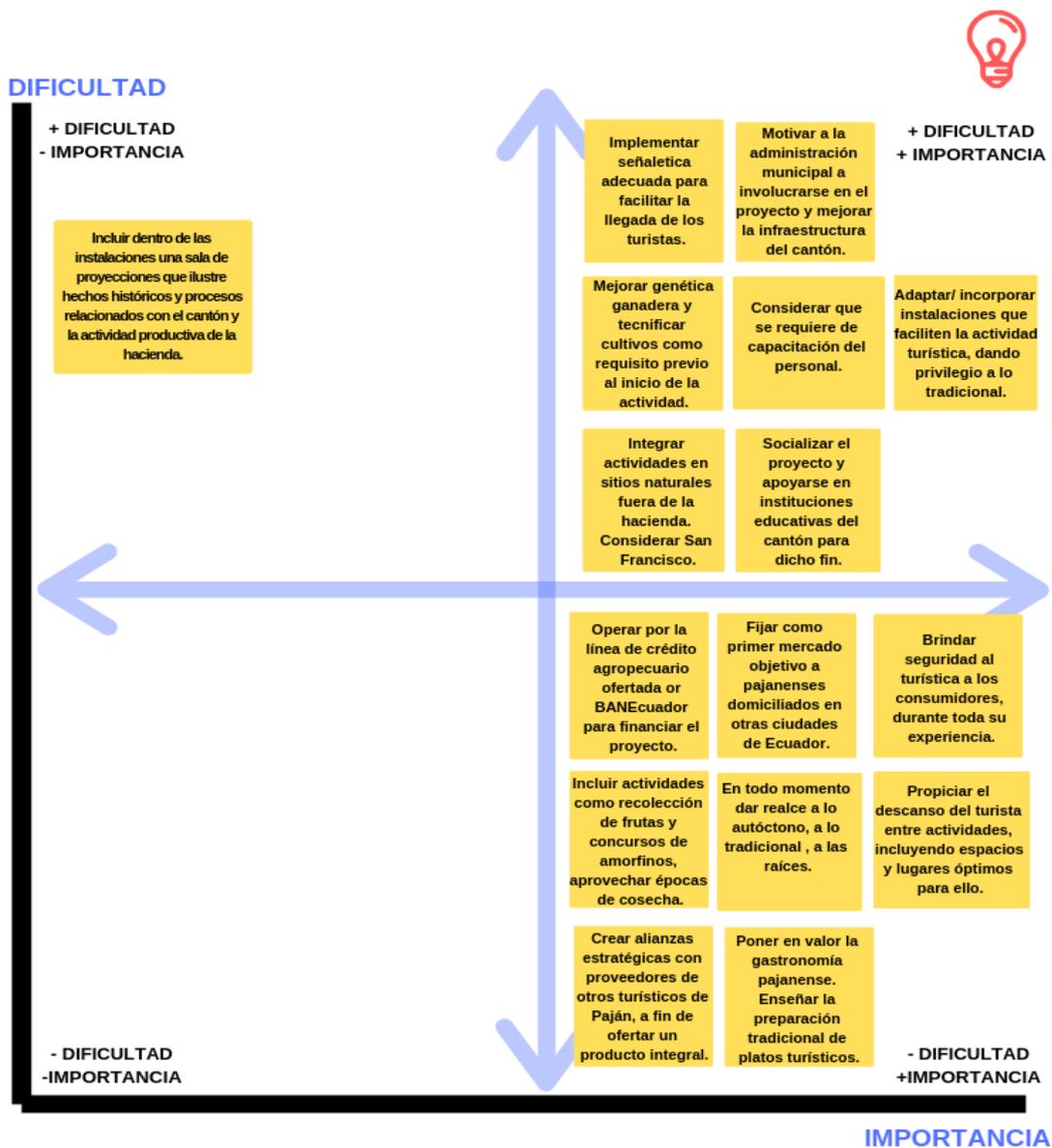


Elaboración propia (2018)

2.1.4 Elaboración de matriz con ideas relevantes

Sucesivamente al mapeo de actores, se elaboró una matriz que sintetizó las ideas fundamentales extraídas de las entrevistas. Esta matriz, contó con dos ejes: uno horizontal, en el que se ubicaron las ideas de acuerdo a su importancia, y otro vertical, en el que se ubicaron de acuerdo al grado de dificultad que implica realizarlas. Como resultado, se dividió el plano en cuatro cuadrantes. Para el proyecto, se usaron las ideas que se evaluaron de menor dificultad y alto grado de relevancia.

Ilustración 2.2 Matriz de ideas relevantes en base a entrevistas.



Elaboración propia (2018)

2.2 Planificación del producto turístico

Con la finalidad de evaluar la situación de la Hacienda “San Agustín” y establecer las actividades de agroturismo que se pueden desarrollar, se siguió el modelo de planificación turística general mencionado por Ricaurte (2009). Así, se dividió el proceso planificador en 3 fases lineales: diagnóstico, análisis y propuesta.

2.2.1 Diagnóstico

En esta fase se realizaron dos actividades importantes: la caracterización de la Hacienda “San Agustín” y la determinación de la vocación del territorio al que esta pertenece (ver apéndice A).

La caracterización de la hacienda se realizó a través de la recopilación de información bibliográfica y de campo, guiada por la Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivos Turísticos, propuesta por el MINTUR (2017). Con respecto a esto, primero se realizó la búsqueda de información bibliográfica y la revisión del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Catón Paján (2014). Posterior a ello, se llevó a cabo un recorrido integral por la hacienda y su periferia, complementado con la toma de fotografías, coordenadas geográficas, además de charlas con los propietarios de la hacienda, servidores del GAD municipal y algunos habitantes del cantón (ver apéndice A).

Por otro lado, la determinación de la vocación del territorio se realizó a través del levantamiento de información bibliográfica y de campo de los factores espaciales, ambientales, socioeconómicos y políticos que exhibe el cantón Paján. Dentro de este punto, se incluyó el cálculo del número de visitantes que puede atraer el destino, según el modelo MIOSSEC.

2.2.2 Análisis

En esta fase, se realizó el análisis de la hacienda a través de una matriz FODA (ver apéndice A). Se estudió el conjunto de elementos que podían impactar en el cumplimiento de los objetivos planteados, tomando en cuenta los factores internos y externos inherentes al objeto de estudio. A nivel interno, se analizaron las Fortalezas y Debilidades. Como contraparte, en lo externo, las Oportunidades y Amenazas. Una vez que se identificaron todos los factores, se colocaron en la matriz FODA y se evaluó el nivel de relaciones existentes entre los mismos. De esta manera, se establecieron estrategias capaces de incrementar las oportunidades y las fortalezas y disminuir las amenazas y debilidades (Díaz & Matamoros, 2011).

2.2.3 Propuesta

Como parte de la propuesta, se diseñó un plan de actividades agroturísticas para la Hacienda “San Agustín”. Para ello, se llevaron a cabo 3 tareas puntuales. Primero, se determinó, tomando en cuenta los resultados del diagnóstico, que actividades de agroturismo pueden realizarse dentro de la hacienda. Luego, se evaluó el interés que generan en el mercado objetivo. Finalmente, se hizo una selección de las actividades más populares, puntualizando la demanda de instalaciones asociadas a cada una.

2.3 Estudio de mercado

Con la finalidad de evaluar la viabilidad comercial de la propuesta, se desarrolló un estudio de mercado (ver apéndice B). Como parte de este, se identificó y describió a los potenciales clientes y competidores que tendría la hacienda “San Agustín”. De igual forma, se detalló la estrategia de precios a seguir y el canal de promoción más adecuado. Todo ello, soportado por información primaria obtenida a través de encuestas, cuyo proceso de elaboración y aplicación se presenta a continuación.

2.3.1 Definición de la población meta.

La encuesta, se dirigió a los habitantes de las ciudades ecuatorianas de Portoviejo, Manta y Guayaquil, en edades comprendidas entre los 20 y 74 años. Dicha población fue definida considerando los siguientes aspectos: 1) Portoviejo, Manta y Guayaquil, por su tamaño y cercanía, figuran como los centros emisores de turismo más importantes para Paján, lugar en que se plantea ejecutar el proyecto. 2) Entre los 20 y 74 años de edad, la mayor parte de los ecuatorianos tienen un estado de salud favorable para viajar y participar de actividades turísticas, además de poder adquisitivo e independencia.

2.3.2 Determinación del tamaño de la población meta

Una vez definida la población meta, se determinó su tamaño. Para ello se utilizó el número de habitantes por cantones y la estructura poblacional por rangos de edad (ver apéndice B) presentada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), en los fascículos provinciales de Guayas y Manabí. Como resultado se limitó la población a 1'651.513 individuos, con los siguientes cálculos involucrados:

Tabla 2.3 Cálculo del tamaño de la población meta.

Principales centros emisores de turismo de Paján						
	Portoviejo		Manta		Guayaquil	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
Población por sexo	137.969	142.060	111.403	115.074	1'158.221	1'192.694
% de población entre 20 y 74 años	55%		55%		58,4%	
Población entre 20 y 74 años	75.883	78.133	61.272	63.291	676.401	696.533
Población total	154.016		124.562		1.372.934	
Población meta	1'651.513					

Elaboración propia (2018)

2.3.3 Determinación de la muestra

La muestra estuvo integrada por un total de 385 personas, distribuidas en 3 subgrupos como parte de un muestreo no probabilístico por cuotas. En concordancia con esto, la muestra consideró 36 habitantes de Portoviejo, 29 habitantes de Manta y 320 habitantes de Guayaquil, siguiendo los cálculos detallados en la siguiente tabla:

Tabla 2.4 Distribución de la muestra.

	Principales centros emisores de turismo de Paján					
	Portoviejo		Manta		Guayaquil	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Población entre 20 y 74 años	75.883	78.133	61.272	63.291	676.401	696.533
Población meta	1'651.513					
Cuota (pobl. 20 - 74 * 100 / pobl. meta)	4,6%	4,7%	3,7%	3,8%	41,0%	42,2%
Tamaño de la muestra	385					
Participación en la muestra	36		29		320	

Elaboración propia (2018)

Por su parte, el tamaño global de la muestra, mencionado en el párrafo anterior, fue calculado utilizando la fórmula:

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

Dónde: n= tamaño de la muestra; z= nivel de confianza de los resultados; N= población; p= probabilidad de éxito; q= probabilidad de fracaso; e²= margen de error. Al reemplazarlos se obtuvo:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 1'651.513 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (1'651.513 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 385$$

El referido tamaño, finalmente, fue validado a través de un cálculo extra realizado en la plataforma online *Raosoft sample size calculator*, con los resultados siguientes:

Ilustración 2.3 Cálculo de la muestra realizado en Raosoft sample size calculator.

Sample size calculator

What margin of error can you accept? %
5% is a common choice

What confidence level do you need? %
Typical choices are 90%, 95%, or 99%

What is the population size?
If you don't know, use 20000

What is the response distribution? %
Leave this as 50%

Your recommended sample size is **385**

Online surveys with **Vovici** have completion rates of **66%**!

Alternate scenarios							
With a sample size of	<input type="text" value="100"/>	<input type="text" value="200"/>	<input type="text" value="300"/>	With a confidence level of	<input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="95"/>	<input type="text" value="99"/>
Your margin of error would be	9.80%	6.93%	5.66%	Your sample size would need to be	271	385	664

Save effort, save time. **Conduct your survey online with Vovici.**

More Information

If 50% of all the people in a population of 20000 people drink coffee in the morning, and if you were repeat the survey of 377 people ("Did you drink coffee this morning?") many times, then 95% of the time, your survey would

Raosoft.com (2018)

2.3.4 Estructuración de la encuesta.

La encuesta aplicada estuvo integrada por un total de 17 preguntas, organizadas en 5 partes.

- Primera, orientada a recopilar datos demográficos.
- Segunda, destinada a indagar sus experiencias previas en el agroturismo.
- Tercera, usada para determinar el interés en la idea básica de la propuesta y actuar como filtro.
- Cuarta, enfocada en conocer gustos y preferencias respecto a la práctica de actividades agroturísticas y, finalmente
- Quinta, diseñada para determinar en qué medida los encuestados conocen el lugar en que se plantea ejecutar el proyecto y ahondar en sus tendencias de viaje.

Estas secciones pueden ser revisadas e identificadas en el modelo de encuesta que consta como Apéndice B en el presente documento.

2.3.5 Testeo, aplicación y análisis de los resultados

Una vez estructurada la encuesta, se creó el formulario respectivo en la plataforma *Google Forms*. A continuación, se aplicaron 5 encuestas piloto, con el afán de verificar que tanto las preguntas como las opciones de respuesta propuestas estuvieran claras. Una vez validado el formulario, se inició la recolección de información, misma que se extendió desde el 28 de noviembre hasta el 5 de diciembre de 2018. Para terminar, se realizó el análisis de los datos recolectados en el programa Microsoft Excel.

2.4 Estudio financiero

A fin de evaluar la viabilidad económica de la propuesta, se realizó un estudio financiero. Como parte de este, se efectuaron cotizaciones de equipos y licencias y se estudiaron posibles fuentes de financiamiento. También, se estimaron los costos asociados a los requerimientos de planta turística exhibidos por la hacienda y gastos asociados, entre ellos el de constitución.

De igual forma, se estimaron ingresos por 5 años, a partir del valor que estaban dispuestos a pagar las personas encuestadas en el estudio de mercado. Con estos insumos, se realizó la construcción de un flujo de caja proyectado, con el cual se establecieron supuestos y la rentabilidad del proyecto.

2.5 Diseño de prototipos de baja y alta fidelidad

Siguiendo la metodología del *design thinking* y como un paso indispensable en el proyecto, se realizaron dos tipos de prototipos, con su respectiva validación. La relevancia de realizar prototipos es llevar la parte teórica a la parte tangible y física. Los prototipos son utilizados por las siguientes razones:

- **Desarrollar empatía:** esta herramienta permite entender el diseño espacial y al mismo tiempo al cliente.
- **Explorar:** Construir y pensar, desarrollar diversidad de posibles soluciones.
- **Probar:** Crear los prototipos con la finalidad de probarlos y poder mejorar las soluciones.
- **Inspirar:** incentivar a los demás actores por medio de tu visión.

- **Aprender:** Un prototipo hace tangible las ideas y es el resultado de la construcción de decenas de imágenes.
- **Resolver desacuerdos:** Es una herramienta poderosa para resolver la ambigüedad, y minimizar los problemas de comunicación.
- **Cometer errores de manera económica:** los prototipos de baja fidelidad permiten probar una gran cantidad de ideas sin la necesidad de invertir una fuerte cantidad de dinero y de tiempo (Institute of Design at Stanford, 2018).

Existe una diferencia marcada entre un prototipo de baja y uno de alta fidelidad. El primero, como su nombre lo indica no requiere de una gran inversión de tiempo ni de dinero, por lo que resulta una herramienta bastante manipulable. Esto quiere decir que permite a los usuarios hacer cambios constantemente y no presenta una gran cantidad de detalles. El prototipo de alta fidelidad, por su parte, presenta las ideas con un alto nivel de pertinencia, manejando materiales más caros y complejos. Los cambios a realizarse en este prototipo son limitados.

2.5.1 Prototipo de baja fidelidad

Para realizar el prototipo de baja fidelidad, se determinó que lo adecuado era utilizar un programa para diseñar un plano, que muestre las instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades, y la distribución espacial. Se utilizó Word para este fin, porque presenta un conjunto de características óptimas para el desarrollo del plano, además de ser amigable.

El resultado se lo imprimió en hojas formato A4, en dos versiones, una en la que se mostraba solamente el plano y otra en la que se mostraba imágenes referenciales, con la finalidad de que las personas seleccionadas para validar, logren visualizar una figura fidedigna de las instalaciones necesarias para el proyecto.

2.5.2 Prototipo de baja fidelidad corregido

En base a las sugerencias vertidas por los entes validadores del primer prototipo, se realizaron las correcciones pertinentes, lográndose un segundo plano que cumple con los criterios óptimos para el desarrollo efectivo de las actividades propuestas.

2.5.3 Validación de prototipos

Ambos prototipos fueron sometidos a un proceso de validación. Para el prototipo de baja fidelidad se consultó a cinco especialistas en planificación turística, desarrollo de proyectos turísticos, expertos en alimentos y bebidas y alojamiento, y uno de los dueños de la hacienda. Ellos brindaron una retroalimentación y especificaron en que detalles están de acuerdo y cuales mejorarían para que la experiencia turística sea satisfactoria. El prototipo de alta fidelidad también contó con una validación de seis personas entre las que se encontraban consumidores potenciales (Guayaquil, Manta y Portoviejo), así como la administradora de la hacienda. Para ambas validaciones se elaboraron fichas que evaluaban los criterios más relevantes (ver apéndice D).

CAPÍTULO 3

3 RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se presentan los principales resultados obtenidos. Se ha dividido en cuatro ejes centrales que detallan los componentes de planificación, estudio de mercado, financiero y validación de prototipos.

3.1 Planificación turística

3.1.1 Análisis de Miossec

Los resultados relevantes obtenidos a partir de todas las herramientas de planificación que se aplicaron permitieron hacer un diagnóstico del terreno y determinar la viabilidad de implementar el proyecto. El primer resultado relevante fue el obtenido del análisis de Miossec.

Tabla 3.1 Análisis de Miossec

Volumen de turistas captados de Guayaquil	Volumen de turistas captados de Portoviejo	Volumen de turistas captados de Manta
$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$	$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$	$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$
$T_{sij} = \frac{2'111,260}{(109)^2}$	$T_{sij} = \frac{250,000}{(87.9)^2}$	$T_{sij} = \frac{630,00}{(90.4)^2}$
$T_{sij} = 178$	$T_{sij} = 32$	$T_{sij} = 77$

Fuente: Elaboración propio (2018).

Para este análisis, se determinó los centros de distribución más cercanos al destino, para su selección se hizo uso de criterios de lejanía y población total, quedando: Guayaquil, Portoviejo y Manta. En base a datos estadísticos, se estableció el volumen de turistas que recibe cada ciudad, a partir de los cuales se concluyó que la Hacienda

San Agustín podría captar 278 turistas que visitan Guayaquil, Portoviejo y Manta, de manera anual.

Si bien esta cantidad puede resultar pequeña, se debe resaltar que este análisis se enfoca solo en las personas calificadas como turistas. Muy aparte de esto, la empresa debe enfocarse en motivar a la población originaria de estos sitios a convertirse en visitantes y desplazarse hacia el destino con el objeto de realizar actividades agroturísticas.

3.1.2 Jerarquización de atractivos turísticos

Para jerarquizar el sitio donde se va a levantar el proyecto se aplicó la ficha elaborada por el Ministerio de Turismo en 2017 (apéndice A). Aquí se asignó un puntaje a criterios de evaluación que van desde la accesibilidad y conectividad hasta los recursos humanos.

Ilustración 3.1 Resultados evaluación técnica de Jerarquización

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	6
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	6
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	25

Elaboración en base al Ministerio de turismo (2018).

El total del puntaje asignado fue de 25, al compararse con la tabla que ofrece el Ministerio de turismo, se corroboró que el sitio en cuestión se encuentra en el nivel I, cuyo rango va de 11 a 35 puntos. Cabe recalcar que esta jerarquía se puede aplicar tanto a atractivos que reciben un flujo de visitantes como aquellos que no están en operación.

Los atractivos que se encuentran en la jerarquía 1, cuentan con las condiciones mínimas, las cuales pueden ser potenciadas para elaborar un producto, que es la finalidad de este proyecto. De tal manera que se incentive la afluencia de turistas al cantón Paján.

3.1.3 Análisis FODA

Otra herramienta relevante en planificación fue el FODA cruzado. Después de analizar las variables correspondientes a Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se alcanzaron los siguientes resultados.

Tabla 3.2 Resultados de las variables del FODA Cruzado

FO	136	Zona de éxito
FA	97	Zona de desgaste
DO	143	Zona de ilusión
DA	116	Zona vulnerable

Fuente: Numa Calle (2018).

Esto demuestra, que en comparación con las zonas de desgaste y vulnerabilidad, la zona de ilusión es óptima. Permite afirmar que si bien el sitio cuenta con recursos potenciales para ser un producto que logre atraer a un significativo flujo de turistas se tiene que trabajar en las oportunidades que se identificaron, para que de manera paralela se reduzcan las debilidades.

3.1.4 Actividades agroturísticas

Al tener en cuenta los fundamentos teóricos del agroturismo, lo que esperan nuestros potenciales clientes y los resultados de las herramientas explicadas, se logró determinar ocho actividades agroturísticas. Todos los requerimientos necesarios para su ejecución se encuentran detallados en el apéndice A.

Ilustración 3.2 Infografía Actividades agroturísticas



Fuente: Elaboración propia en Canva.com (2019).

3.2 Estudio de Mercado

Los resultados relevantes obtenidos del estudio de mercado se mostrarán en una infografía.

Ilustración 3.3 Síntesis Estudio de Mercado



Fuente: Elaboración propia en Canva.com (2019).

Uno de los aspectos a resaltar del estudio de mercado es la sección del análisis de la competencia. Este ha permitido estudiar la oferta correspondiente a proyectos similares. Comparar precios, así como, analizar la propuesta de valor que ofrecen cada uno de los sitios. Se seleccionaron cuatro haciendas en base a lo que respondió la demanda y el impacto que tienen dentro del país. De estas cuatro se debe resaltar que “La Danesa” está enfocada en un segmento exclusivo, siendo la más costosa de las cuatro. El parque agroturístico Pachakay es el que cuenta con la mayor extensión (16 hectáreas) y ofrece una gran cantidad de actividades.

En cuanto a las estrategias de marketing, se planteó la aplicación de marketing directo por medio de las dos redes sociales que son más utilizadas por la demanda (Facebook e Instagram). Crear, mantener y fortalecer alianzas estratégicas tanto con el Municipio de Paján, como a un largo lazo con operadoras que trabajen en Guayaquil, Manta y Portoviejo. Así mismo se debe resaltar la importancia de la elaboración de *fam trips* para dar a conocer el servicio y la convocatoria a una rueda de medios, como paso principal para incursionar en el mercado turístico.

En base a las encuestas se logró determinar las preferencias de consumo del potencial consumidor. Un aspecto relevante es que el 95% de las personas que estaban dispuestas a visitar la Hacienda, deseaban hospedarse, hipótesis que al comienzo de la investigación se creía falsa. Si bien la infografía detalla los aspectos sobresalientes, se puede revisar el estudio de mercado completo en el apéndice B.

Algo determinante en el estudio de mercado fue la estimación de la demanda, que sirvió de base para la elaboración del estudio financiero. Al contar con las cifras poblacionales de Portoviejo, Manta y Guayaquil del 2010 se les aplicó los siguientes factores de limitación:

- a. **Edad.-** Se ha contemplado a los habitantes en edades comprendidas entre los 20 y 64 años.
- b. **Actividad económica.-** Se ha contemplado a los habitantes que se cuentan dentro de la población económicamente activa.
- c. **Medio.-** Se ha contemplado a los habitantes que residen en el medio urbano, infiriendo que existe en ellos un interés latente por conocer e involucrarse en el medio rural.

- d. Intereses.-** Se ha contemplado a los habitantes que tienen interés en la práctica de actividades agroturísticas dentro de una hacienda. En base al estudio de mercado.
- e. Ingresos.** Se ha contemplado a los habitantes que perciben ingresos económicos superiores al sueldo básico (\$386). En base al estudio de mercados

Tabla 3.3 Estimación de la demanda potencial para la Hacienda San Agustín.

	<i>Portoviejo</i>	<i>Manta</i>	<i>Guayaquil</i>
Población total	280.029	226.477	2'350.915
% población entre 20 y 64 años de edad	51,7%	51,7%	55,3%
Población entre 20 y 64 años de edad	144.775	117.089	1'300.056
% población económicamente activa	36,2%	36,2%	41,4%
Población económicamente activa	52.409	42.386	538.223
% Población urbana	72,1%	95,2%	97,3%
Población urbana	37.787	40.352	523.691
Total	601.830		
% población con interés en el agroturismo	82%		
Población interesada en agroturismo	493.500		
% de población que percibe ingresos económicos superiores al sueldo básico	40%		
Población con ingresos económicos superiores al sueldo básico	197.400		
Demanda potencial total	197.400		

Fuente: Elaboración propia (2018).

Una vez aplicados los factores de limitación, se ha determinado una demanda potencial de 197.400 personas. Después, se procedió a convertirla en demanda efectiva, proyectando para el primer año de operaciones una captación de la demanda conservadora equivalente al 0,3 % del total de la misma, con un aumento del 0,1 % para el segundo año, seguido de un aumento sostenido del 0,2% anual para los siguientes 3 períodos. Otro factor a considerar fue la tasa neta de crecimiento poblacional del Ecuador. Aplicando todo esto se obtuvo:

Tabla 3.4 Estimación de la demanda efectiva mensual estándar para la Hacienda San Agustín.

Año	Demanda potencial	Tasa de crecimiento poblacional	Demanda potencial ajustada	% demanda efectiva esperada	Demanda efectiva esperada	Demanda efectiva mensual estándar esperada
1 (2020)	197.400	1,37 %	200.104	0,3 %	600	50
2 (2021)		1,34 %	202.785	0,4 %	811	67
3 (2022)		1,32 %	205.462	0,6 %	1.232	102
4 (2023)		1,29 %	208.113	0,8 %	1.664	138
5 (2024)		1,26 %	210.735	1,0 %	2.107	175

Fuente: Elaboración propia (2018).

Al ser un proyecto turístico se considera la estacionalidad. Así, se proyecta una demanda alta durante los meses de marzo y abril, una demanda regular durante los meses de mayo a diciembre y una temporada baja durante enero y febrero. Obteniéndose:

Tabla 3.5 Estimación de la demanda efectiva anual para la Hacienda San Agustín, en concordancia con la estacionalidad

Año	Demanda efectiva mensual estándar esperada	Temporada alta (100%)	Temporada regular (70%)	Temporada baja (40%)	Demanda efectiva anual esperada
1 (2020)	50	50	35	20	420
2 (2021)	67	67	47	26	562
3 (2022)	102	102	71	40	852
4 (2023)	138	138	96	55	1.154
5 (2024)	175	175	122	70	1.466

Fuente: Elaboración propia (2018).

Finalmente, se estimó la demanda para cada uno de los paquetes de visita, teniendo en cuenta que el 95% de los turistas interesados en desarrollar actividades dentro de haciendas agroturísticas requiere del servicio de hospedaje.

Tabla 3.6 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 1

Año	Mes												Demanda anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1 (2020)	19	19	47	47	33	33	33	33	33	33	33	33	396
2 (2021)	24 + 8	24 + 8	63 + 8	63 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	622
3 (2022)	38 + 8	38 + 8	72 + 8	72 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	852
4 (2023)	52 + 8	52 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	920
5 (2024)	66 + 8	66 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	944

Fuente: Elaboración propia (2018).

Tabla 3.7 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 2.

Año	Mes												Demanda anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1 (2020)	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	24
2 (2021)	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3 (2022)	2	2	5 + 13	5 + 13	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4 (2023)	3	3	7 + 30	7 + 30	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	200
5 (2024)	4	4	9 + 47	9 + 47	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	344

Fuente: Elaboración propia (2018).

3.3 Estudio Financiero

Los principales resultados del estudio financiero realizado se condensan en el flujo de caja del proyecto, mismo que se presenta a continuación.

Tabla 3.8 Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por visita 1		\$ 47.520,00	\$ 74.640,00	\$ 102.240,00	\$ 110.400,00	\$ 113.280,00
Ingresos por visita 2		\$ 1.320,00	\$ 1.980,00	\$ 3.960,00	\$ 11.000,00	\$ 18.920,00
Ingresos por venta de queso		\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00
Ingreso por venta de tabletas de chocolate		\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Ingresos por venta de equipos		\$ 146,90	\$ 214,10	\$ 737,52	\$ 214,10	\$ 358,40
Total ingresos		\$ 61.562,90	\$ 89.650,10	\$ 119.993,52	\$ 134.910,10	\$ 146.094,40
EGRESOS						
Costos variables		\$ (23.847,35)	\$ (28.469,64)	\$ (30.646,40)	\$ (32.096,05)	\$ (33.952,36)
Costos fijos		\$ (26.542,83)	\$ (27.502,74)	\$ (26.202,21)	\$ (26.337,85)	\$ (22.795,13)
Total egresos		\$ (50.390,19)	\$ (55.972,38)	\$ (56.848,61)	\$ (58.433,89)	\$ (56.747,49)
RESULTADOS						
Resultado antes de participación de trabajadores		\$ 11.172,71	\$ 33.677,71	\$ 63.144,91	\$ 76.476,20	\$ 89.346,90
Participación de trabajadores (15%)		\$ (1.675,91)	\$ (5.051,66)	\$ (9.471,74)	\$ (11.471,43)	\$ (13.402,04)
Resultado antes de impuestos		\$ 9.496,80	\$ 28.626,06	\$ 53.673,17	\$ 65.004,77	\$ 75.944,87
Impuesto (25%)		\$ (2.374,20)	\$ (7.156,51)	\$ (13.418,29)	\$ (16.251,19)	\$ (18.986,22)
Utilidad después de impuestos		\$ 7.122,60	\$ 21.469,54	\$ 40.254,88	\$ 48.753,58	\$ 56.958,65
Depreciación maquinaria y equipos		\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58
Valor en libro maquinaria y equipos						\$ 11.507,88
Inversión						
Instalaciones	\$(110.800,00)					

Instalación servicio de telefonía + internet	\$ (60,00)					
Gastos de constitución empresarial	\$ (1.154,00)					
Cursos y capacitaciones	\$ (2.000,00)					
Maquinaria y equipos	\$ (25.903,14)					
Capital de trabajo	\$ (1.454,06)					\$ 1.454,06
Diseño de página web	\$ (1.200,00)					
Total inversión	\$(142.571,20)					
Préstamo	\$ 100.000,00					
Amortización		\$ (16.458,20)	\$ (18.064,53)	\$ (19.827,62)	\$ (21.762,80)	\$ (23.886,85)
FLUJO DE CAJA	\$ (42.571,20)	\$ (7.081,03)	\$ 5.659,59	\$ 22.681,83	\$ 29.245,35	\$ 48.288,32
Tasa de descuento	18,68%					
VNA	\$ 4.300,56					
TIR	21%					

Elaboración propia (2019).

A nivel financiero, la propuesta presenta características y resultados positivos que motivan su adopción y ejecución. Así, por ejemplo, las estimaciones sugieren que el giro del negocio permitirá obtener utilidades a partir del primer año de operaciones, lo que es vital para un inversionista. Sobre todo, por un pronto retorno de la inversión.

Otro punto a favor de la propuesta es la configuración de sus ingresos. Al contar con varias fuentes de captación de dinero, la empresa puede sostener sus operaciones aun cuando surjan imprevistos que mermen o terminen con la demanda de alguno de sus productos.

Finalmente, se debe mencionar las buenas perspectivas obtenidas en los indicadores de rentabilidad VAN y TIR. Según estos, la propuesta tiene la capacidad para cubrir el monto de inversión inicial y agregar valor económico.

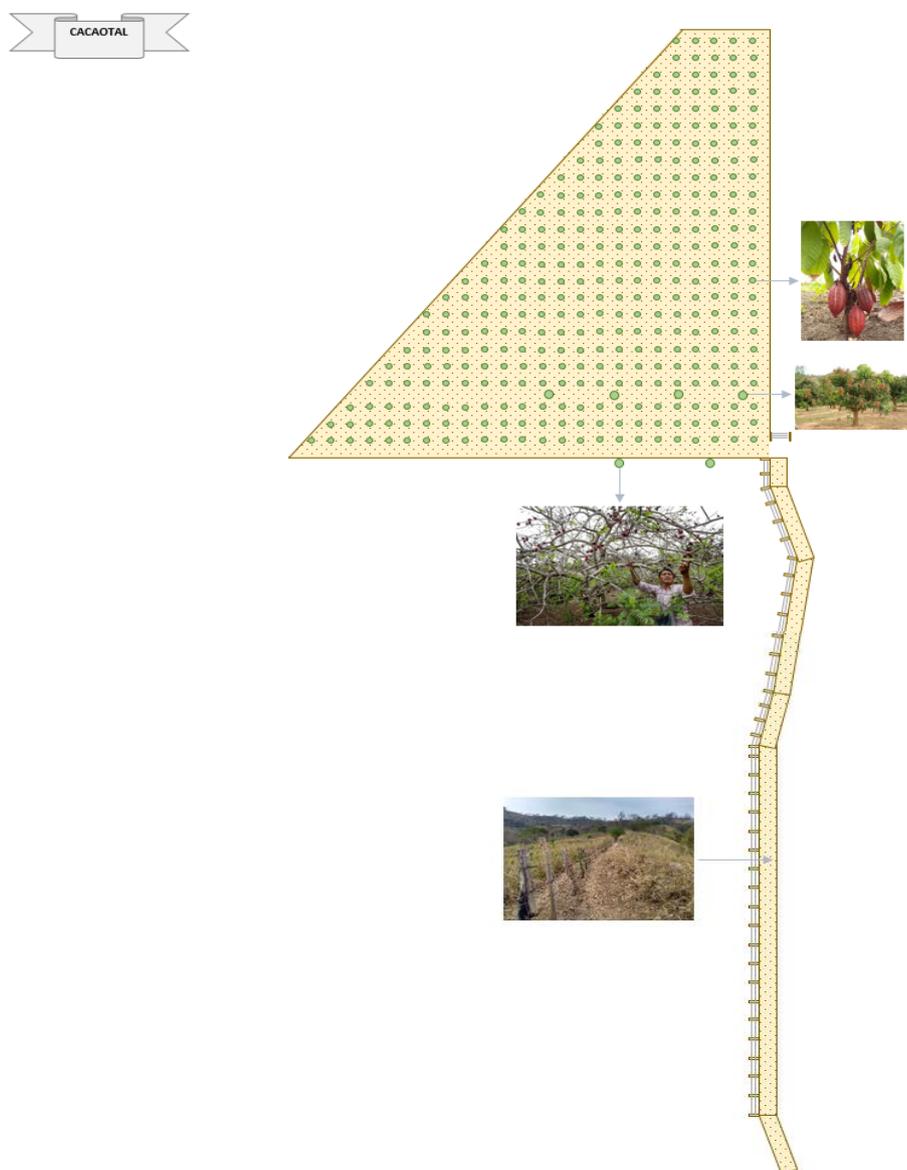
En contraste con lo antes mencionado, se debe señalar que también existen aspectos financieros que representan un obstáculo para su ejecución. Uno de los más importantes es el alto costo de inversión inicial que requiere, dado que implica la asunción de un gran riesgo por parte del empresario y ello podría llevarlo a desistir, aún con las proyecciones a favor.

3.4. Validación de prototipos

3.4.1. Primer prototipo de baja fidelidad

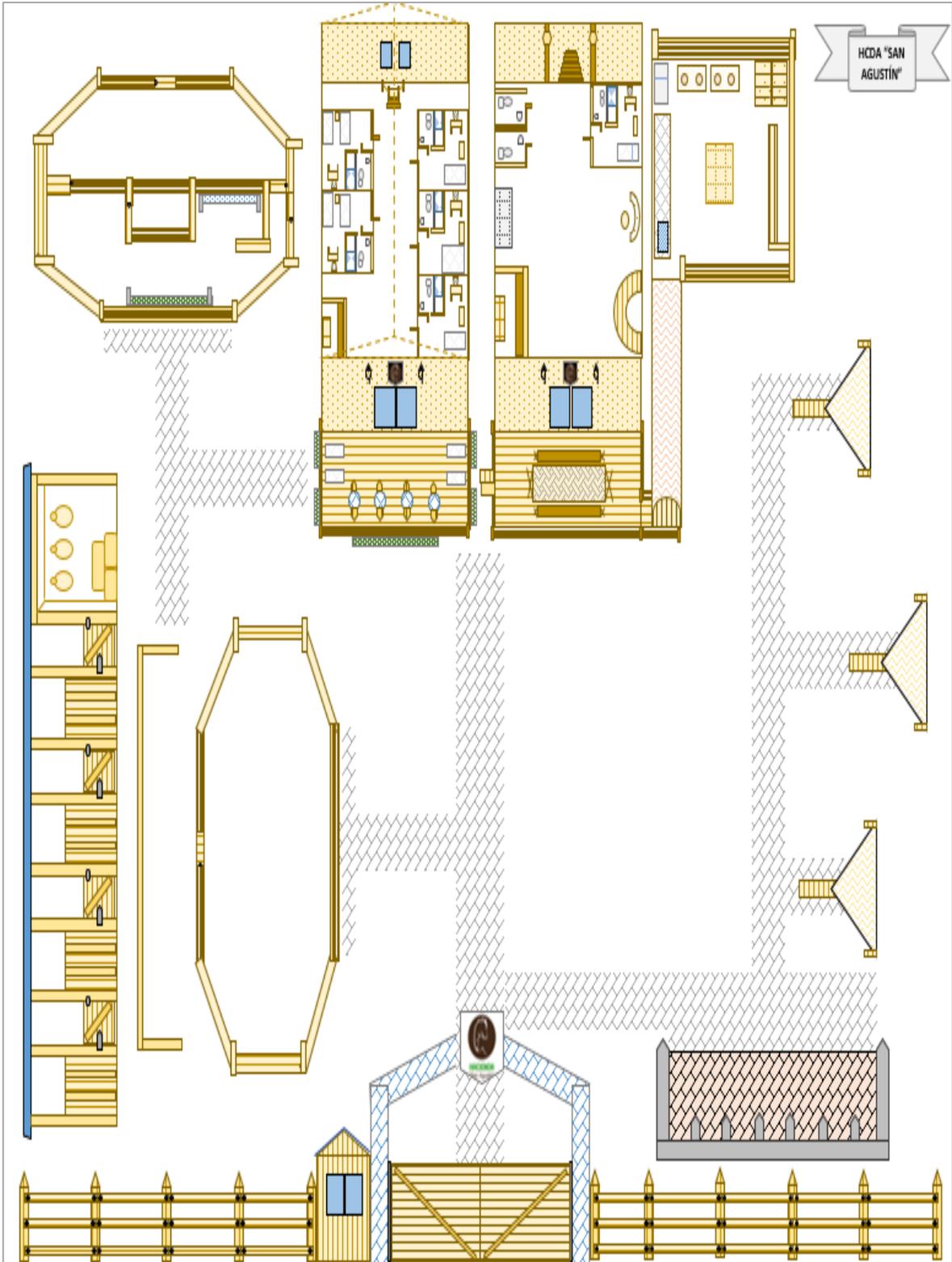
El primer prototipo de baja fidelidad, consistió en un plano que mostraba toda la infraestructura que necesita la Hacienda San Agustín para ofertar las actividades agroturísticas designadas.

Ilustración 3.4 Primer prototipo de baja fidelidad cacaotal.



Fuente: Elaboración propia (2018).

Ilustración 3.5 Primer prototipo de baja fidelidad Hacienda San Agustín.



Fuente: Elaboración propia (2018).

Las observaciones y sugerencias brindadas por las personas encargadas de validar, fueron las siguientes:

Tabla 3.9 Resultados de la primera validación de baja fidelidad

Cargo	Nombre	Observaciones y sugerencias
Gestión de proyectos	Ivonne Martín Moreno	Falta definir las áreas de administración, recepción, y un dispensario médico. Se necesita una mayor cantidad de servicios higiénicos y duchas.
MBA, Chef Profesional	María Fernanda Salas	Revisar la ubicación de la cocina. Dejar un lugar para aprovisionamiento de mercaderías separado del área destinada a la cocina. Montaje tipo central, mesón de despacho, acortar pasillo, comedor de servicio. Utilizar la infraestructura para actividades de cocina.
Docente en planificación turística	Numa Sebastián Calle Lituma	Distribuir mejor las actividades dentro del prototipo y aprovechar espacios.
Docente en Desarrollo sostenible	Lady Soto Navarrete	Colocar nombres y/o números en el plano.
Propietario de la Hacienda San Agustín	Agustín Adrián Plaza Valdiviezo	Distancia adecuada entre la casa de huéspedes y el corral del ganado. Incluir plantaciones en los caminos y senderos que hagan más comfortable las caminatas. Incluir cuartos de servicio para las personas que trabajan en esta área.

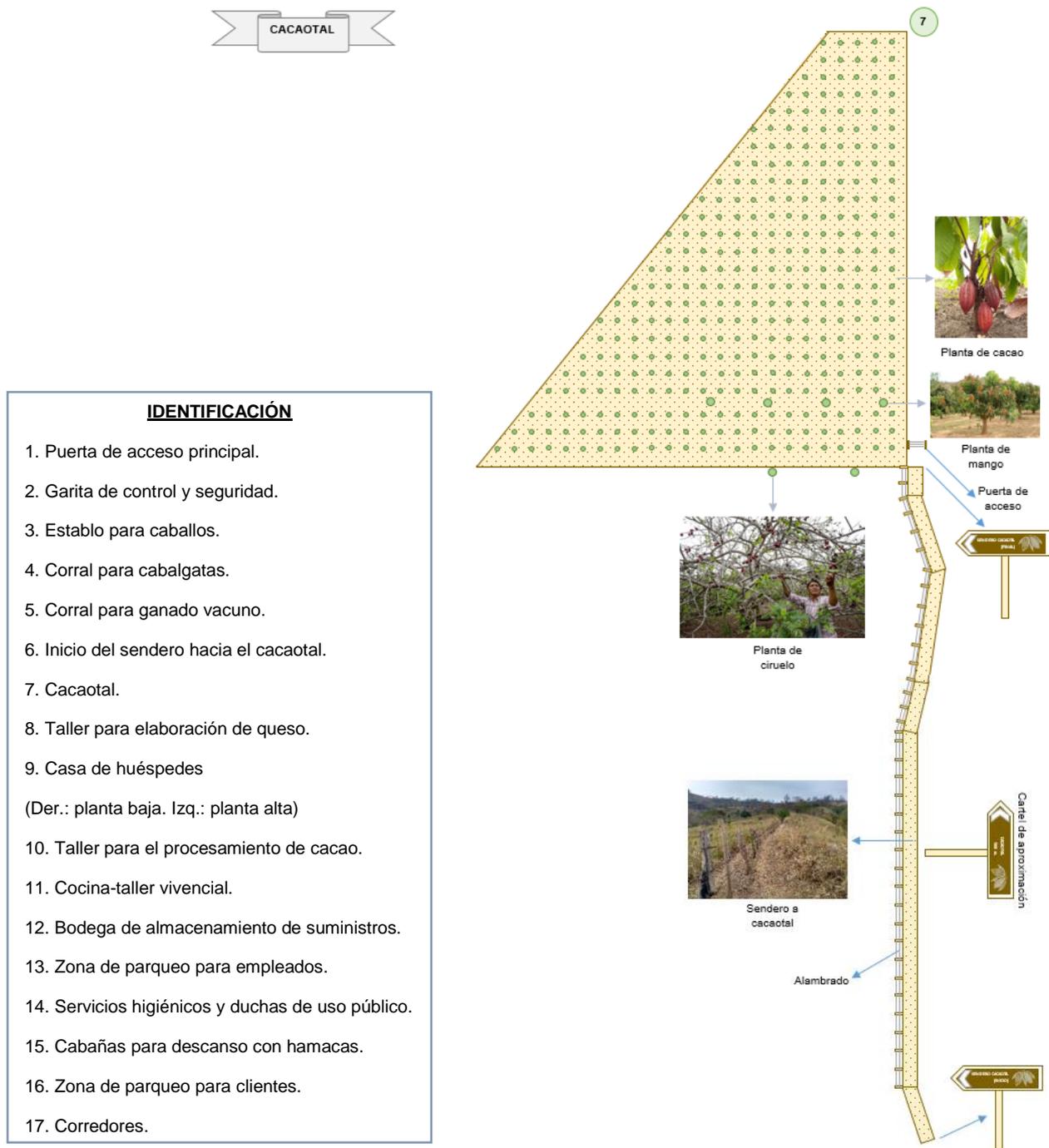
Elaboración propia (2019).

Todas las observaciones y sugerencias realizadas en la primera validación del prototipo de baja, se aplicaron, rectificando el plano para la segunda validación.

3.4.2. Segundo prototipo de baja fidelidad

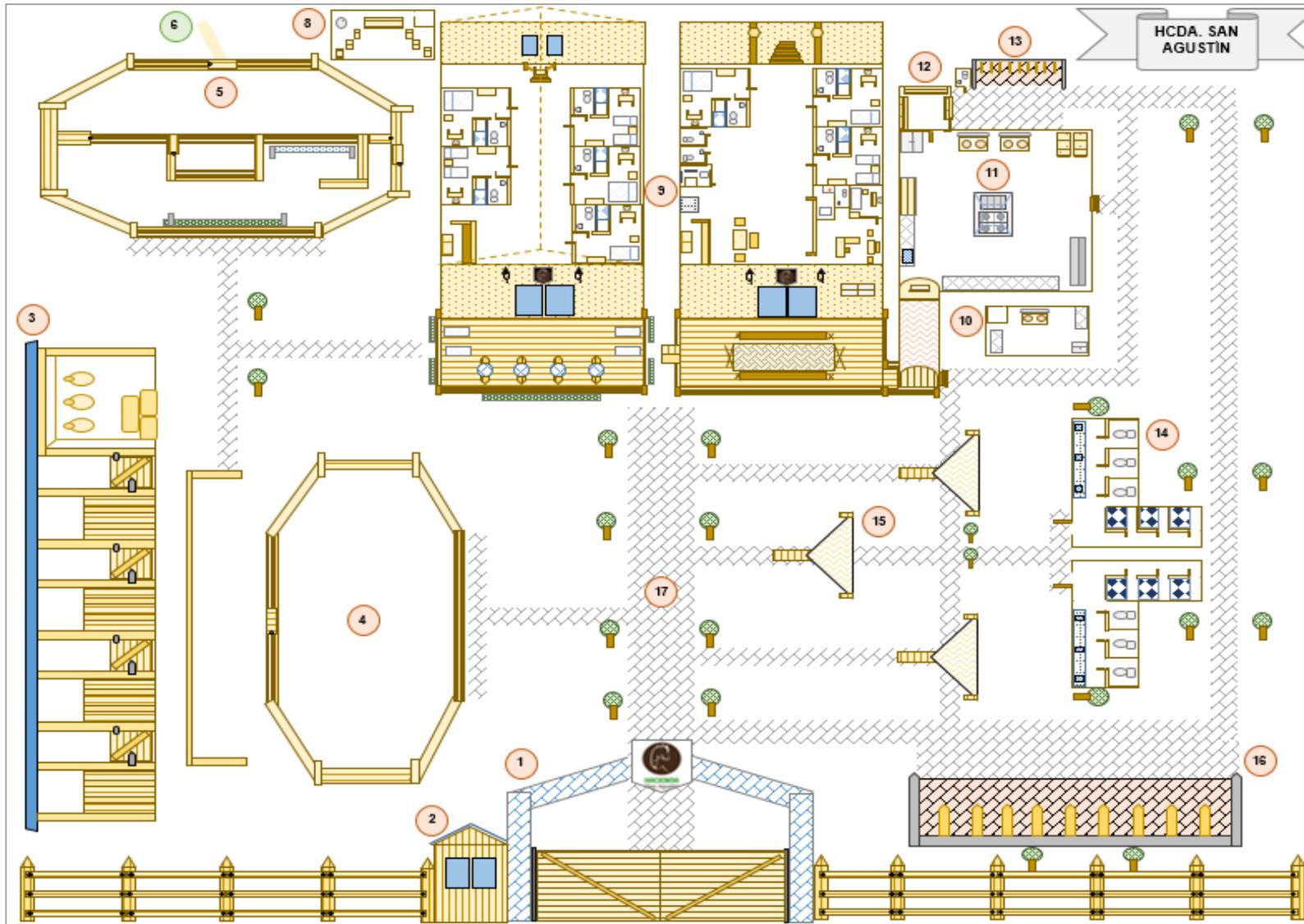
El prototipo corregido se presentó para llevar a cabo la segunda validación del prototipo de baja fidelidad.

Ilustración 3.6 Segundo prototipo de baja fidelidad. Cacaotal.



Fuente: Elaboración propia (2019).

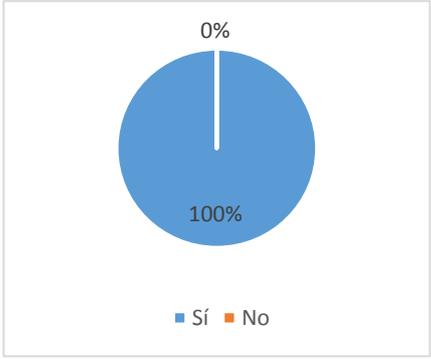
Ilustración 3.7 Segundo prototipo de baja fidelidad. Hacienda.



Elaboración propia (2019).

Los resultados de la segunda validación del prototipo de baja se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 3.10 Resultados de la segunda validación del prototipo de baja fidelidad.

Aspectos	Evaluación del Proyecto por aspecto			
	Deficiente	Ideal	Excesivo	
Número de actividades propuestas.				5,1
Capacidad de alojamiento.				4,6
Precio fijado por tipo de visita.				4,1
Interés manifiesto de visitar la Hacienda San Agustín		Sugerencias / aspectos a mejorar:		
		<ul style="list-style-type: none"> - Ampliar capacidad de hospedaje. - Reubicar el área administrativa. - Resaltar valor agregado que aporta cada actividad ofertada. - Incluir servicio de transportación. 		

Elaboración propia (2019).

Los resultados obtenidos sugieren que la propuesta final de actividades e instalaciones, desarrollada para la Hacienda San Agustín, cuenta con una amplia aceptación entre los clientes potenciales del sitio y su administración, lo que confirma sus perspectivas de éxito en implementación. Sin embargo, aún existen aspectos que deben ser revisados y considerados para la conformación de un producto ideal que satisfaga sus necesidades, por cuanto las sugerencias más relevantes se anotan como recomendaciones en este documento.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. La Hacienda San Agustín puede lograr un importante desarrollo mediante el diseño y comercialización de un producto agroturístico planificado, que aproveche sus principales recursos y potencialidades así como los de su área de influencia, al mismo tiempo que preserva labores, saberes y recursos agropecuarios tradicionales a largo plazo.
2. Las actividades agroturísticas que pueden implementarse en la Hacienda San Agustín están limitadas, por la configuración geográfica del terreno y los actuales recursos económicos, al plano terrestre y las instalaciones a construir.
3. Las herramientas de planificación que se aplicaron en el proyecto constituyeron las bases para el diseño del plan de actividades agroturísticas. Se debe subrayar su relevancia, ya que estas permiten que la propuesta esté acorde a la planificación territorial que se está aplicando en el cantón Paján.
4. Aun cuando se identifican tres mercados potenciales, hay que dar mayor relevancia al mercado guayaquileño, dada su proporción. Si bien es cierto, se tomó solo a la población económicamente activa como demanda potencial, el 62% de la población encuestada realiza sus viajes acompañada por su familia, por lo tanto, se deben considerar las facilidades para niños, personas mayores de edad y discapacitados.
5. El proyecto, según los resultados obtenidos en el estudio financiero, es viable a nivel económico. De acuerdo a los indicadores de rentabilidad VAN y TIR, con valores respectivos de \$4.300,56 y 21% en un período de evaluación de 5 años, la propuesta tiene capacidad para cubrir el monto de inversión inicial y además agregar valor económico, lo que hace factible su adopción. Si bien es cierto, los valores proyectados son relativamente bajos, no dejan de ser positivos. Sobre todo, si se considera la magnitud del proyecto y el corto período de evaluación.

6. El principal medio para posicionar a la Hacienda San Agustín en el mercado son las redes sociales, siendo Facebook e Instagram las principales. Al analizar la competencia, se determinó que el marketing directo en redes sociales se tiene que complementar con ruedas de medios y la realización de *fam trips* para operadores de servicios turísticos.

4.2 Recomendaciones.

1. Complementar los estudios de viabilidad con un estudio geotécnico en el espacio designado para el proyecto, a fin de conocer sus características y establecer si el mismo es adecuado para el levantamiento de obras de construcción y, por tanto, es recomendable su uso.
2. Mantener un diálogo constante con las autoridades municipales a cargo de la promoción turística de Paján, con el objetivo de aunar esfuerzos en la construcción de una imagen turística cantonal sólida, que considere al agroturismo como uno de sus ejes centrales, dadas sus potencialidades como tipología de turismo y su adecuación al territorio.
3. Una vez posicionado en el mercado, seleccionar productos agroturísticos con una propuesta complementaria a la propia y establecer alianzas que permitan la integración de un paquete con una mayor oferta de actividades. En esta línea, también es recomendable establecer relaciones con las principales operadoras turísticas de Portoviejo, Manta y Guayaquil que permitan abarcar el mercado internacional.

4.3 Recomendaciones a nivel operativo.

1. Debido a que el 95% de la población encuestada expresó su deseo por alojarse en la hacienda, se recomienda construir una planta alta en la casa de huéspedes, con la finalidad de ampliar la capacidad de alojamiento luego del quinto año de operaciones. Previo a esto, se aconseja realizar una evaluación de las tendencias del mercado y la evolución económica del proyecto.
2. Para facilitar la visualización y el conocimiento de las actividades que se van a realizar en la Hacienda, se sugiere el diseño de itinerarios flexibles en base a los tipos de visita que se tienen planificado recibir.

3. Para optimizar las destrezas laborales y el desenvolvimiento de los colaboradores, se propone crear un manual de procesos por cada actividad establecida y planes de contingencia en caso de presentarse un accidente. Se tiene que prestar especial atención al manual de procesos para las diferentes actividades de cocina, dado que este permitirá la estandarización al momento de preparar los alimentos a ofertarse, contribuyendo a mantener su calidad.
4. Para incrementar las facilidades que se le puede brindar al visitante se sugiere establecer el servicio de logística y transporte para grupos, lo que supondría una ventaja competitiva para la hacienda. Para empezar, se puede implementar para los visitantes que provienen de Guayaquil, dado que es el punto más lejano y con mayor demanda potencial.
5. En cuanto al manejo del personal, se recomienda crear una cultura organizacional sólida que contribuya a que cada miembro se sienta parte fundamental de la empresa. Se debe mantener capacitaciones y evaluaciones periódicas a la planta de trabajadores para incrementar su rendimiento.
6. Se sugiere implementar un sistema de gestión de calidad para asegurar que el servicio brindado al turista sea excelente. Puede usarse encuestas de satisfacción que facilitarán la retroalimentación, así como la implementación de estrategias de fidelización.
7. Diseñar paquetes de visita especializados para adultos mayores, personas con movilidad reducida o capacidades especiales que involucren el desarrollo de actividades acorde a sus condiciones y estén supervisadas por personal calificado.

BIBLIOGRAFÍA

Blanco, M., Rivero, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, San José. Costa Rica. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-agrarios/articulo/el-agroturismo-como-diversificacion-de-la-actividad-agropecuaria-y-agroindustrial>

Batthyány, K. & Cabrera, M. (2011). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales: Apuntes para un curso inicial. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/p.1_batthianny_k._cabrera_m._metodologia_de_la_investigacion_en_ciencias_sociales_cap_ii.pdf

Brundtland, G. (1987). Our common future. Oxford University Press, CMMAD. U.K. Obtenido de <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Canva.com. (2019) *¿Qué quieres diseñar?* Obtenido de <https://www.canva.com/design/DAD0laW76Y/GFh1zGWQZ4J1VcVQksE5Lw/edit>

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12. Obtenido de http://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/butler_model_1980.pdf

Díaz, A & Matamoros, I. (2011). El Análisis Dafo Y Los Objetivos Estratégicos. Contribuciones a La Economía. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm>

Ecuador Comunica. (2018). La Danesa, una hacienda para saborear el auténtico chocolate en Bucay. Recuperado de <http://ecuadorcomunica.com/2018/08/22/la-danesa-una-hacienda-saborear-autentico-chocolate-bucay/>

Escuela de Administración y Finanzas e Instituto Tecnológico (AEFIT). 2014. Nuevas modalidades de captación de rentas ilegales en Medellín. Centro de Análisis Político, Colombia. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/47252802.pdf>

García, J. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. Universidad de Valladolid, pp. 132-133. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/272498696_El_turismo_rural_como_factor_diversificador_de_rentas_en_la_tradicional_economia_agraria

Gómez, C. (2014). El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación. En Garea, B. (ed). *Cambio climático y desarrollo sostenible. Bases conceptuales para la educación en Cuba*. (pp. 91-111). Instituto Superior de Tecnologías y Ciencias Aplicadas. La Habana, Cuba: Editorial Educación Cubana. Revisado en <http://www.unesco.org/new/es/havana/areas-of-action/education/educacion-para-el-desarrollo-sostenible-eds/educacion-en-cambio-climatico-para-el-desarrollo-sostenible/libro-cambio-climatico-y-desarrollo-sostenible-bases-conceptuales-para-la-educacion-en-cuba/>

Gunn, C. & Var, T. (2005). *Tourism Planning*. New York: Routledge

Hacienda La Danesa. (2017). Una histórica hacienda familiar. Recuperado de <https://www.haciendaladanesa.com/es/nosotros/>

INEC. (2010). Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fasículo provincial del Guayas. Obtenido de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC. (2010). Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fasículo provincial Manabí. Obtenido de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

Institute of Design at Stanford University. (2018). Design Thinking Bootcamp Bootleg [Diseño Inteligente Campo de entrenamiento y contrabando]. Obtenido de <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>

Ministerio de Agroindustrias de Argentina. (2016). Agroturismo con identidad, Argentina (p. 23). Obtenido de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/s_agricultura_familiar/_archivos/agroturismo_con_identidad.pdf

Molina, S. (1986). Planificación del Turismo. México: Nuevo tiempo Libre.

Murphy, A. (2008). Rethinking multi-lever governance in a changing European union: why metageography and territoriality matter. *GeoJournal*, 72(1-2), pp. 7-18.

OMT. (1999). Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y El Caribe. Madrid, España. Obtenido de http://www.academia.edu/9391482/Agenda_para_Planificadores_Locales_TURISMO_SOSTENIBLE_Y_GESTI%C3%93N_MUNICIPAL_EDICI%C3%93N_PARA_AM%C3%89RICA_LATINA_Y_EL_CARIBE

Ponce, M. (2009). Agroturismo y desarrollo local en destinos turísticos del interior: el caso de Finca Hacienda los Granadicos en Moratalla (Murcia). *Cuadernos De Turismo*, (24), 193-206. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/92711>

Robbins, S., Coulter, M. (2005). *Administración, 8 Edición*. México, Editorial: Prentice Hall México. ISBN: 9789702605553

Streimikiene, D., & Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories. *Transformations in Business & Economics*, 14(2), 21-34. Obtenido de <http://www.transformations.knf.vu.lt/35/ge35.pdf>

Szmulewicz, P. (1997). Perspectivas del turismo rural. Universidad Austral de Chile. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/221/1/Apo1998a2v2pp11-28.pdf>

Toro, G., Galán, M., Pico, L., Rozo, E. y Suescún, H. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: caso Colombia, Turismo y Sociedad, XVI, pp. 131-185 DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.09>

UNESCO. (2012). Educación para el desarrollo sostenible. Libro de consulta. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002167/216756s.pdf>

World Bank Group. (2016). Public-Private dialogue (PPD) stakeholder mapping toolkit: a practical guide for stakeholder analysis in PPD using the net-map method. Obtenido de <http://documents.worldbank.org/curated/en/842721467995900796/pdf/106395-WP-PUBLIC-PPD-Stakeholder-Mapping-Toolkit-2016.pdf>

APÉNDICES

APÉNDICE A

1. PLANIFICACIÓN

1.1 Vocación turística

1.1.1 Localización

El recurso turístico que se va a realizar en los terrenos de la hacienda San Agustín, se encuentra localizado en el cantón Paján, este se ubica en la parte sur de la provincia de Manabí. Limita al norte con el cantón 24 de Mayo, al noroeste con el cantón Jipijapa y Olmedo, al sur con la provincia de Manabí (Gobierno Cantonal de Paján, 2014).

1.1.2 Ubicación geográfica

El terreno, así como dos espacios aledaños que lo complementan (el sendero y el cacaotal) se encuentra ubicados en las siguientes coordenadas.

Ilustración 1.1 Ubicación geográfica Hacienda San Agustín.



Fuente: Google Earth (2018).

Ilustración A.2 Área de la hacienda San Agustín



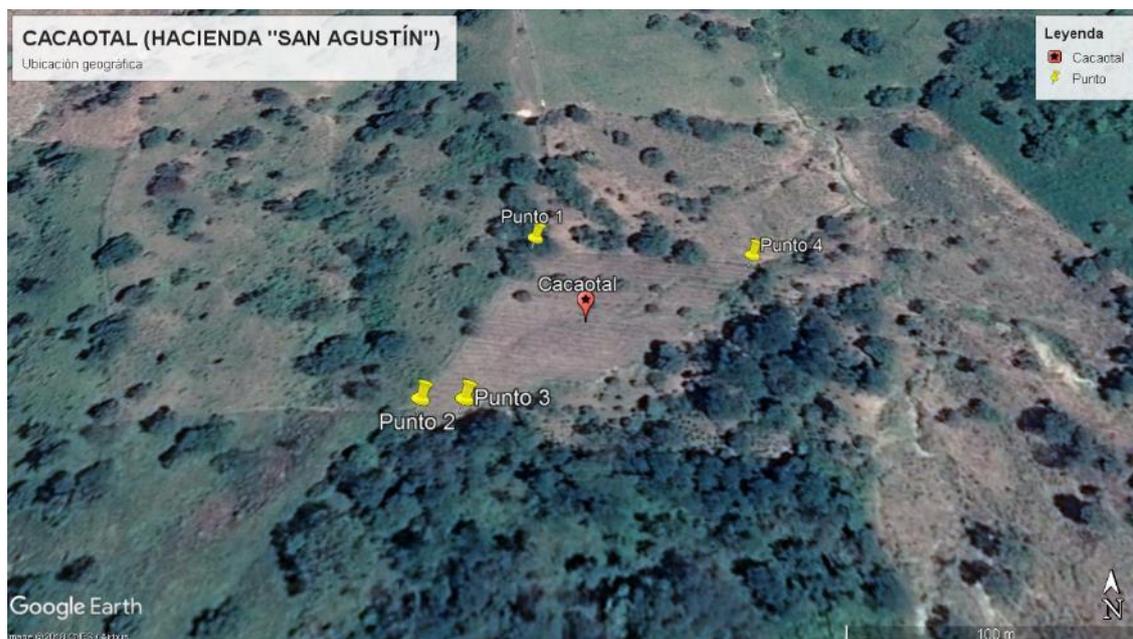
Fuente: Google Earth (2018).

Tabla A.1 Coordenadas geográficas Hacienda San Agustín

Punto 1:	-1.586482°	Punto 2:	-1.588458°
	-80.484051°		-80.483629°
Punto 3:	-1.589178°	Punto 4:	-1.587139°
	-80.485100°		-80.485123°
Área		33,549.39 m ² / 3.35 hectáreas	

Fuente: Elaboración propia, basada en datos de Google Earth (2018).

Ilustración A.3 Ubicación geográfica del Cacaotal en la Hacienda San Agustín.



Fuente: Google Earth (2018).

Ilustración A.4 Área del Cacaotal en la Hacienda San Agustín.



Fuente: Google Earth (2018).

Tabla A.2 Coordenadas geográficas del cacaotal en la Hacienda San Agustín.

Punto 1:	-1.596338°	Punto 2:	-1.597206°
	-80.481522°		-80.481870°
Punto 3:	-1.597208°	Punto 4:	-1.596369°
	-80.481725°		-80.480658°
Área:		5,503 M ² / 0.55 hectáreas	

Fuente: Elaboración propia, basada en datos de Google Earth (2018).

Ilustración A.5 Extensión del sendero hacia el cacaotal Hacienda San Agustín.



Fuente: Google Earth (2018).

Tabla A.3 Coordenadas geográficas del Sendero hacia el cacaotal en la Hacienda San Agustín.

Inicio del sendero:	-1.588564°	Fin del sendero:	-1.596338°
	-80.483800°		-80.481522°
Extensión		939 metros	

Fuente: Elaboración propia, basada en datos de Google Earth (2018).

1.1.3 Superficie

El cantón Paján posee una superficie de 1.086 km², pertenece a la zona de planificación 4, que comprende Manabí y Santo Domingo (Gobierno Cantonal de Paján, 2014). Mientras que el terreno donde se va a desarrollar el proyecto posee un área de 33.549,39 m².

1.1.4 Uso del suelo

En el cantón Paján la mayor parte del suelo es utilizado en actividades agrícolas y ganaderas, donde se cultiva: café, maíz, arroz, achiote, yuca, frejol palo, banano, frutales, tagua y hortalizas, y actividades Pecuarias.

Tabla A.4 Uso del suelo en el cantón Paján.

Uso del suelo	Hectáreas	Porcentaje
Cultivos permanentes	17.132,44	18,72
Transitorios	352,99	0,39
Barbecho	9.808,97	10,72
Descanso	6.603,38	7,22
Pastos cultivados	35.702,45	39,02
Pastos naturales	916,98	1,00
Montes y bosques	19.901,66	21,75
Otros usos	1.072,44	1,17

Fuente: Censo Nacional Agropecuario 2000 citado en PDOT (2014).

1.1.5 Modelo de Miossec.

Para la estimación de la demanda potencial que tendría el nuevo espacio turístico de la Hacienda “San Agustín” se utilizó el modelo de Miossec. Este, permite proyectar el número de visitantes que puede captar un atractivo desde los centros de distribución más cercanos, en concordancia con la distancia y el volumen de turistas que estos exhiben. De ahí que, su cálculo responde a la fórmula:

$$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$$

Donde:

T_{sij} = volumen estimado de turistas captados por i (periferia) desde j (centro emisor).

T_j = volumen de turistas recibidos por j .

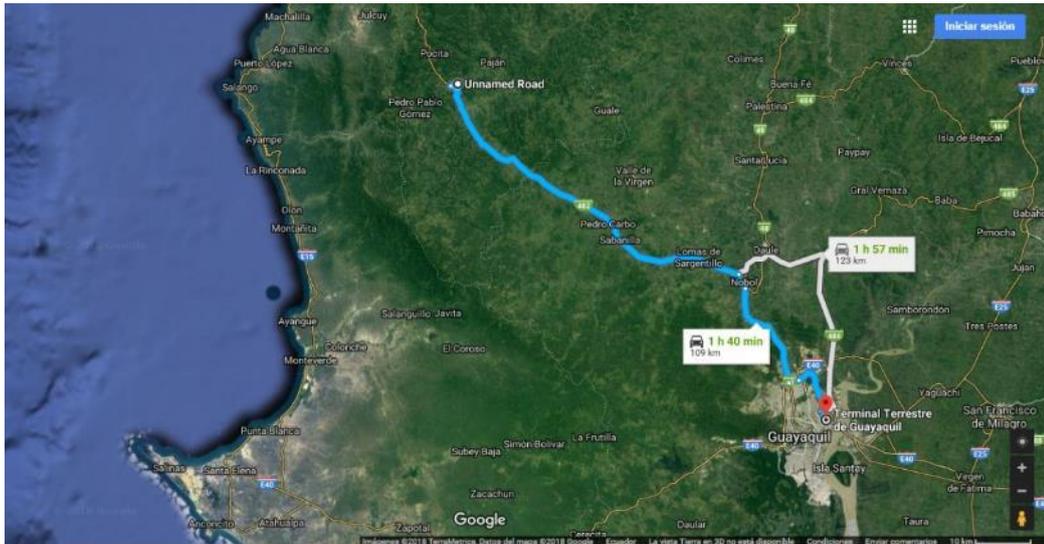
D_{ij}^2 = Distancia entre i y j elevada al cuadrado.

En el caso de la Hacienda “San Agustín”, se identificó a Guayaquil, Portoviejo y Manta como principales centros de distribución turística, obteniéndose los siguientes valores referenciales por cada uno:

Guayaquil.

Volumen de turistas recibidos: 2'111,260 en 2017 (Fuente: GAD Municipal de Guayaquil, 2018). Distancia hasta el objeto de estudio $[-1.58683^\circ, -80.48465^\circ]$: 109 Km (Fuente: Google Maps, 2018).

Ilustración A.6 Distancia entre Guayaquil y la Hacienda San Agustín.



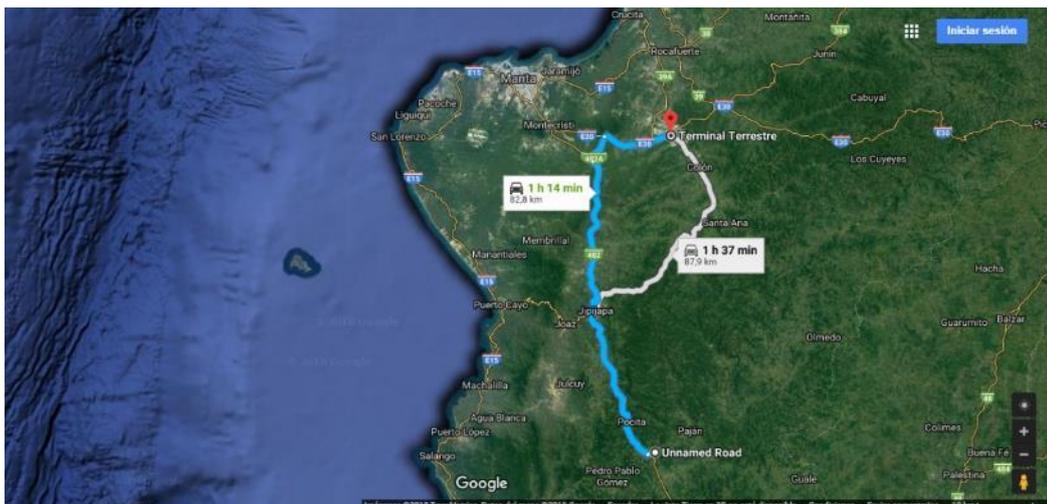
Fuente: Google Earth (2018).

Portoviejo

Volumen de turistas recibidos: 250,000 (Fuente: Estimación a partir de El Diario, 2013).

Distancia hasta el objeto de estudio [-1.58683°, -80.48465°]: 87.9 Km (Fuente: Google Maps, 2018).

Ilustración A.7 Distancia entre Portoviejo y la Hacienda San Agustín.



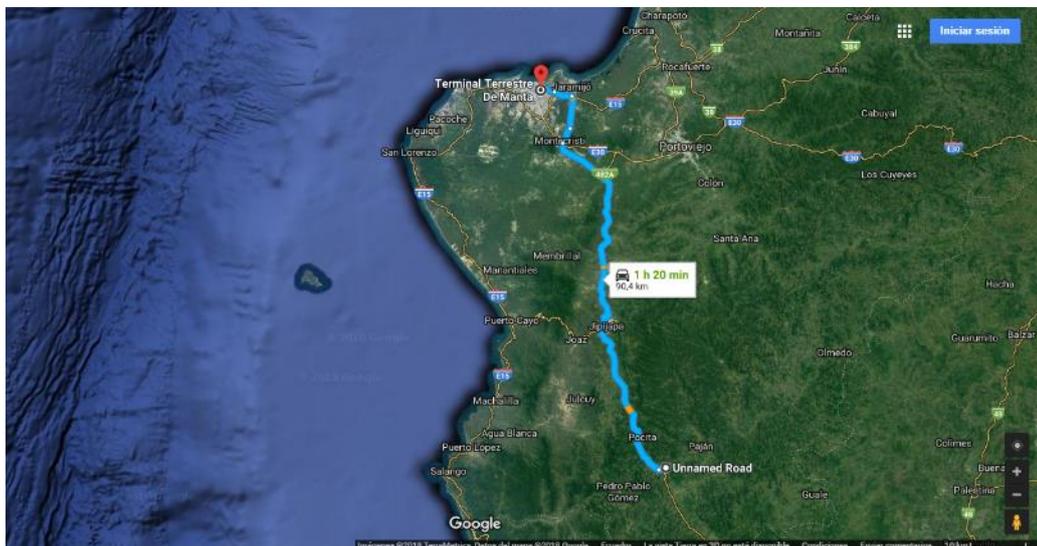
Fuente: Google Earth (2018).

Manta.

Volumen de turistas recibidos: 630,000 en 2015. (Fuente: Arias, Salazar, Moreira & Ramos, 2017).

Distancia hasta el objeto de estudio [-1.58683°, -80.48465°]: 90.4 Km (Fuente: Google Maps, 2018).

Ilustración A.8 Distancia entre Manta y la Hacienda San Agustín.



Fuente: Google Earth (2018).

Con los datos recopilados, se realizó el cálculo del número estimado de visitantes que el nuevo espacio turístico de la Hacienda “San Agustín” puede captar de cada centro de distribución. Así se obtuvo:

Tabla A.5 Cálculos para el análisis de Miossec

Volumen de turistas captados de Guayaquil	Volumen de turistas captados de Portoviejo	Volumen de turistas captados de Manta
$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$	$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$	$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$
$T_{sij} = \frac{2'111,260}{(109)^2}$	$T_{sij} = \frac{250,000}{(87.9)^2}$	$T_{sij} = \frac{630,00}{(90.4)^2}$
$T_{sij} = 178$	$T_{sij} = 32$	$T_{sij} = 77$

Fuente: Elaboración propia (2018).

De los resultados obtenidos se puntualiza que, del total de turistas que reciben en conjunto las ciudades de Guayaquil, Portoviejo y Manta, la Hacienda San Agustín tiene potencial para despertar interés y motivar visitas en 287 de ellos. De igual forma, se hace evidente que la mayor concentración de esfuerzos y recursos tendientes a captar mercado deben orientarse a Guayaquil, dada su capacidad superior como centro emisor de turismo.

1.2 Índice de concentración turística

En base al catastro turístico entregado por parte de la sección encargada de turismo del Municipio del Cantón Paján y visita in situ del lugar, para comprobar dicha información y actualizarla, se logró recopilar la siguiente información.

Tabla A.6 Establecimientos de alojamiento registrados del cantón Paján

#	Nombre del establecimiento	Tipo	Servicios				# Hab.	# Plazas
			Alim	A/A	Tv	Bar		
1	Bonanza	Hostal	-	x	X	-	13	25
2	Luvimar	Hostal	-	x	X	x	9	20
3	Paján	Hostal	-	x	X	-	18	35

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla A.7 Establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Paján

#	Nombre del establecimiento	Tipo	Capacidad	Especialidad	Tipo de servicio
1	Divino Niño	Restaurante	30	Comida típica	Restauración
2	Amirita	Restaurante	40	Comida típica	Restauración
3	La Posada de Lukita	Restaurante	22	Comida típica	Restauración
4	Katherine	Restaurante	28	Comida típica	Restauración
5	Carlitos	Restaurante	55	Comida típica	Restauración
6	D'Frejol	Restaurante	16	Comida típica	Restauración
7	El Rincón de la Gallina	Restaurante	46	Comida típica	Restauración
8	Flor de Verano	Restaurante	10	Comida típica	Restauración
9	La Cuchara Criolla	Restaurante	16	Comida típica	Restauración
10	Anita	Restaurante	30	Comida típica	Restauración
11	Blanquita Navas	Restaurante	24	Comida típica	Restauración
12	La Casa de Pauly	Restaurante	25	Comida típica	Restauración
13	El Ídolo	Restaurante	50	Comida típica	Restauración
14	Saray	Restaurante	13	Comida típica	Restauración
15	De Pety	Restaurante	15	Comida típica	Restauración
16	Janeth	Restaurante	20	Comida típica	Restauración
17	Katty Vera	Restaurante	18	Comida típica	Restauración
18	Deleite Local C7	Restaurante	12	Comida típica	Restauración
19	C10	Restaurante	10	Comida típica	Restauración

20	Joselyn	Restaurante	16	Comida típica	Restauración
21	Marianita	Restaurante	16	Comida típica	Restauración
22	Coraima	Restaurante	22	Comida típica	Restauración
23	Pizza Gigio's	Restaurante	20	Pizza	Restauración
24	Galápagos	Restaurante	20	Parrilladas & Mariscos	Restauración
25	Coco Ban	Restaurante	24	Mariscos	Restauración
26	Asadero "Superpollo"	Restaurante	20	Pollo asado	Restauración
27	Asadero "La Esquina de Ales"	Restaurante	32	Pollo asado	Restauración
28	Asadero "La Esquina del Sabor"	Restaurante	32	Pollo asado	Restauración
29	Asadero "La Gloria de Dios"	Restaurante	12	Pollo asado	Restauración
30	Asadero "Marbelys"	Restaurante	16	Pollo asado	Restauración
31	Cevichería "El Conchal del Negro"	Restaurante	60	Ceviche	Restauración
32	Cevichería "Gaviota"	Restaurante	16	Ceviche	Restauración
33	Cevichería "Janeth"	Restaurante	20	Ceviche	Restauración
34	Picantería "El Buen Sabor"	Restaurante	20	Encebollado	Restauración
35	Picantería "El Bucanero"	Restaurante	20	Encebollado	Restauración
36	Heladería "Golodeli"	Fuente de soda	14	Helados	
37	Heladería "La Copa"	Fuente de soda	32	Helados & Batidos	

38	Jugos Naturales “El Gato”	Fuente de soda	20	Batidos	
39	Soda Bar “Tefito”	Fuente de soda	16	Comida rápida	
40	La Esquina del Topo	Fuente de soda	32	Comida rápida	
41	Wilson	Bar	20	Cerveza	
42	Bar 55	Bar	32	Cerveza	
43	Rumba David Mix	Bar	24	Cerveza	
44	La Hueca V.I.P	Bar	50	Cerveza & Cocteles	
45	Corona Bar Discotek	Bar	100	Cerveza	
46	Arévalo	Bar	75	Cerveza	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla A.8 Detalle de Servicios Turísticos en el cantón Paján

Hostal	3
Restaurantes	35
Fuente de Soda	5
Bares	6
Agencias de viaje	X
Recreación	2
Transporte turístico	X

Fuente: Elaboración propia (2018).

Tabla A.9 ICT del Cantón Paján

ITEM	SI	PI	ICT	PORCENTAJE
Agencias de Viajes	0	0	0	0%
Alojamiento	3	1,73	5	6%
Restauración	46	6,78	312	90%
Recreación	2	1,41	3	4%
Transporte turístico	0	0	0	0%
Paján	51	9,93	506	100%

Fuente: Elaboración propia (2018).

El índice de concentración turística permite conocer la posible demanda que puede captar cada uno de los rubros del sector turístico en el cantón Paján. De esta manera, tenemos que el cantón puede atraer un total de 506 turistas en relación con el equipamiento turístico con el que cuenta. En la parte de alojamiento solo puede atraer a un promedio de 5 turistas, mientras que en el rubro de restauración a un promedio de 312 posibles visitantes. De igual manera, el promedio de turistas en la parte de recreación es baja, siendo solo de tres personas. En los otros rubros, el cantón Paján no cuenta con ninguna oferta. Por medio de este análisis se puede afirmar que el sitio no cuenta con una gran oferta de servicios turísticos, sin embargo, aunque esto parezca negativo, también puede ser visto como una oportunidad para invertir en el sector turístico y ampliar la capacidad de recibir turistas que tiene la ciudad.

1.3 Caracterización del espacio intervenido

El espacio intervenido fue caracterizado mediante la aplicación de la Ficha para el Levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, elaborada por el Ministerio de Turismo. Esta, considera criterios como la superficie, las facilidades con que cuenta el sitio, la conectividad y los elementos complementarios (Ministerio de Turismo, 2017).

Ilustración A.9 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	3	1	0	5	0	A	N	0	1	0	3	0	1	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Hacienda "San Agustín"																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					BAJA MONTAÑA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
MANABI					PAJAN					PAJAN							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal							
Recinto Colimes					Vía Colimes-Paján												
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)							
-1.58772					-80.48446					182							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Privado					b. Nombre de la Institución: N/A												
c. Nombre del Administrador: Lcda. María Valdiviezo					d. Cargo que ocupa: Administradora												

e. Teléfono / Celular:	+593991119982	f. Correo Electrónico:	marva_35@outlook.es				
Observaciones:							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Clima:	Subtropical mesotérmico semihúmedo, tropical megatérmico semihúmedo y húmedo	b. Temperatura(°C):	24				
		c. Precipitación Pluviométrica (mm):	1.000 - 2.000				
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
a. Cultura	<input type="checkbox"/>	b. Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>				
		c. Aventura	<input type="checkbox"/>				
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>							
a. Prístino	<input type="checkbox"/>	b. Primitivo	<input type="checkbox"/>				
		c. Rústico Natural	<input type="checkbox"/>				
		d. Rural	<input checked="" type="checkbox"/>				
		e. Urbano	<input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Tipo de Ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Restringido	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
d. Maneja un sistema de reservas:	<input type="checkbox"/>	f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>
				Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>
e. Precio:	Desde 0,00	Hasta 0,00	Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>
				Cheque	<input type="checkbox"/>		
g. Meses recomendables de visita:		Mayo - diciembre					
Observaciones: El sitio solo permite el ingreso a propietarios y trabajadores del predio, dado que aún no dispone de instalaciones ni servicios turísticos.							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):				PAJAN			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	8,4	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:10	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -1.55417 Long.: -80.42818
Observaciones: La distancia y el tiempo son estimados y se ha tomado como punto de referencia El parque del Loro, por estar ubicado en el centro del cantón Paján.							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Terrestre (M)	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
	a. Primer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
	c. Tercer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	-1.59116 -80.49627	-1.55417 -80.42818	8,9	Asfalto	Regular
Observaciones:							
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:							
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:		<input type="checkbox"/>	Internacional:		<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>
		e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>
		k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique			
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual						
C.T.I "24 de Septiembre"	Terminal Terrestre de Paján	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal Terrestre Paján - Terminal Terrestre de Guayaquil					
C.T.I "7 de Noviembre"	Terminal Terrestre de Paján	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal Terrestre Paján - Terminal Terrestre de Guayaquil Terminal Terrestre Paján - Terminal Terrestre de Jipijapa					
Compañía de Taxis "Los Pajonales"	Parque del Loro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parque del Loro - Colimes					
Compañía de Taxis "RapiTaxi S.A"	Colimes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Colimes - Paque del Loro					
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Accesibilidad motriz		<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual		<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:											
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	3	40	80		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	35	198	846		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	5	28	114		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0			
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						

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

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>			Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones:							

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					

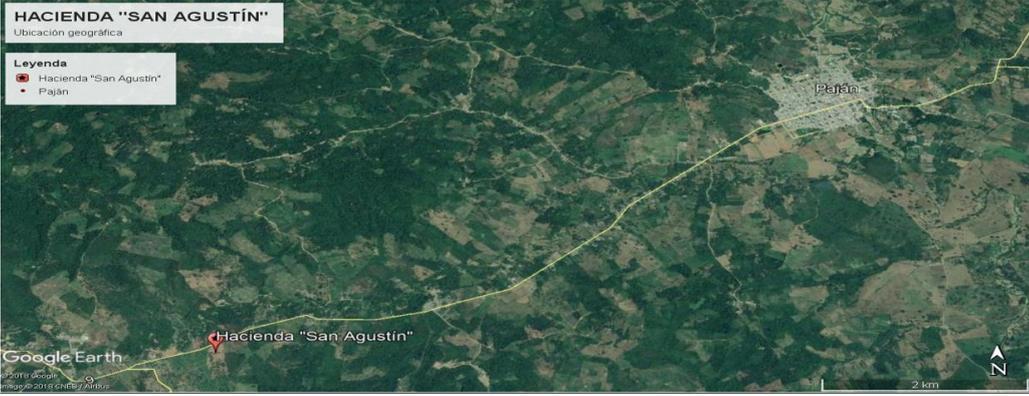
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>				
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:											
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)							
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>				
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>				
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>				
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>				
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>											
a. Declarante:		b. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones:											
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Agua: <input type="checkbox"/>						Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable					
Especifique:						Especifique:					
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>						Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público					
Especifique:						Especifique:					
Saneamiento: <input type="checkbox"/>						Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública					
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector					
Especifique:						Especifique:					
Observaciones:											
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>											

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>					texto			
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>		1	
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones: Hospital "Israel Quintero Paredes", ubicado en las calles Manabí y 9 de Octubre, cantón Paján, a 8 kilómetros del atractivo.								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto					
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU911					
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto					
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto					
Observaciones: Destacamento Policial de Paján "Aura Almeida de Morán", ubicado en la avenida 9 de octubre. Responsable: Mayor José Luis López Bósquez.								

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>					Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>				De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>			
Sequia <input checked="" type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: <input type="text"/>		Nombre del documento: <input type="text"/>		Año de elaboración: <input type="text"/>		0	
Observaciones:									
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					Año de elaboración: <input type="text"/>				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					Especifique: <input type="text"/>				
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					Especifique: <input type="text"/>				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					Especifique: <input type="text"/>				
Observaciones:									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>					
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>					
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>					
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>				
Observaciones:									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>					
Observaciones:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>									
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>					
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>					
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>					
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									

a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>								
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>								
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>								
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto								
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción									
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:											
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
Observaciones:													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:													
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes	0								
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto		0								
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual						
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave:				Contactos:									
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													
12. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/> 1		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>	
g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria 0 Secundaria 0	Primeros Auxilios 0 Hospitalidad 0	Inglés 0 Alemán 0	
Tercer Nivel 1 Cuarto Nivel 0	Atención al Cliente 0 Guianza 0	Francés 0 Italiano 0	
Otro texto	Sensibilización de discapacidades de 0 Otro texto	Chino 0 Otro texto	
Observaciones:			
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)			
Ubicada junto a la vía Colimes - Paján a 8,4 kilómetros de distancia de la cabecera cantonal. Comprende una parcela no edificada con un área total de 3.35 hectáreas en las que predominan el pasto y los árboles maderables. No cuenta con instalaciones ni facilidades turísticas, por cuanto el predio solo es utilizado para el pastaje de vacas y caballos. Dada su extensión y la configuración del terreno, permite realizar caminatas y cabalgatas, aunque poco organizadas.			
14. ANEXOS			
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)			
			
Fuente: Elaboración propia, 2018			
c. Ubicación gráfica del Atractivo			
			
Fuente: Google Earth, 2018			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)			
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre Plaza, Jefferson & Córdova Ana		Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución Escuela Superior Politécnica del Litoral		Institución	Institución
Cargo Estudiantes de Turismo		Cargo	Cargo
Correo Electrónico jealplaz@espol.edu.ec anabcord@espol.edu.ec		Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono 0988587314 0994771653		Teléfono	Teléfono
Firma		Firma	Firma

Fuente: Elaboración propia en base a la ficha provista por el Mintur (2018).

1.4 Análisis FODA

En este apartado se procederá a realizar un análisis de factores endógenos y exógenos que afectan al desarrollo del proyecto en el sitio geográfico determinado.

Fortalezas

1. Vías de acceso en óptimas condiciones.
2. Se encuentra junto a la carretera principal.
3. Posee paisajes naturales poco alterados.
4. Realiza actividades agropecuarias que se pueden aprovechar.
5. Alto nivel de seguridad.
6. Cercanía a 3 de las ciudades más pobladas del Ecuador: Guayaquil, Portoviejo y Manta.

Oportunidades

1. Búsqueda de los turistas por realizar actividades sustentables.
2. Incremento del turismo enfocado en la experiencia.
3. Posibilidades de financiamiento de proyectos turísticos.
4. El turismo se considera una de los sectores estratégicos del Ecuador.
5. Presenta potencial ecológico.
6. No existe oferta estructurada de actividades agroturísticas en la zona.

Debilidades

1. Inexistente señalética turística.
2. Falta de tecnificación en actividades agropecuarias.
3. No tiene accesibilidad para personas con capacidades restringidas.
4. No cuenta con conexión a la red.
5. No cuenta con ninguna inversión previa para el desarrollo de actividades turísticas.
6. Contaminación del aire por quema de rastrojo en época invernal.

Amenazas

1. Poco desarrollo turístico en el poblado más cercano: Paján.
2. Falta de interés municipal por dinamizar e invertir en facilidades turísticas.
3. No cuenta con una oficina del Mintur cercana (falta de apoyo).
4. Falta de capacitación en actividades turísticas de la sociedad local.
5. Elecciones próximas (inestabilidad política).
6. Brotes de plagas y enfermedades que merman cosechas y ganado vacuno.

Se tomaron en cuenta los siguientes criterios para establecer en que sitio se encuentra nuestro recurso turístico:

Tabla A.10 Criterios para el FODA

Criterios	
7	Muy alta
6	Alta
5	Media alta
4	Media
3	Media baja
2	Baja
1	Muy baja

Fuente: Numa Calle (2018).

Tabla A.11 FODA Cruzado

		EXTERNO												
		OPORTUNIDADES						AMENAZAS						
		FORTALEZAS	O1	O2	O3	O4	O5	O6	A1	A2	A3	A4	A5	A6
INTERNO	F1	4	5	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
	F2	3	2	4	2	3	4	2	2	3	1	1	3	
	F3	7	5	4	4	6	4	4	6	3	4	1	7	
	F4	6	5	4	3	5	4	6	4	3	4	2	6	
	F5	4	4	4	3	4	3	3	2	1	1	2	1	
	F6	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	1	1	
	DEBILIDADES													
	D1	3	1	3	1	4	4	6	7	3	3	2	1	
	D2	2	1	4	4	5	6	5	1	1	1	2	7	
	D3	5	5	5	2	4	6	2	5	4	6	1	1	
	D4	1	4	4	2	5	4	4	3	2	3	1	1	
	D5	5	4	6	5	5	5	4	6	6	5	6	1	
D6	5	5	5	4	4	5	1	4	2	2	1	6		

Fuente: Elaboración propia (2018).

Tabla A.12 Relación existente de las variables del FODA

FO	136	Zona de éxito
FA	97	Zona de desgaste
DO	143	Zona de ilusión
DA	116	Zona vulnerable

Fuente: Numa Calle (2018).

Como resultado del análisis FODA cruzado, se pudo estimar que el recurso turístico analizado se encuentra dentro de la zona de ilusión, esto indica que si bien cuenta con un potencial para atraer demanda turística, aún se tiene que trabajar en fortalecer las relaciones entre actores directos para potenciar todas sus fortalezas.

1.5 Formulación del plan de actividades agrícolas

En base a la revisión de la literatura, en la que se incluye el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Paján, las herramientas de planificación turística en las que se debe destacar la vocación turística del sitio, el análisis FODA y la aplicación de las respectivas fichas metodológicas para la jerarquización del atractivo y las referencias de los potenciales consumidores determinada a través de encuestas, se lograron definir las siguientes actividades agroturísticas a llevar a cabo en La Hacienda San Agustín.

1.5.1 Actividades

1.5.1.1 Caminatas

Debido a que el agroturismo se caracteriza por ofrecer actividades en el medio rural, se seleccionó la actividad de caminata, porque esto permitirá a los visitantes entrar en contacto con el ambiente natural. Esta actividad se desarrollará en el sendero de aproximadamente 1km, esto implicara que se realice actividad física lo cual tendrá un impacto positivo en la salud de los turistas, además del disfrute paisajístico, el recorrido que se puede complementar con otra de las actividades que han sido seleccionadas, que es la fotografía.

Ilustración A.10 Actividad uno: caminatas



Tomada por: Plaza, J. (2018).

1.5.1.2 Paseos a caballo

Esta actividad consiste en hacer uso de los equinos como medio de transporte recreativo, permitirá al visitante disfrutar del paisaje natural y establecer un vínculo con los caballos, para esto se necesitará mantener un control sobre los animales, su limpieza periódica es primordial, además de tomar todas las medidas de seguridad y enseñar a las personas que deseen manejarlos.

Ilustración A.11 Actividad paseos a caballo.



Tomada por: Córdova, A. (2018)

1.5.1.3 Recolección de frutos de temporada

Debido a que el terreno cuenta con un cultivo de frutos que se encuentran en la mayoría del territorio manabita, entre ellos: cacao, banano, ciruelas, mangos. Los visitantes podrán ser organizados para realizar una caminata con la finalidad de que recojan de manera ordenada los frutos que se estén dando en el momento de su estancia, los mismos que serán utilizados directamente en la elaboración de productos que luego se los podrán llevar como recuerdos.

Ilustración A.12 Actividad: recolección de frutos de temporada



Tomada por: Plaza, J. (2018).

1.5.1.4 Alimentación de ganado vacuno

Adicional a los caballos, también se va a contar con ganado vacuno, una de las actividades que se ha planificado realizar con ese elemento, es la de alimentarlos, la cual va complementada con la oportunidad de utilizar la leche que producen para el taller que facilitará la elaboración de quesos. En cuanto al alimento que se manejará será el forraje, este tiene que estar maduro, porque de esta manera la fibra aumenta. Los visitantes podrán estar en contacto con esta actividad pecuaria y participar.

Ilustración A.13 Actividad: alimentación de ganado vacuno



Tomada por: Plaza, J. (2018).

1.5.1.5 Fotografía

La fotografía comprende una amplia clasificación, la que se quiere ofrecer al visitante es la fotografía enfocada en la naturaleza, enmarcando los paisajes, animales e instalaciones que va a poseer la hacienda. Se centrará en aspectos estéticos y el aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la hacienda al máximo. De esta manera las personas que estén dispuestas a realizar esta actividad podrán tener una experiencia relativamente diferente.

1.5.1.6 Taller de ordeño y elaboración de queso

Aprovechando los recursos con los que se cuenta, se llevarán a cabo los talleres de ordeñar vacas y la posterior elaboración de queso. El primero se llevará a cabo en el corral destinado para el ganado vacuno y el segundo aprovechará las instalaciones que corresponde a la cocina. Ambas estarán continuamente supervisadas, y el resultado del mismo se brindará como recuerdo a los visitantes, también se exhibirán algunos otros productos derivados para la venta.

Ilustración A.14 Actividad: Taller de ordeño y elaboración de queso

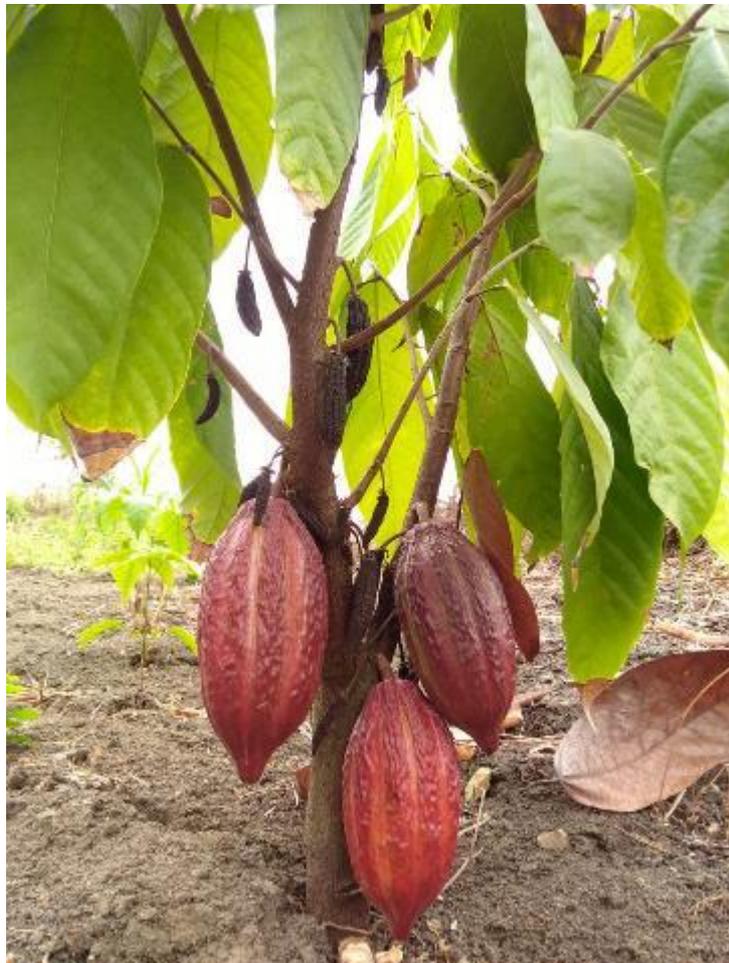


Tomada por: Plaza, J. (2018).

1.5.1.7 Taller de elaboración de chocolate

La hacienda cuenta con un extenso cultivo de cacao, una vez que los turistas hayan hecho la actividad de recolección de frutos, y se tenga la materia prima suficiente, se realizará esta actividad. El espacio a aprovechar es nuevamente en la cocina, se brindará un taller para que los visitantes puedan observar y participar activamente en la producción de derivados de cacao. De manera similar todos los productos obtenidos del taller, que se puede simplificar como cocina vivencial, serán entregados a los visitantes. De forma paralela se podrán en venta productos similares, como recuerdos.

Ilustración A.15 Actividad: Taller de elaboración de chocolate



Tomada por: Plaza, J. (2018).

1.5.1.8 Disfrute de gastronomía típica

Como referencia de lo que espera el consumidor potencial, se debe tener en cuenta la implementación de servicios de alimentación. Para esto se debe contar con la infraestructura adecuada, y la metodología correcta para el diseño de la cocina, además del personal adecuado para estas labores. Algo que se tiene que considerar es el llevar a cabo talleres de cocina vivencial, utilizando la materia prima que se produce en el terreno y con la finalidad de aprovechar al máximo las instalaciones e incentivar a los visitantes a involucrarse en tareas cotidianas de la hacienda.

1.6. Valor agregado de las actividades agroturísticas

Como complemento a las actividades ya planteadas, se identificó el valor agregado del proyecto de manera general. En base a esto se establecieron tres ejes principales:

- **Experiencia vivencial:** a diferencia de lo que oferta gran parte de la competencia, donde todo se encuentra completamente trabajado y enfocado en complacer al turista, hasta el punto de perder el significado real de las actividades agroturísticas. En la hacienda San Agustín se enfocará las actividades de manera tradicional y vivencia, es decir, todos los visitantes tendrán un acercamiento real a las actividades que se están ofertando.
- **Asesoría permanente:** Si bien la competencia presenta un valor más económico, no cuentan con una asesoría permanente para estas. En la mayoría de las actividades exceptuando la de fotografía, los visitantes contarán con una persona capacitada para guiarlos y resolver todas sus dudas.
- **Integración de la comunidad:** Se tiene previsto que la plantilla de trabajadores sean parte de la sociedad de Paján, con la finalidad de que el proyecto genere dinamismo en el sector económico de la ciudad.

1.7. Objetivos de las actividades propuestas

Tabla A.13 Objetivos de las actividades

Actividades	Objetivo	Producto a ofrecer
Caminatas	Incentivar a los visitantes a realizar actividad física mientras disfrutan del paisaje.	
Paseos a caballo	Realizar un recorrido recreativo aprovechando a los equinos y fomentando vínculos entre estos y los visitantes.	
Recolección de frutos de temporada	Promover el uso de frutos de temporada en la elaboración de la alimentación de los visitantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Ciruelas • Mangos • Cacao • Limones, guineos
Alimentación de ganado vacuno	Acercar a los visitantes a las tareas cotidianas que se realizan en el sector agrario.	
Fotografía	Aprovechar la belleza paisajística con la que cuenta la hacienda.	
Taller de ordeño y elaboración de queso	Experimentar el proceso de elaboración de quesos desde el ordeño hasta la elaboración casera.	<ul style="list-style-type: none"> • Queso criollo
Taller de elaboración de chocolate	Crear una experiencia vivencial en la que el visitante pueda fabricar su propio chocolate.	<ul style="list-style-type: none"> • Tabletas de chocolate
Disfrute de gastronomía típica	Degustar platos que sean elaborados acorde a las tradiciones gastronómicas de Manabí.	

Fuente: Elaboración propia (2019).

1.8. Consideraciones para llevar a cabo las actividades propuestas

Tabla A.14 Consideraciones para realizar las actividades propuestas

Actividades	Tiempo estimado	Espacios e instalaciones	Responsables	Temporada	Observaciones
Caminatas	1 hora y 30	Señalética Sendero Guianza Camino de alrededor de 1km de largo	Guía de recorrido local	Invierno/Verano	Se deben adecuar los senderos. Capacitar a las personas responsables de esta actividad. Los visitantes deben llevar la indumentaria adecuada, repelente y bloqueador solar.
Paseos a caballo	1 a 2 horas	Guianza Corral Sendero Equipamiento Camino alrededor de 1 km de largo	Cuidador de caballos	Invierno/verano	Los equinos deben contar con excelente salud y mantener un cronograma de higiene. Elaborar un manual de procesos a seguir, ara saber cómo actuar en caso de una emergencia.
Recolección de frutos de temporada	2 a 3 horas	Guianza Cestos para la recolección	Guía de recorrido local Trabajador del agro	Invierno/verano	Se necesita que los senderos estén adecuados y la señalética clara para los visitantes.

Alimentación de ganado vacuno	1 a 2 horas	Ganado vacuno Alimentos para el ganado Corral Abrevadero	Vaquero	Invierno/verano	Mantener una adecuada asepsia en el corral que corresponde al ganado vacuno.
Fotografía	1 a 2 horas	Cámara fotográfica o dispositivo móvil		Invierno/verano	Contar con una persona que maneje teoría fotográfica y tenga práctica en el área. Se recomienda contar con un set de cámaras fotográficas pero también ser capaz de enseñarles a los visitantes a hacer fotos de calidad con sus smartphones.
Taller de ordeño y elaboración de queso	3 a 4 horas	Cocina equipada Ganado vacuno Corral para el ganado	Vaquero Chef de cocina	Invierno/verano	Implementar un manual de seguridad alimentaria. Llevar un inventario adecuado para facilitar el control. Implementar venta de suvenires basados en esta actividad.
Taller de elaboración de chocolate	3 a 4 horas	Cocina equipada Materia prima: cacao Personal especializado	Chocolatier	Invierno/verano	Implementar un manual de seguridad alimentaria. Llevar un inventario adecuado para facilitar el control.

					Implementar venta de suvenires basados en esta actividad.
Disfrute de gastronomía típica	2 a 3 horas	Cocina equipada Inventario de alimentos Personal especializado	Cocinero tradicional	Invierno/verano	Capacitación al personal para llevar a cabo talleres de cocina vivencial y elaboración de menús tradicionales.

Fuente: Elaboración propia (2018).

Bibliografía

- Arias, A., Salazar, J., Moreira, A. & Ramos, F. (2017). Percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece Manta, un análisis previo al 16A. *ECA Sinergia*, 8(1), 131-144.
- GAD Municipal de Guayaquil. (2018). Guayaquil lidera el turismo en el país con el mayor número de turistas nacionales y extranjeros. Recuperado de <https://guayaquil.gob.ec/noticias-actuales/3199>
- El Diario. (2013). 600 mil turistas llegan a Manabí cada año. Recuperado de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/268245-600-mil-turistas-llegan-a-manabi-cada-ano/>
- Gobierno Cantonal de Paján. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Paján. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360001280001_DOCUMENTO%20PRELIMINAR-PDYOT-PAJAN-2015_16-03-2015_23-55-15.pdf
- Numa, S. (2016). Planificación turística [Material del aula]. Análisis FODA, Escuela Superior politécnica del Litoral, Guayaquil.

APÉNDICE B

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Definición del servicio

La hacienda San Agustín, se convertirá en una empresa turística, diseñada para brindar actividades que se basan en el agroturismo y al mismo tiempo entregar el confort y las medidas de seguridad necesarias. Este servicio se ofrecerá al mercado ecuatoriano en general, pero enfocándose en la relevancia los centros de distribución más cercanos que son: Guayaquil, Manta y Portoviejo. A largo plazo se pretende brindar el servicio a los turistas internacionales

2.2 Problemas que genera la idea del negocio

Los principales problemas que surgen al momento de generada la idea de negocio se enfocan en la parte de inversión inicial. La hacienda necesita una inversión relativamente elevada para poder funcionar y nada asegura al cien por ciento que se vaya a poder recuperar dicha inversión. A su vez, en el país no existe una demanda masificada de actividades que se encasillan en el agroturismo, por lo cual se debe trabajar objetivamente en las estrategias de marketing para llegar a los posibles consumidores y posicionar al negocio como la principal opción para los turistas nacionales que deseen adentrarse en esta modalidad del turismo.

2.3. Análisis de la oferta

2.3.1 Competencia directa

Dentro de la competencia directa, encontramos empresas que ya están posicionadas a nivel nacional en el campo del agroturismo. A continuación se detallará la forma de negocio de cada una de ellas:

- Hacienda La Danesa

Esta hacienda turística se encuentra ubicada a una hora en carro de Guayaquil, entre Naranjito y Bucay, cuenta con 500 hectáreas, además de disfrutar de diversas actividades dentro de la hacienda (ciclismo, tubing en río, ordeño en el jardín, plantación de cacao, senderismo, degustaciones, cabalgatas, apicultura, alojamiento), los visitantes pueden realizar excursiones a las Ruinas de Ingapirca y a La Nariz del Diablo. Manejan un precio que va desde los \$67 hasta los \$160. Cuenta con un página web dónde se pueden hacer reservas y ofrecen el 15% de descuento si las personas se subscriben a su boletín de noticias (Hacienda La Danesa, 2018).

Ilustración B.1 Hacienda La Danesa



Obtenido de haciendaladanesa.com (2018).

- Finca La Gloria

Es una finca turística que se encuentra ubicada en el km 51.8 en vía a la costa, ciudad de Guayaquil. Cuenta con una página web y la gastronomía que oferta se basa en platos tradicionales costeños y sabores manabitas. Entre las actividades que ofertan se encuentran: natación, paintball, paseos a caballo, aseos en bote, alojamiento y camping, senderismo y los visitantes pueden jugar fútbol, básquet y vóley. También se permite contratar el espacio para eventos sociales (Finca La Gloria, 2018).

Ilustración B.2 Finca La Gloria



Obtenida de fincalagloria.com.ec (2018)

- Hacienda Las Habras

Esta hacienda se encuentra en Colimes, provincia del Guayas, en la vía que conduce a Olmedo, no oferta alojamiento, pero resulta sumamente atractiva en la época en que florecen los Guayacanes, esto al comienzo del invierno en el mes de Diciembre. La visitan tanto turistas nacionales como internacionales, en paralelo al disfrute paisajístico también se llevan a cabo las actividades de ciclismo, paseo a caballo, observar aves, y la visita a un museo que alberga objetos tradicionales, todo esto se complementa con la degustación de una gastronomía variada. Todo el recorrido a la hacienda dura una hora. Los valores de ingreso que manejan son de \$3 para adultos y \$1,50 para niños. No disponen de una página web oficial. (El Tiempo, 2018).

Ilustración B.3 Hacienda Las Habras



Obtenido de El tiempo, 2018

- Mundo Pachakay (Hacienda San Rafael)

Antes conocida como Hacienda San Rafael. Relanzada durante el 2018, como Mundo Pachakay, parque agroturístico. Se encuentra ubicada en el Km 86, de la vía Naranjito, exactamente en la autopista que comunica Naranjito y Bucay. Oferta las siguientes actividades: paseos a caballo, ciclismo, senderismo, kayak, canopy, canchas de fútbol, vistazo de animales de granja, talleres (cacao, cuajo de queso), producción de caña de azúcar, huerto, campo de meditación y camping.

Su horario de atención es de sábados, domingos y feriados: de 9:00 a 18:00 y de lunes a viernes, solamente bajo reservas. Manejan tres tipos de paquetes: básico, full y VIP (Mundo Pachakay.com, 2019).

Tabla B.1 Paquetes Mundo Pachakay

Básico	\$10	Botes y kayaks a remo /Ping-pong y Fútbolín. Juegos infantiles con canopy/Canchas de fútbol. Vistazo de animales de granja/Wifi.
Full	\$15	Botes y kayaks a remo /Ping-pong y Fútbolín. Juegos infantiles con canopy/Canchas de fútbol. Vistazo de animales de granja/Wifi. Bicicletas/pared de escalada/rutas a caballo.
VIP	\$25	Botes y kayaks a remo /Ping-pong y Fútbolín. Juegos infantiles con canopy/Canchas de fútbol. Vistazo de animales de granja/Wifi. Bicicletas/pared de escalada/rutas a caballo. Plato fuerte y bebida.

Elaboración propia en base a la página web: pachakay.com (2019).

Ilustración B.4 Parque agroturístico Mundo Pachakay

The infographic features a central logo for Pachakay Parque Agroturístico, which consists of a stylized sun and leaves above the name. Surrounding the logo are six icons representing different services: two wine glasses for 'Celebraciones', a steaming bowl for 'Gastronomía', a table with a lamp for 'Eventos', a compass for 'Aventura', a family with a dog for 'Día en Familia', and a mountain range for 'Naturaleza'. A central text block describes the park's sustainable business model and its commitment to local suppliers.

Celebraciones

Gastronomía

Eventos

Aventura

Día en Familia

Naturaleza

Pachakay
Parque Agroturístico

“ El parque presenta un modelo de negocio sostenible enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial, integramos a los comuneros de la zona como nuestros principales proveedores de todo lo que el parque necesita desde insumos, alimentos o bebidas, etc. De esta manera reforzamos las oportunidades de trabajo y al mismo tiempo certificamos que todos los productos que ofrecemos tengan los sabores propios de la región”

Obtenido de Pachakay.com (2019).

Ilustración B.5 Interior Parque agroturístico Mundo Pachakay.



Obtenido de Pachakay.com (2019).

2.4 Análisis de la demanda

2.4.1 Potenciales clientes

Para poder definir a los potenciales clientes para nuestro servicio, se tomaron en cuenta las siguientes características:

- Turistas nacionales, enfocándose en los tres centros de distribución cercanos: Guayaquil, Portoviejo y Manta.
- Personas que se encuentran en un rango de edad entre los 20 y 74 años
- Que disfruten de actividades que se realizan en el medio rural, y que implican la ejecución de actividad física.
- Familias y grupos de amigos que viajen regularmente.
- Capacidad adquisitiva media, que permita correr con los gastos para realizar las actividades al interior de la hacienda.

2.4.2 Estimación de la demanda

La base de la demanda esperada por la Hacienda San Agustín la constituyen los habitantes de los centros emisores de turismo más importantes y cercanos a ella. De ahí que, se utilizan las cifras poblaciones de Portoviejo, Manta y Guayaquil, propuestas por el INEC (2010) en los Fascículos Provinciales de Guayas y Manabí, como eje de las estimaciones. Una vez establecida la base, se realizan los cálculos respectivos para limitar la demanda al segmento objetivo.

Como factores de limitación se han considerado:

- f. Edad.-** Se ha contemplado a los habitantes en edades comprendidas entre los 20 y 64 años. El porcentaje de población que cumple dicha característica se ha estimado en base a los datos propuestos para las Provincias de Manabí y Guayas por el INEC (2010).

Ilustración B.6 Población de Manabí por edades.

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	3.972	0,3%	1.199	0,1%
De 90 a 94 años	4.329	0,4%	2.535	0,2%
De 85 a 89años	6.709	0,6%	6.210	0,5%
De 80 a 84 años	9.645	0,8%	10.965	0,8%
De 75 a 79 años	14.081	1,2%	15.455	1,1%
De 70 a 74 años	18.515	1,6%	23.903	1,7%
De 65 a 69 años	16.117	1,4%	22.093	1,6%
De 60 a 64 años	35.399	3,0%	45.262	3,3%
De 55 a 59 años	31.151	2,6%	49.601	3,6%
De 50 a 54 años	44.468	3,7%	58.076	4,2%
De 45 a 49años	51.673	4,4%	69.125	5,0%
De 40 a 44 años	62.588	5,3%	78.986	5,8%
De 35 a 39 años	71.929	6,1%	89.027	6,5%
De 30 a 34 años	83.208	7,0%	97.221	7,1%
De 25 a 29 años	90.078	7,6%	105.362	7,7%
De 20 a 24 años	110.428	9,3%	116.080	8,5%
De 15 a 19 años	119.861	10,1%	135.662	9,9%
De 10 a 14 años	137.446	11,6%	152.584	11,1%
De 5 a 9 años	137.265	11,6%	150.953	11,0%
De 0 a 4 años	137.163	11,6%	139.481	10,2%
Total	1.186.025	100,0%	1.369.780	100,0%

51,7%

Fuente: INEC (2010)

Ilustración B.7 Población de Guayas por edades

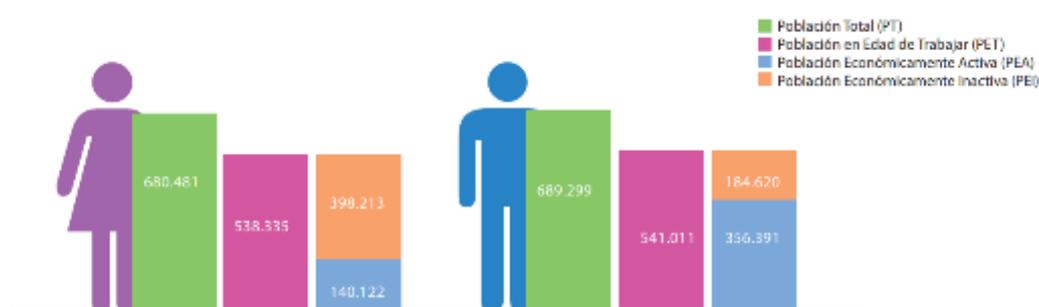
Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

55,3%

Fuente: INEC (2010)

- g. Actividad económica.-** Se ha contemplado a los habitantes que se cuentan dentro de la población económicamente activa. El porcentaje de población que cumple dicha característica se ha estimado en base a los datos propuestos para las Provincias de Guayas y Manabí por el INEC (2010).

Ilustración B.8 Estructura de la población económicamente activa en Manabí

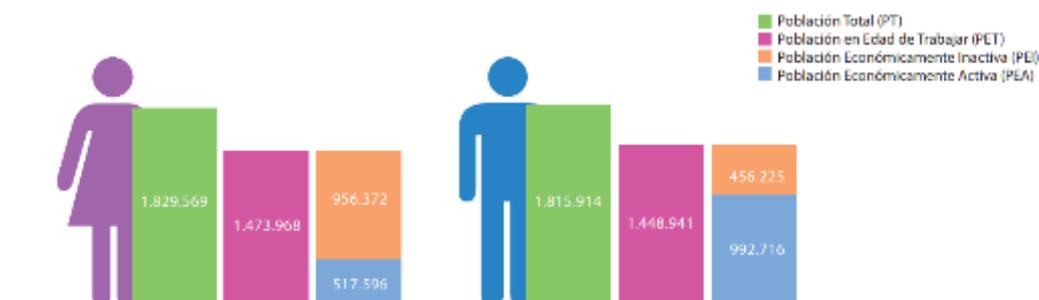


Fuente: INEC (2010)

De acuerdo a esto:

$$(140.122 + 356.391) \times 100 / 1'369.780 = 36,2 \%$$

Ilustración B.9 Estructura de la población económicamente activa en Guayas



Fuente: INEC (2010)

De acuerdo a esto:

$$(517.596 + 992.716) \times 100 / 3'645.483 = 41,4 \%$$

- h. Medio.-** Se ha contemplado a los habitantes que residen en el medio urbano, infiriendo que existe en ellos un interés latente por conocer e

involucrarse en el medio rural. El porcentaje de población que cumple dicha característica se ha estimado en base a los datos propuestos por el INEC (2001) en los Fascículos Cantonales de Portoviejo, Manta y Guayaquil.

Ilustración B.10 Referencias a la población urbana de Portoviejo.

La población del Cantón PORTOVIEJO, según el Censo del 2001, representa el 20,1% del total de la Provincia de Manabí; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 1,5 % promedio anual. El 27,9 % de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43,1% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Fuente: INEC (2001)

Ilustración B.11 Referencia a la población urbana de Manta.

La población del Cantón MANTA, según el Censo del 2001, representa el 16,2 % del total de la Provincia de Manabí; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 3,4 % promedio anual. El 4,8% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 42,3 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Fuente: INEC (2001)

Ilustración B.12 Referencia a la población urbana de Guayaquil.

La población del Cantón GUAYAQUIL, según el Censo del 2001, representa el 61,6 % del total de la Provincia del Guayas; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,4 % promedio anual. El 2,7 % de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 39,0 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Fuente: INEC (2001)

- i. **Intereses.**- Se ha contemplado a los habitantes que tienen interés en la práctica de actividades agroturísticas dentro de una hacienda. El porcentaje de población que cumple dicha característica se ha estimado en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercados realizada como parte de este estudio.
- j. **Ingresos.** Se ha contemplado a los habitantes que perciben ingresos económicos superiores al sueldo básico (\$386). El porcentaje de población que cumple dicha característica se ha estimado en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercados realizada como parte de este estudio.

Una vez aplicados los factores de limitación, se ha determinado una demanda potencial de 197.400 personas.

Tabla B.2 Estimación de la demanda potencial para la Hacienda San Agustín.

	<i>Portoviejo</i>	<i>Manta</i>	<i>Guayaquil</i>
Población total	280.029	226.477	2'350.915
% población entre 20 y 64 años de edad	51,7%	51,7%	55,3%
Población entre 20 y 64 años de edad	144.775	117.089	1'300.056
% población económicamente activa	36,2%	36,2%	41,4%
Población económicamente activa	52.409	42.386	538.223
% Población urbana	72,1%	95,2%	97,3%
Población urbana	37.787	40.352	523.691
Total	601.830		
% población con interés en el agroturismo	82%		
Población interesada en agroturismo	493.500		
% de población que percibe ingresos económicos superiores al sueldo básico	40%		
Población con ingresos económicos superiores al sueldo básico	197.400		
Demanda potencial total	197.400		

Fuente: Elaboración propia (2018).

Llegados a este punto, es preciso considerar que no toda la demanda potencial se convertirá en efectiva. De ahí que, para el primer año de operaciones de la Hacienda San Agustín, se proyecta una captación de la demanda conservadora equivalente al 0,3 % del total de la misma. En esta línea, se proyecta un aumento del 0,1 % para el segundo año, seguido de un aumento sostenido del 0,2% anual para los siguientes 3 períodos. Como resultado se estima que, para el año 5, la Hacienda San Agustín habrá hecho efectiva el 1% de la demanda potencial.

Dicho lo anterior, y para una estimación más precisa de la demanda efectiva esperada, se considera también la tasa neta de crecimiento poblacional del Ecuador en los cálculos. El mencionado valor es una proyección realizada por el método de regresión lineal simple, a partir de las estadísticas de los últimos 10 años provistas por el Banco Mundial (2018). Incorporando estos datos, se obtiene:

Tabla B.3 Proyección de la tasa neta de crecimiento poblacional del Ecuador hasta 2024.

<i>Año</i>	<i>Tasa</i>
2009	1,67
2010	1,64
2011	1,61
2012	1,58
2013	1,56
2014	1,53
2015	1,51
2016	1,48
2017	1,45
2018	1,42
2019	1,40
2020	1,37
2021	1,34
2022	1,32
2023	1,29
2024	1,26

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Banco Mundial (2018).

Tabla B.4 Estimación de la demanda efectiva mensual estándar para la Hacienda San Agustín.

Año	Demanda potencial	Tasa de crecimiento poblacional	Demanda potencial ajustada	% demanda efectiva esperada	Demanda efectiva esperada	Demanda efectiva mensual estándar esperada
1 (2020)	197.400	1,37 %	200.104	0,3 %	600	50
2 (2021)		1,34 %	202.785	0,4 %	811	67
3 (2022)		1,32 %	205.462	0,6 %	1.232	102
4 (2023)		1,29 %	208.113	0,8 %	1.664	138
5 (2024)		1,26 %	210.735	1,0 %	2.107	175

Fuente: Elaboración propia (2018).

Adicionalmente, se considera la estacionalidad como un factor inherente a la actividad turística que condiciona la demanda efectiva mensual esperada. Así, se proyecta una demanda alta durante los meses de marzo y abril (período vacacional ciclo costa), una demanda regular durante los meses de mayo a diciembre y una temporada baja durante el mes de enero y febrero. Incorporando estas consideraciones, se obtiene:

Tabla B.5 Estimación de la demanda efectiva anual para la Hacienda San Agustín, en concordancia con la estacionalidad

Año	Demanda efectiva mensual estándar esperada	Temporada alta (100%)	Temporada regular (70%)	Temporada baja (40%)	Demanda efectiva anual esperada
1 (2020)	50	50	35	20	420
2 (2021)	67	67	47	26	562
3 (2022)	102	102	71	40	852
4 (2023)	138	138	96	55	1.154
5 (2024)	175	175	122	70	1.466

Fuente: Elaboración propia (2018).

Finalmente, se estima la demanda para cada uno de los paquetes de visita, teniendo en cuenta que el 95% de los turistas interesados en desarrollar actividades dentro de haciendas agroturísticas requiere del servicio de hospedaje, según la investigación de mercado realizada.

Tabla B.6 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 1.

Año	Mes												Demanda anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1 (2020)	19	19	47	47	33	33	33	33	33	33	33	33	396
2 (2021)	24 + 8	24 + 8	63 + 8	63 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	44 + 8	622
3 (2022)	38 + 8	38 + 8	72 + 8	72 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	67 + 8	852
4 (2023)	52 + 8	52 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	920
5 (2024)	66 + 8	66 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	72 + 8	944

Fuente: Elaboración propia (2018).

Tabla B.7 Demanda efectiva mensual para la Hacienda San Agustín. Paquete de visita 2.

Año	Mes												Demanda anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1 (2020)	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	24
2 (2021)	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3 (2022)	2	2	5 + 13	5 + 13	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4 (2023)	3	3	7 + 30	7 + 30	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	5 + 10	200
5 (2024)	4	4	9 + 47	9 + 47	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	6 + 22	344

Fuente: Elaboración propia (2018).

De lo anterior se debe anotar que, la demanda estimada para cada paquete de visita considera:

1. Las operaciones se limitan a los fines de semana (viernes, sábado y domingo).
2. La casa de huéspedes admite un máximo de 8 personas alojadas por día.
3. El 50% de la demanda del paquete de visita 1 que no puede acceder al mismo debido al límite en la capacidad de hospedaje, optará por el paquete de visita 2.
4. A partir del segundo año, durante cada mes, se espera hospedar un grupo de 8 integrantes en días de semana.

2.5 Análisis de los precios

Los precios de visita a la Hacienda San Agustín se establecen considerando:

- Tipo de visita y servicios incluidos.
- Valor agregado que aporta el producto turístico.
- Cobertura de costos.
- Precio de productos similares ofertados por la competencia.

Tabla B.6 Precios referenciales por paquete de visita a la Hacienda San Agustín.

Tipo de visita	Precio referencial
<p style="text-align: center;"><i>Full day</i></p> <p>Incluye: Acceso a todas las actividades, productos que se elaboren en los talleres y almuerzo.</p>	\$55
<p style="text-align: center;"><i>Estadía</i></p> <p>Incluye: Acceso a todas las actividades, productos que se elaboren en los talleres, almuerzo, merienda, desayuno y hospedaje.</p>	\$120

Elaboración propia (2018).

2.6 Análisis del sector

Basándose en la investigación bibliográfica y la revisión realizada de la competencia directa, se puede afirmar que a pesar de que existe una mediana oferta de lugares que ofrecen actividades agroturísticas estas no cumplen con lo que se ha determinado teóricamente que debe ser un sitio que se ha autodefinido como ofertante de esta tipología del turismo. En la mayoría de estos lugares, se pueden observar actividades relacionadas a eventos sociales y el llevar a cabo deportes que no tienen un vínculo estrecho con las actividades tradicionales que se realizan en el agro.

De manera macro el Ministerio de Turismo durante el 2018 ha manifestado un gran interés en incentivar el agroturismo en el país. Se encuentra en desarrollo el “plan nacional para el agroturismo”, ya se impartieron 7 talleres a escala nacional cuyo objetivo principal fue potenciar esta actividad. En cuanto a los precios que se cobran en las haciendas y fincas, estos se vinculan directamente a las facilidades y a la exclusividad de cada sitio, estos van desde \$1,50 el ingreso a niños en el caso de la hacienda Las Habras que se caracteriza por la apreciación de los Guayacanes florecidos a \$120 en la hacienda La Danesa que presenta un elevado grado de exclusividad.

2.7 Comercialización del servicio

2.7.1 Promoción y comunicación

Considerando todas las características con las que contará el servicio, el comportamiento de los consumidores potenciales, así como el precio que se ha determinado, se han concebido las siguientes estrategias de promoción y comunicación.

- Para la construcción de la marca, que tiene la finalidad de posicionar a la hacienda en el imaginario de los potenciales clientes, se elaboró un imagotipo. Esto quiere decir una imagen acompañada del nombre de la hacienda. La construcción de este, consistió en el perfil de un caballo y una vaca combinados y en color blanco con un fondo café, estos

animales son de extrema relevancia para realizar actividades agrícolas. En la parte inferior se encuentra el nombre de la hacienda. Todo esto combinado en colores café y verde que hacen una clara referencia a la tierra y a la vegetación que nace de ella.

Ilustración B.13 Imagotipo de Hacienda San Agustín



Elaborado por Indacochea, N. (2018).

- La estrategia de promoción y comunicación adecuada para el servicio, estará basada en lo que se conoce como marketing directo. Utilizando el Internet como medio de promoción y acercamiento a los consumidores. Un hecho innegable es el alto nivel de globalización y uso de herramientas tecnológicas que imperan en la sociedad actualmente. Es necesaria la creación de una página web que diversifique su contenido en las principales redes sociales (Instagram y Facebook) usadas por los consumidores, no está de más, usar como soporte la plataforma de YouTube.

- Se hace especial hincapié en el social media, se debe crear un contenido innovador ya que serán los principales canales de promoción. Se hará uso de Instagram Advertising y Facebook Ads. Aunque no se debe descartar el uso de medios tradicionales a largo plazo, cuando ya esté posicionada la hacienda en el mercado agroturístico.
- En el dominio de la página web, se debe desarrollar la opción de pago por medio de las principales tarjetas de débito y crédito, así como un espacio para sugerencias y calificación del servicio, lo cual creará un soporte y garantizará la experiencia a los nuevos clientes.
- Se deben crear alianzas estratégicas con el departamento de turismo del Cantón Paján para abrir canales de promoción. No se debe dejar a un lado las principales operadoras turísticas en Guayaquil, Manta y Portoviejo, para que en una fase más avanzada del proyecto se pueda atraer sobre todo a turistas internacionales.
- Como primer paso para dar a conocer la Hacienda se tiene proyectado hacer una convocatoria de medios y organizar fam trips a operadoras, agencias de desarrollo y promoción de destinos.

2.8 Investigación de mercado

4.42.8.1 Definición del problema.

2.8.1.1 Problema de decisión administrativa.

¿Se debe invertir recursos en el desarrollo de un producto agroturístico en el cantón Paján?

2.8.1.2 Problema de investigación de mercados.

Verificar que existe una demanda latente de productos agroturísticos en las ciudades más importantes cercanas a Paján.

2.8.2 Objetivo General.

Conocer la demanda y el perfil de habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil interesados en el agroturismo, a fin de diseñar un plan de actividades viable que potencie la Hacienda “San Agustín”, ubicada en el cantón Paján, provincia de Manabí.

2.8.3 Objetivos específicos.

1. Determinar el porcentaje de habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil que tienen interés en participar de actividades agroturísticas dentro de una hacienda.
2. Establecer las características demográficas y tendencias de viaje que mantienen los habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil interesados en la práctica de actividades agroturísticas.
3. Identificar las principales actividades y facilidades relacionadas con agroturismo demandadas por los habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil.

2.8.4 Determinación de las fuentes de información.

2.8.4.1 Fuentes de información primaria.

Como fuente de información primaria se hace uso de una encuesta online, orientada a una muestra representativa de los habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil, en edades comprendidas entre los 20 y 74 años.

2.8.4.2 Fuentes de información secundaria.

Como fuente de información secundaria se hace uso de las estadísticas poblacionales para Ecuador presentadas por el INEC, mismas que permiten conocer el número oficial de habitantes que posee cada ciudad objeto de estudio y organizar una muestra representativa de ellas. La información revisada corresponde a:

INEC. (2010). Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo Provincial del Guayas. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC. (2010). Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo Provincial de Manabí. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

2.8.5 Hipótesis.

2.8.5.1 Hipótesis general.

La Hacienda “San Agustín” puede captar una importante cantidad de visitantes y turistas provenientes de Portoviejo, Manta y Guayaquil, si conforma y oferta un producto agroturístico atractivo.

2.8.5.2 Hipótesis específicas.

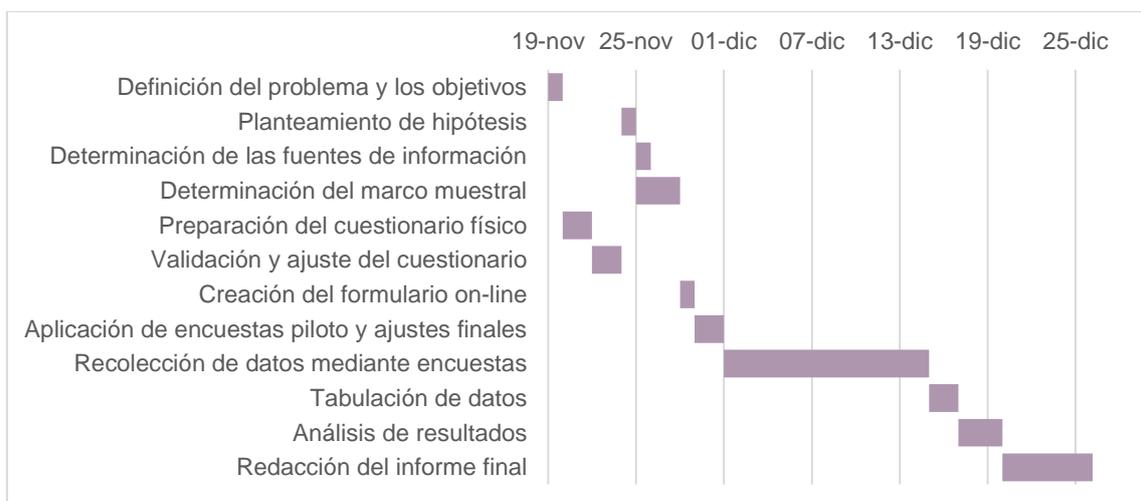
1. La visita a sitios especializados en agroturismo no es una actividad muy común. Se estima que menos del 25% de los encuestados tienen experiencias previas en dicha modalidad de turismo.
2. El nivel de interés que genera un producto agroturístico es alto. Se estima que más del 50% de los encuestados está dispuesto a desarrollar actividades agroturísticas dentro de una hacienda.
3. Las personas interesadas en realizar actividades agroturísticas no están dispuestas a viajar por mucho tiempo para acceder al lugar que las oferta. Se estima que alrededor del 80% de los encuestados viajaría un máximo de 4 horas para visitar una hacienda agroturística.
4. El disfrute de gastronomía típica, los paseos a caballo, los talleres de elaboración de queso y ordeño de vacas son las actividades que generan mayor interés en los encuestados.
5. El servicio de internet y hospedaje dentro de una hacienda agroturística no son facilidades indispensables.
6. La mayor parte de las personas interesadas en realizar actividades agroturísticas están dispuestas a pagar solo entre 10 y 15 dólares por

acceder a ellas. Se estima que alrededor del 50% de los encuestados considera conveniente dicho rango de precio.

7. La demanda de alojamiento dentro de una hacienda agroturística es baja. Se estima que, de los encuestados interesados en realizar actividades agroturísticas, solo el 10% requiere el servicio. De estos, la mayor parte con una estadía máxima de una noche y una predisposición de pago de entre 5 y 10 dólares.
8. La mayor parte de los encuestados conoce el cantón Paján. Se estima que más del 60% de las personas consultadas identifican el sitio objeto de intervención, dada la cercanía con sus lugares de residencia.
9. Pocos encuestados realizan sus viajes de esparcimiento entre días de semana (lunes-viernes). Se estima que cerca del 90% de los encuestados concretan sus viajes en fines de semana, vacaciones y feriados, siendo sus familiares su principal compañía.
10. Las redes sociales son el medio de comunicación más utilizado. Se estima que un alto número de encuestados conoce nuevos productos turísticos a través de ellas, siendo Facebook una de las más populares.

2.8.6 Planeación de la investigación.

Gráfico B.1 Planeación de la investigación (cronograma de actividades).



Fuente: Elaboración propia (2018)

La recolección de información primaria se realiza mediante un formulario online, previamente testeado, en un tiempo estimado de dos semanas. A continuación, se utilizan dos días para tabular los datos recopilados, previo a su análisis. Este último, con una duración de tres días. Finalmente, se trabaja en la redacción del informe final durante una semana, con lo que se concluye la investigación de mercados.

2.8.7 Encuesta.

La encuesta utilizada en la presente investigación está integrada por un total de 20 preguntas, en su mayoría de opción múltiple, y organizada en 5 secciones.

- Primera, orientada a recopilar datos demográficos.
- Segunda, destinada a indagar experiencias previas en el agroturismo.
- Tercera, usada para determinar el interés en la idea básica de la propuesta y actuar como filtro.
- Cuarta, enfocada en conocer gustos y preferencias respecto a la práctica de actividades agroturísticas y, finalmente
- Quinta, diseñada para determinar en qué medida los encuestados conocen el lugar en que se plantea ejecutar el proyecto y ahondar en sus tendencias de viaje.

2.8.7.1 Modelo de encuesta (preguntas y secciones).

El modelo de encuesta utilizado en la recolección de información se desarrolló en la plataforma *Google Forms*, con una estructura similar a la que se presenta a continuación:

El modelo de encuesta utilizado en la recolección de información se desarrolló en la plataforma *Google Forms*, con una estructura similar a la que se presenta a continuación:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
PROYECTOS TURÍSTICOS

FCSH

Objetivo: Conocer la demanda y el perfil de habitantes de Portoviejo, Manta y Guayaquil interesados en el agroturismo, a fin de diseñar un plan de actividades agroturísticas viable que potencie la Hacienda “San Agustín”, ubicada en el cantón Paján, provincia de Manabí.

DATOS

Encuestador:

Fecha:

Indicaciones: Lea detenidamente cada pregunta e indique/seleccione la respuesta correspondiente. La información proporcionada será confidencial y tendrá un uso netamente académico.

¡Gracias por su cooperación!

1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

11 a 19 años

25 a 60 años

20 a 24 años

Más de 60 años

3. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Portoviejo

Guayaquil

Manta

4. ¿Cuál es su ocupación?

5. ¿Qué margen de ingreso mensual percibe?

Sin ingresos

Entre 601 y 800 dólares

Hasta 386 dólares

Entre 801 y 1.000 dólares

Entre 387 y 600 dólares

Más de 1.000 dólares

Referencia: El agroturismo es una modalidad de turismo en la que se visita haciendas/fincas rurales que ofrecen la oportunidad y las comodidades necesarias para conocer e involucrarse en sus actividades productivas tradicionales.

6. ¿Ha visitado algún lugar especializado en agroturismo?

Sí

No

7. ¿Cuál es el nombre del lugar especializado en agroturismo que usted visitó?

8. ¿Estaría dispuesto a involucrarse en actividades agroturísticas dentro de una hacienda adecuada para dicho fin?

Sí

No

* Si la respuesta a esta pregunta es no, terminar la encuesta.

9. ¿Cuántas horas estaría dispuesto a viajar, desde su lugar de residencia, para visitar un sitio con una oferta agroturística estructurada?

1 a 2 horas

5 a 6 horas

3 a 4 horas

Más de 6 horas

10. De las actividades propuestas a continuación ¿cuáles le resultan más interesantes? (seleccione hasta 4 opciones)

Pesca en río

Alimentación de vacas y caballos

Recolección de frutos de temporada

Ordeño de vacas

Paseos a caballo

Elaboración de queso

Disfrute de gastronomía típica

Fotografía

Otra ¿cuál? _____

11. ¿Qué facilidades le resultaría indispensable encontrar dentro de una hacienda agroturística?

Hospedaje

Parqueo

Alimentación

Internet

Sección 2

Sección 3

Sección 4

- Señalética Otra ¿cuál? _____
- Guianza/asesoría

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar una hacienda y desarrollar actividades de agroturismo en ella?

- Entre 10 y 15 dólares Entre 30 y 35 dólares
- Entre 20 y 25 dólares Más de 35 dólares

13. ¿Le gustaría hospedarse dentro de una hacienda agroturística?

- Sí No

* Si la respuesta a esta pregunta es no, pasar a la pregunta 16.

14. ¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse?

- 1 noche 3 noches
- 2 noches Más de 4 noches

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de alojamiento por noche?

- Entre 5 y 10 dólares Entre 25 y 30 dólares
- Entre 15 y 20 dólares Más de 30 dólares

16. ¿Conoce usted el cantón Paján?

- Sí No

17. Usualmente ¿cuándo realiza sus viajes de esparcimiento?

- Entre días de semana (lun-vie) Fines de semana

Vacaciones

Feriados

18. ¿En compañía de quién realiza la mayor parte de sus viajes de esparcimiento?

Solo

Amigos

Pareja

Compañeros de trabajo

Familia

Otro ¿quién? _____

19. ¿Cuál es el principal medio de comunicación por el que usted conoce nuevos productos turísticos?

Medio televisivo

Boca-oreja

Radio

Internet

Periódico

Red social

Volantes

Otro ¿cuál? _____

Revistas

* Si la respuesta a esta pregunta es "red social", avanzar a la siguiente pregunta. Caso contrario, terminar la encuesta.

20. ¿Cuál es la red social por la que usted usualmente conoce nuevos productos turísticos?

Facebook

Pinterest

Instagram

Otra ¿cuál? _____

Twitter

Es importante recalcar que, el modelo de encuesta presentado es el resultado final de un proceso de validación, retroalimentación y ajustes, respaldado en revisiones y correcciones profesionales del cuestionario y aplicación de encuestas pilotos.

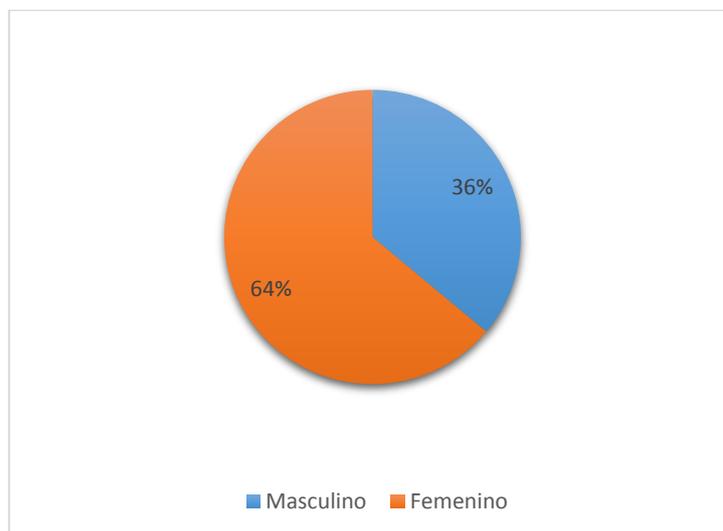
2.8.7.2 Codificación de las respuestas.

- En el caso de las preguntas dicotómicas, a las alternativas de respuesta SÍ y NO se asigna los valores numéricos 1 y 2 respectivamente.
- En el caso de las preguntas de opción múltiple, a cada alternativa se asigna un número natural desde 1 hasta n (número de opciones).
- En el caso de las preguntas abiertas, a las respuestas derivadas se las agrupa en conjuntos representativos a los que se asigna un número natural entre 1 y n (número de grupos resultantes).

2.8.7.3 Análisis de las encuestas.

Pregunta 1: *¿Cuál es su género?*

Gráfico B.2 Género

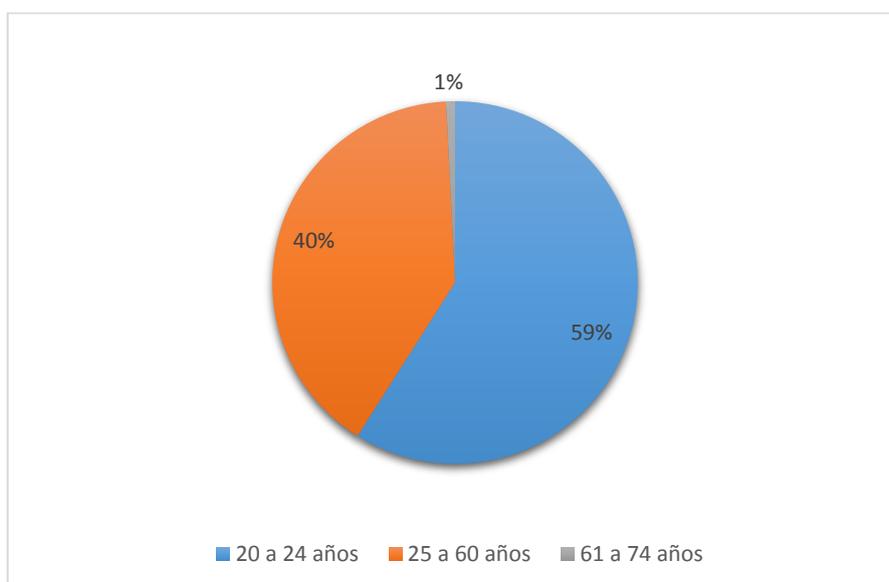


Fuente: Elaboración propia (2018)

La mayor parte de los encuestados (64%) responde al género femenino.

Pregunta 2: *¿En qué rango de edad se encuentra?*

Gráfico B.3 Rango de edad.

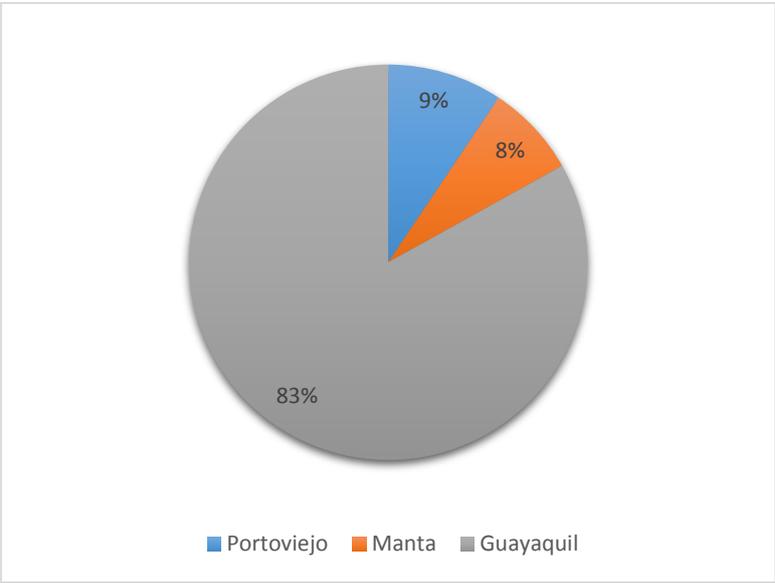


Fuente: Elaboración propia (2018)

El mayor porcentaje de los encuestados son jóvenes (59%) y adultos (40%).

Pregunta 3: *¿Cuál es su lugar de residencia?*

Gráfico B.4 Lugar de residencia.

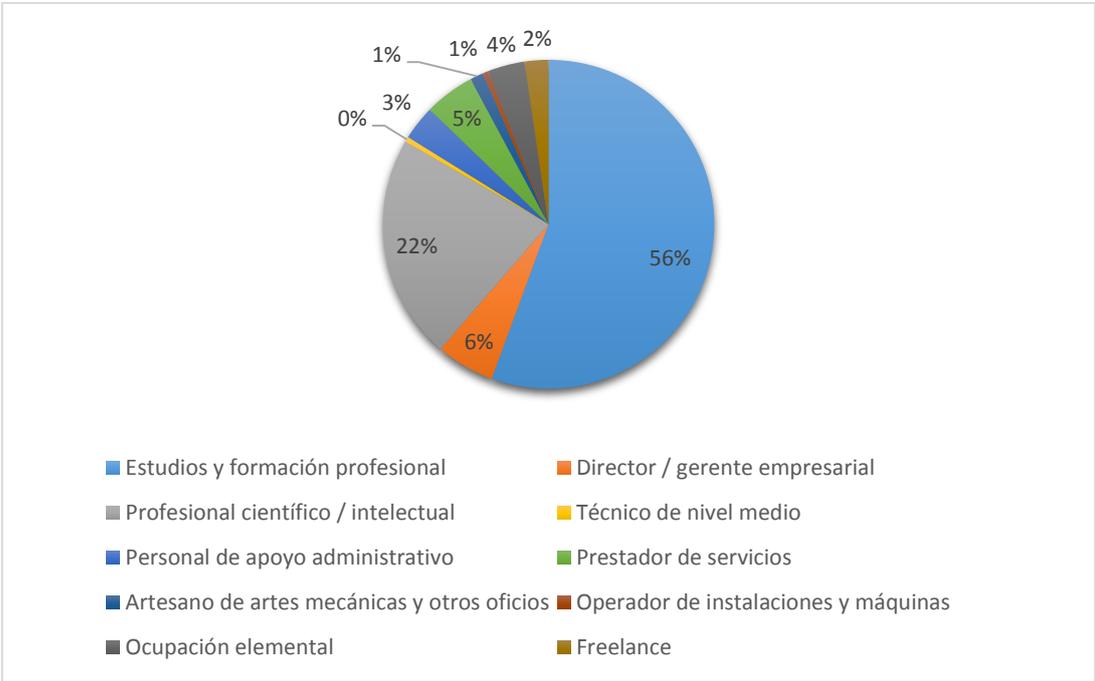


Fuente: Elaboración propia (2018)

El 83% de los encuestados residen en Guayaquil, mientras el restante 17% lo hace en Portoviejo (9%) y Manta (8%). Estos porcentajes se corresponden con su proporción poblacional.

Pregunta 4: ¿Cuál es su ocupación?

Gráfico B.5 Ocupación.



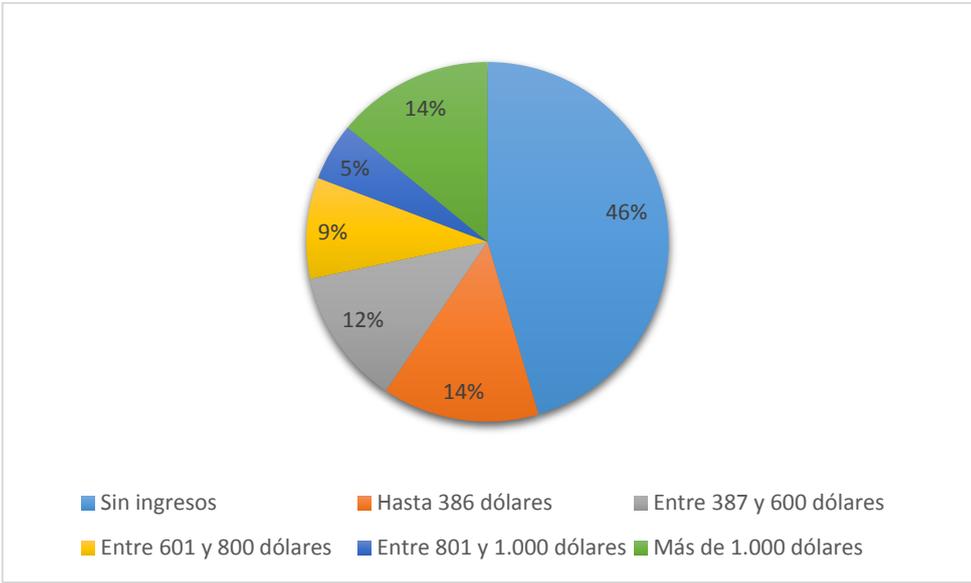
Fuente: Elaboración propia (2018)

El 56% de los encuestados se dedica a estudios y formación profesional, seguidos de un 22% de ellos que se desempeñan como profesionales científicos / intelectuales.

Con respecto a los grupos de ocupaciones presentados, se debe señalar que estos fueron organizados tomando como guía la Clasificación Nacional de Ocupaciones propuesta por el INEC (2012).

Pregunta 5. *¿Qué margen de ingreso mensual percibe?*

Gráfico B.6 Margen de ingreso mensual percibido.

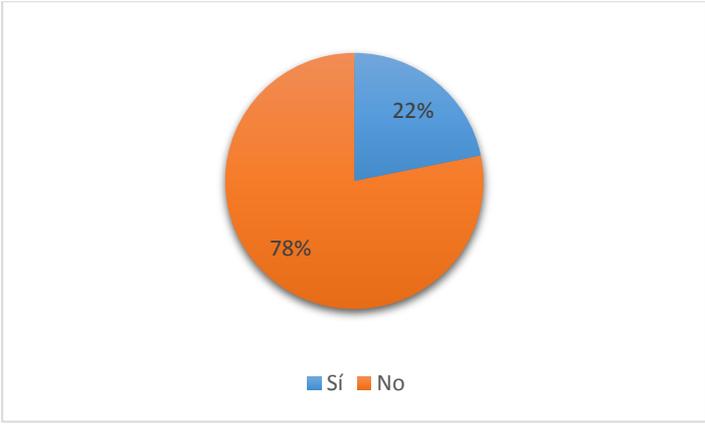


Fuente: Elaboración propia (2018)

El mayor porcentaje de encuestados (54%) señala percibir algún tipo de ingreso económico, el que se traduce en poder adquisitivo.

Pregunta 6: *¿Ha visitado algún lugar especializado en agroturismo?*

Gráfico B.7 Visita previa a lugares especializados en agroturismo

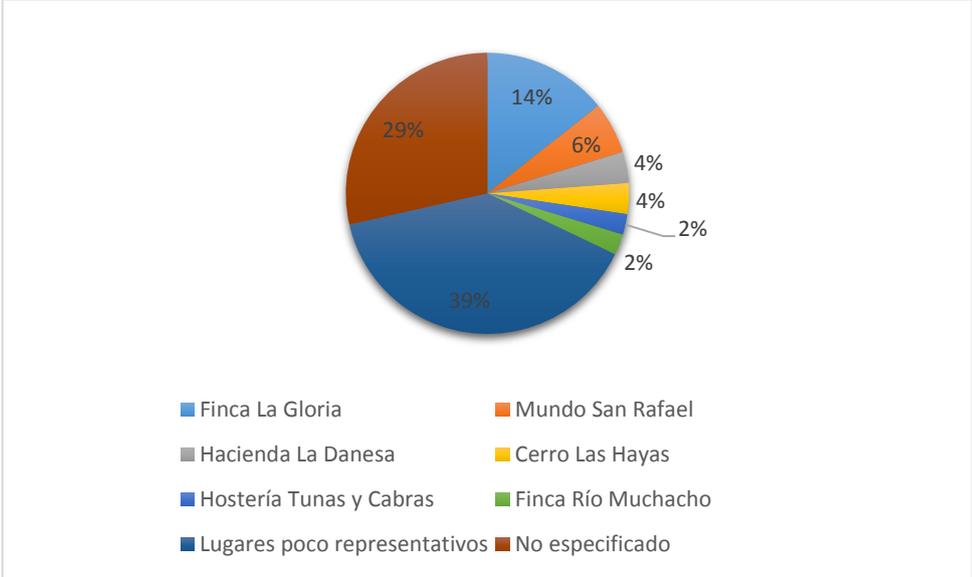


Fuente: Elaboración propia (2018)

El mayor porcentaje de los encuestados (78%) señala no haber visitado lugares especializados en agroturismo antes. Este resultado, desde el punto de vista de la oportunidad, es positivo dado que evidencia un mercado poco saturado.

Pregunta 7: *¿Cuál es el nombre del lugar especializado en agroturismo que usted visitó?*

Gráfico B.8 Lugares especializados en agroturismo visitados.

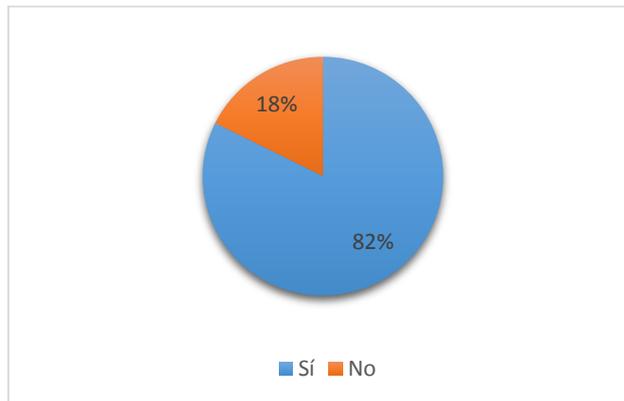


Fuente: Elaboración propia (2018)

De los lugares especializados en agroturismo visitados por los encuestados, Finca La Gloria (14%) y Mundo San Rafael (6%) son los espacios con un nombre posicionado mayormente frecuentados, por cuanto pueden considerarse una competencia directa.

Pregunta 8: *¿Estaría dispuesto a involucrarse en actividades agroturísticas dentro de una hacienda adecuada para dicho fin?*

Gráfico B.9 Predisposición a la práctica de actividades agroturísticas.

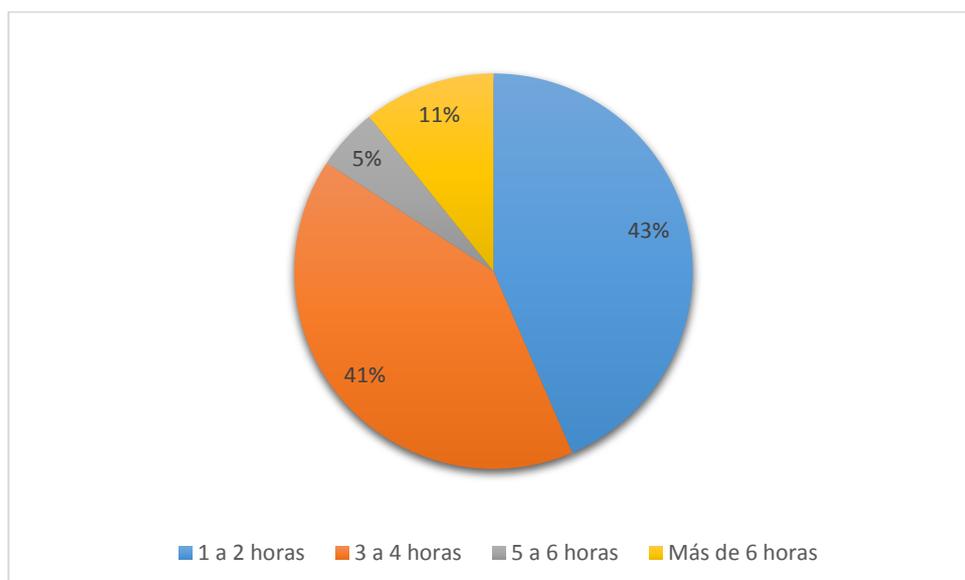


Fuente: Elaboración propia (2018)

El 82% de los encuestados demuestran interés en la práctica de actividades agroturísticas dentro de una hacienda. En este sentido, se puede esperar una importante demanda de dicho tipo de productos.

Pregunta 9. *¿Cuántas horas estaría dispuesto a viajar, desde su lugar de residencia, para visitar un sitio con una oferta agroturística estructurada?*

Gráfico B.10 Horas de viaje aceptables para acceder a un producto agroturístico.

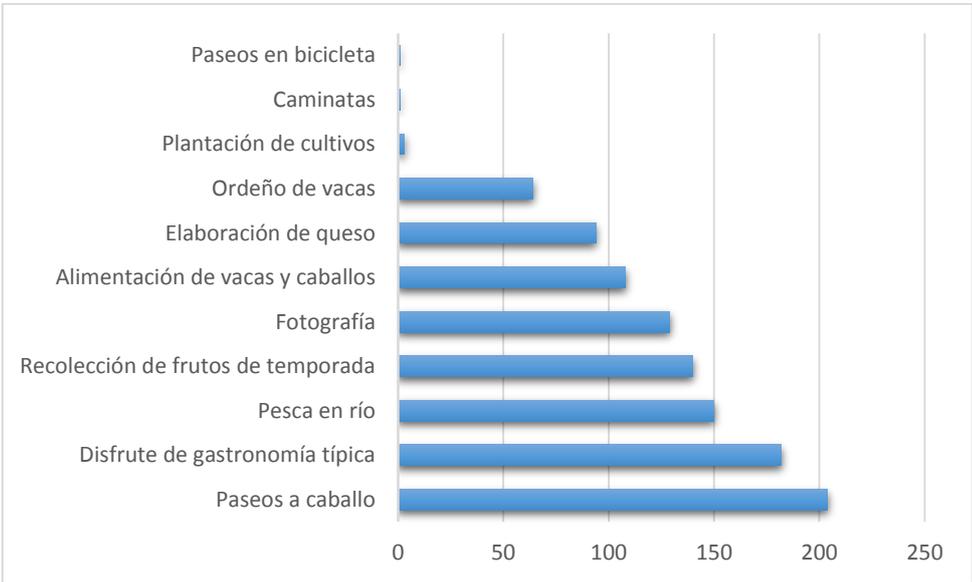


Fuente: Elaboración propia (2018)

El 83% de los encuestados que están dispuestos a involucrarse en actividades agroturísticas no viajarían por más de 4 horas para acceder a ellas. De este resultado, se puede inferir que los productos agroturísticos con mayor cercanía a la demanda tienen mayores oportunidades de ser visitados.

Pregunta 10: *De las actividades propuestas a continuación ¿cuáles le resultan más atractivas?*

Gráfico B.11 Actividades agroturísticas más atractivas.

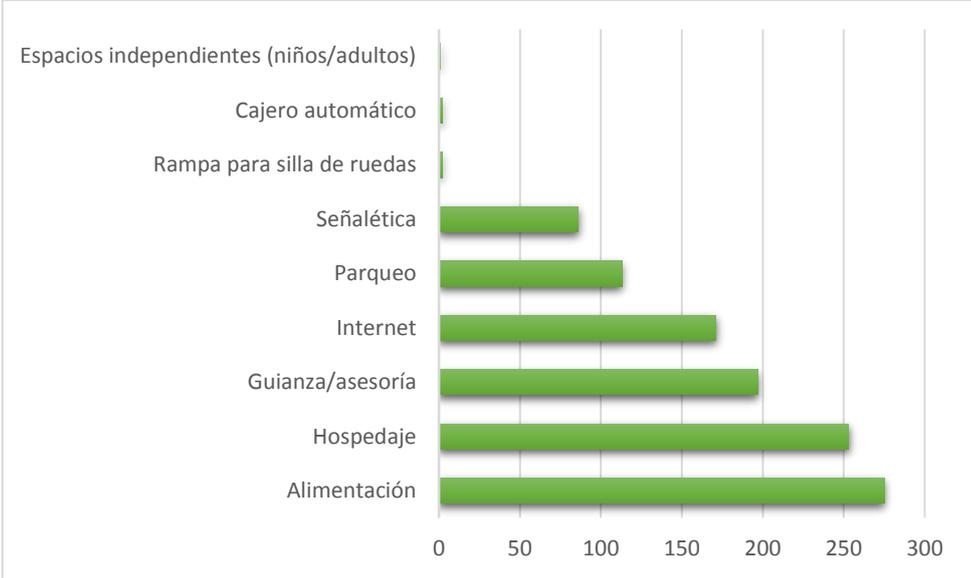


Fuente: Elaboración propia (2018)

Los paseos a caballo, disfrute de gastronomía típica, pesca en río y recolección de frutos de temporada son las actividades de mayor atractivo para los encuestados. Se concluye que cualquier producto agroturístico que las integre dentro de su oferta, tendrá una buena acogida.

Pregunta 11: *¿Qué facilidades le resultaría indispensable encontrar dentro de una hacienda agroturística?*

Gráfico B.12 Facilidades indispensables dentro de una hacienda agroturística.

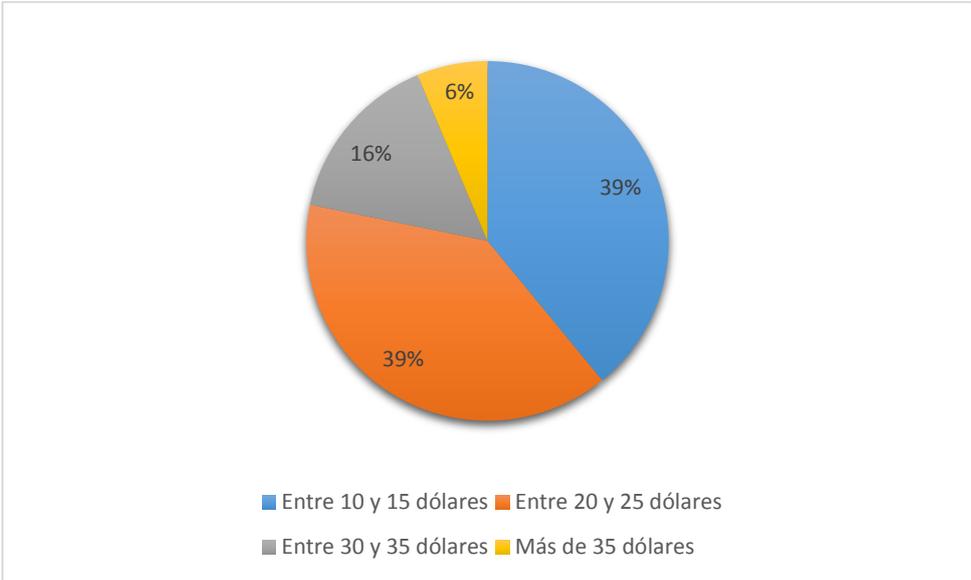


Fuente: Elaboración propia (2018)

Para los encuestados es indispensable que una hacienda agroturística cuente con los servicios de alimentación, hospedaje, guianza e internet.

Pregunta 12: *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar una hacienda y desarrollar actividades de agroturismo en ella?*

Gráfico B.13 Predisposición de pago por visitar una hacienda agroturística.

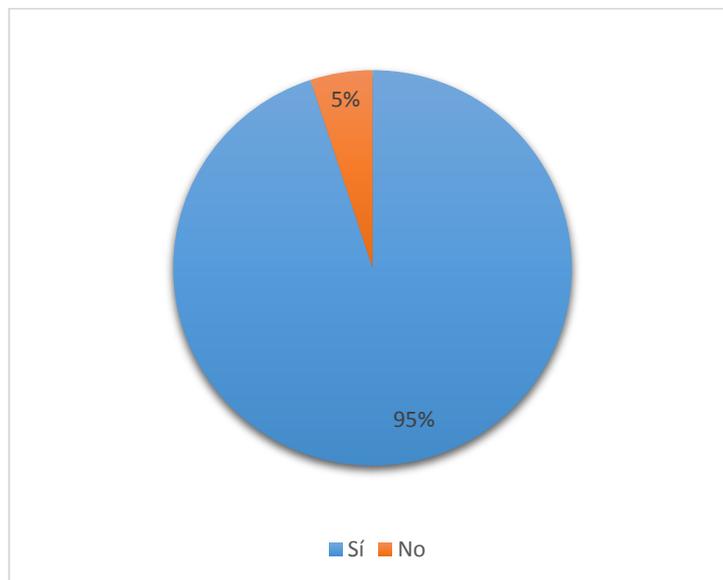


Fuente: Elaboración propia (2018)

El valor que los encuestados están dispuestos a pagar por visitar una hacienda agroturística se ubica entre 10 y 15 dólares (39%) y 20 y 25 dólares (39%). Estos valores, si bien es cierto son referenciales y varían en función de la calidad del producto que finalmente se pretende entregar, deben ser considerados en la asignación del precio de la visita.

Pregunta 13: *¿Le gustaría hospedarse dentro de una hacienda agroturística?*

Gráfico B.14 Demanda de hospedaje dentro de una hacienda agroturística.

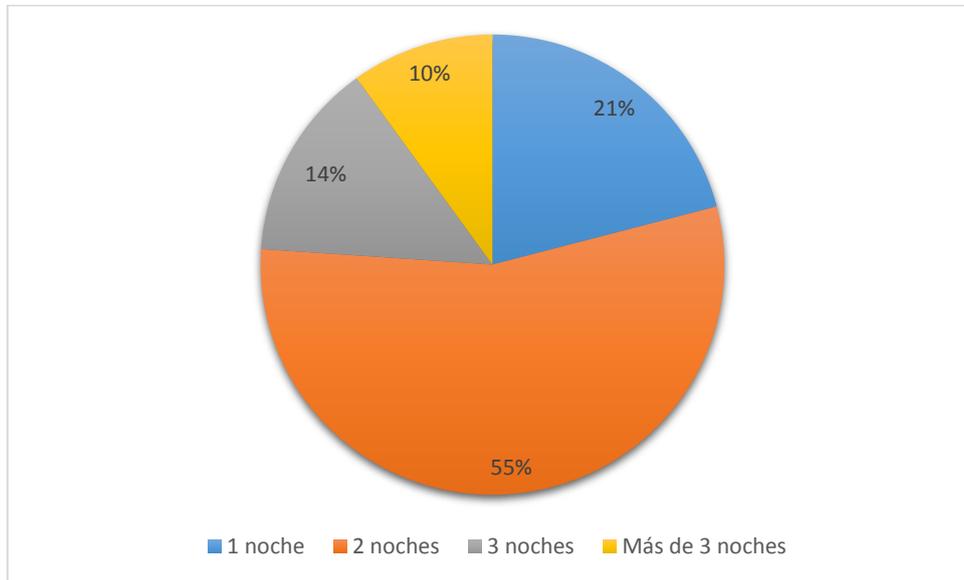


Fuente: Elaboración propia (2018)

El 95% de los encuestados dispuestos a involucrarse en actividades agroturísticas dentro de una hacienda, están dispuestos a hospedarse en ella. Por tanto, la provisión del servicio de alojamiento es vital.

Pregunta 14: *¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse?*

Gráfico B.15 Noches de hospedaje dentro de una hacienda agroturística.

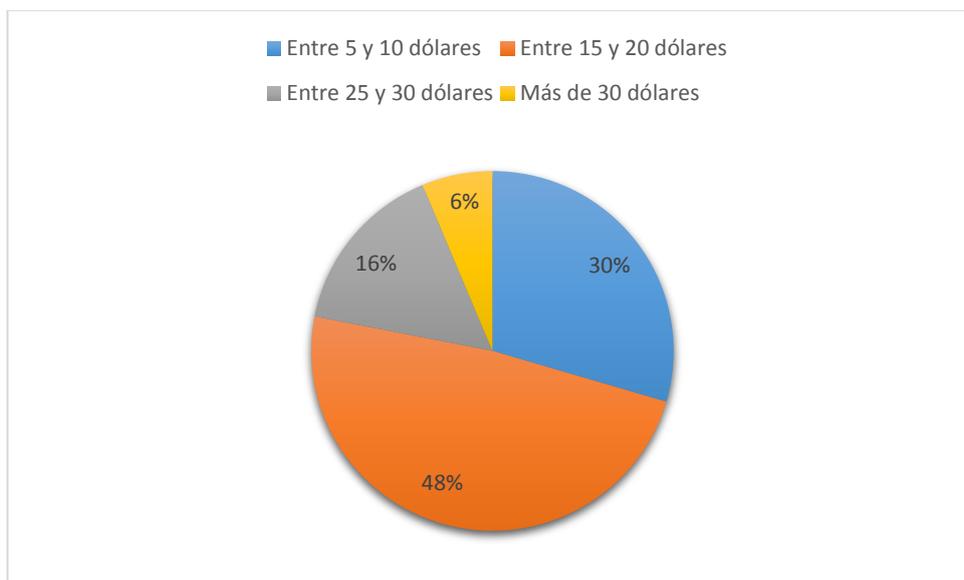


Fuente: Elaboración propia (2018)

La mayor parte de las personas que demandan el servicio de alojamiento dentro de una hacienda están dispuestas a hospedarse hasta 2 noches en la misma.

Pregunta 15: *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de alojamiento?*

Gráfico B.16 Predisposición de pago por alojamiento en hacienda agroturística.

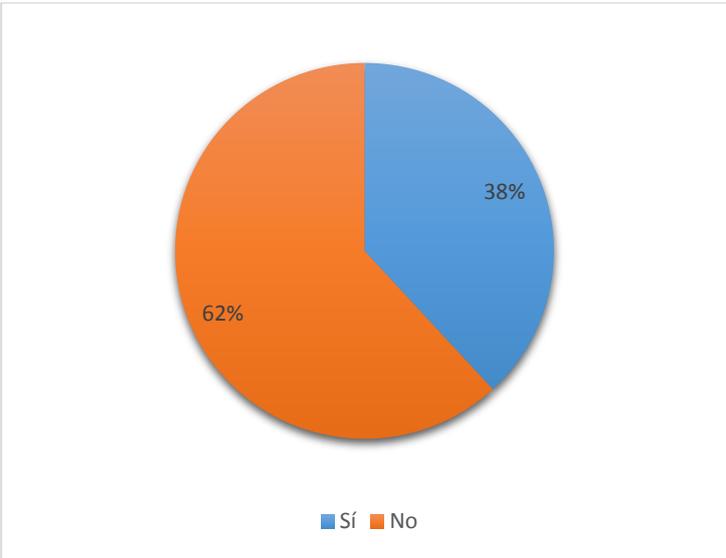


Fuente: Elaboración propia (2018)

El valor que los encuestados están dispuestos a pagar por hospedarse en una hacienda agroturística se ubica entre 10 y 15 dólares (30%) y 20 y 25 dólares (48%).

Pregunta 16: *¿Conoce usted el cantón Paján?*

Gráfico B.17 Identificación del cantón Paján.

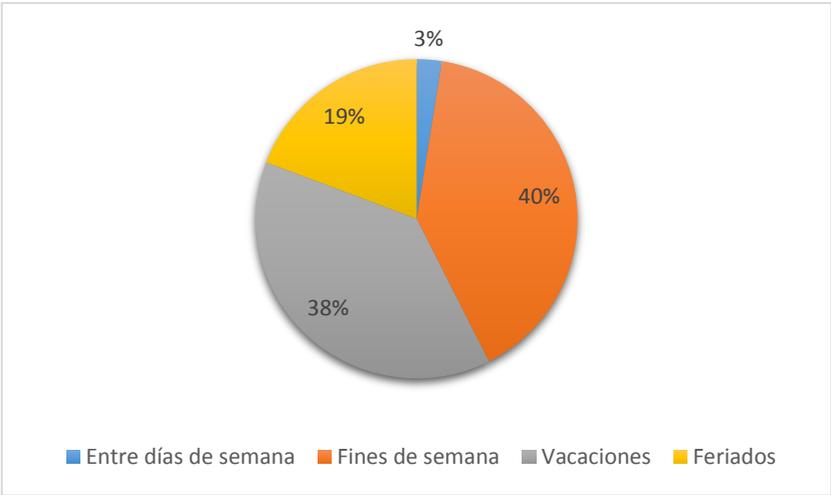


Fuente: Elaboración propia (2018)

Gran parte de los encuestados (62%) no conocen el cantón Paján, lugar donde se pretende ejecutar el proyecto. De manera que, también debe trabajarse en difusión del sitio.

Pregunta 17: Usualmente ¿Cuándo realiza sus viajes de esparcimiento?

Gráfico B.18 Momento de ejecución de viajes de esparcimiento.

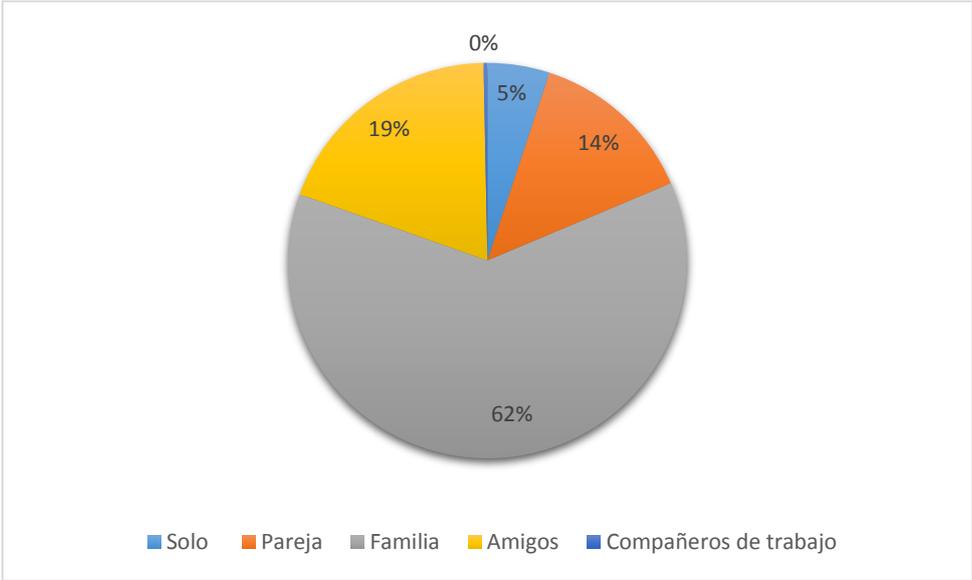


Fuente: Elaboración propia (2018)

Un escaso porcentaje de personas (3%) realizan sus viajes de esparcimiento entre días de semana (lunes a viernes). Esto sugiere que, a menos que se realicen acciones que motiven fuertemente la visita durante estos días, la demanda de lunes a viernes sería nula y las operaciones poco rentables.

Pregunta 18: ¿En compañía de quién realiza la mayor parte de sus viajes?

Gráfico B.19 Compañía durante un viaje de esparcimiento.

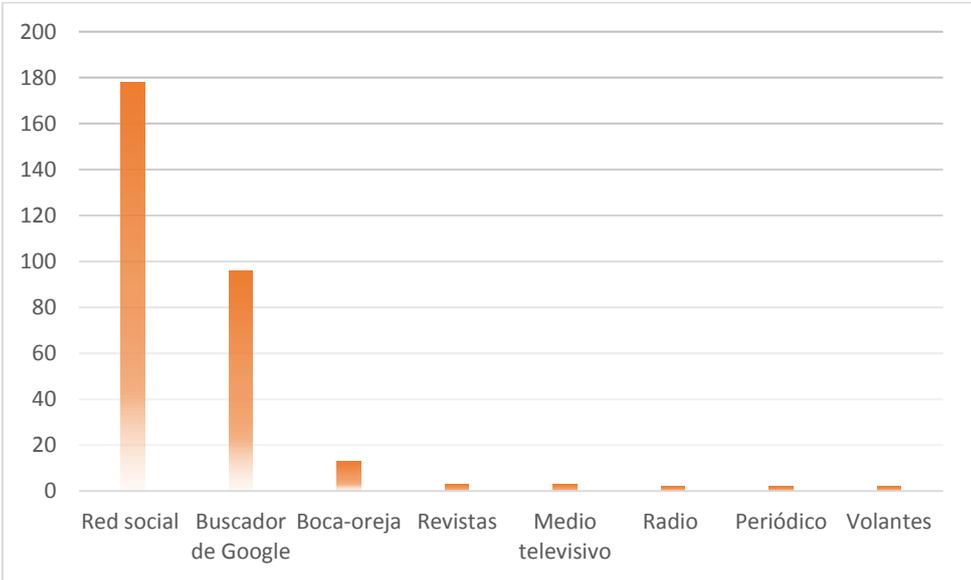


Fuente: Elaboración propia (2018)

La mayor parte de los encuestados (62%) realiza sus viajes de esparcimiento en compañía de familiares. Esta tendencia es positiva para el proyecto, dado que el producto en desarrollo es de tipo familiar.

Pregunta 19: *¿Cuál es el principal medio de comunicación por el que usted conoce nuevos productos turísticos?*

Gráfico B.20 Medios de comunicación utilizados en el descubrimiento de nuevos productos turísticos.

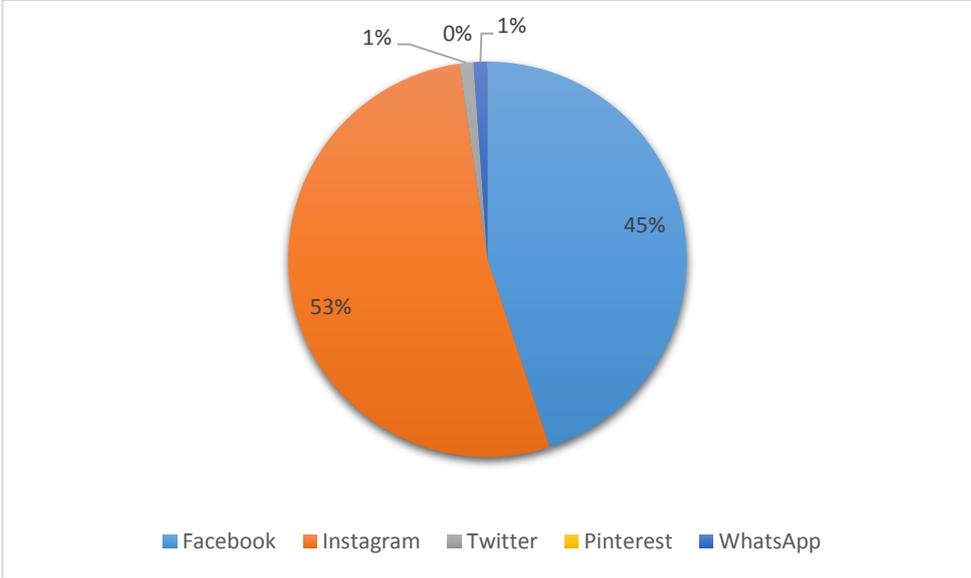


Fuente: Elaboración propia (2018)

El medio de comunicación más utilizado por los encuestados en el descubrimiento de nuevos productos turísticos son las redes sociales. Acorde con ello, este sería el medio óptimo de promoción y difusión de una hacienda agroturística.

Pregunta 20: *¿Cuál es la red social por la que usted usualmente conoce nuevos productos turísticos?*

Gráfico B.21 Red social más utilizada en el descubrimiento de productos turísticos



Fuente: Elaboración propia (2018)

Instagram (53%) y Facebook (45%) son las redes sociales de mayor uso en el descubrimiento de nuevos productos turísticos. Por tanto, su uso debe ser imperativo en la promoción del producto en desarrollo.

2.8.8 Revisión de hipótesis.

A fin de precisar si se aceptan o rechazan las hipótesis planteadas, se revisan y contrastan sus enunciados con los resultados obtenidos del análisis de las encuestas.

2.8.8.1 Hipótesis 1.

La visita a sitios especializados en agroturismo no es una actividad muy común. Se estima que menos del 25% de los encuestados tienen experiencias previas en dicha modalidad de turismo.

Revisión.

Se acepta la hipótesis. Dado que, solo el 22% de los encuestados ha tenido experiencias previas relacionadas con el agroturismo.

2.8.8.2 Hipótesis 2.

El nivel de interés que genera un producto agroturístico es alto. Se estima que más del 50% de los encuestados está dispuesto a desarrollar actividades agroturísticas dentro de una hacienda.

Revisión.

Se acepta la hipótesis. Se encontró que el 82% de los encuestados están interesados en el desarrollo de actividades agroturísticas dentro de una hacienda.

2.8.8.3 Hipótesis 3.

Las personas interesadas en realizar actividades agroturísticas no están dispuestas a viajar por mucho tiempo para acceder al lugar que las oferta. Se estima que alrededor del 80% de los encuestados viajaría un máximo de 4 horas para visitar una hacienda agroturística.

Revisión.

Se acepta la hipótesis. 84% de los encuestados viajarían entre 1 y 4 horas para visitar una hacienda agroturística.

2.8.8.4 Hipótesis 4.

El disfrute de gastronomía típica, los paseos a caballo, los talleres de elaboración de queso y ordeño de vacas son las actividades que generan mayor interés en los encuestados.

Revisión.

Se rechaza la hipótesis. Los talleres de elaboración de queso y ordeño de vacas no figuran entre las 4 actividades de mayor interés para los encuestados. En su lugar, se detectó predilección por la pesca en río y la recolección de frutos de temporada.

2.8.8.5 Hipótesis 5.

El servicio de internet y hospedaje dentro de una hacienda agroturística no son facilidades indispensables.

Revisión.

Se rechaza la hipótesis. El servicio de internet y hospedaje son dos de las 4 facilidades más requeridas por los encuestados y, por tanto, son indispensables.

2.8.8.6 Hipótesis 6.

La mayor parte de las personas interesadas en realizar actividades agroturísticas están dispuestas a pagar solo entre 10 y 15 dólares por acceder a ellas. Se estima que alrededor del 50% de los encuestados considera conveniente dicho rango de precio.

Revisión.

Se rechaza la hipótesis. Solo el 39% de los encuestados considera acertado pagar entre 10 y 15 dólares por la práctica de actividades agroturísticas dentro de una hacienda.

2.8.8.7 Hipótesis 7.

La demanda de alojamiento dentro de una hacienda agroturística es baja. Se estima que, de los encuestados interesados en realizar actividades agroturísticas, solo el 10%

requiere el servicio. De estos, la mayor parte con una estadía máxima de una noche y una predisposición de pago de entre 5 y 10 dólares.

Revisión.

Se rechaza la hipótesis, en vista que el 95 % de los encuestados demanda el servicio de hospedaje. De estos, la mayor parte con una estadía de 2 noches y una predisposición de pago de entre 15 y 20 dólares.

2.8.8.8 Hipótesis 8.

La mayor parte de los encuestados conoce el cantón Paján. Se estima que más del 60% de las personas consultadas identifican el sitio objeto de intervención, dada la cercanía con sus lugares de residencia.

Revisión.

Se rechaza la hipótesis. Más del 62% de los encuestados señala no conocer el cantón Paján.

2.8.8.9 Hipótesis 9.

Pocos encuestados realizan sus viajes de esparcimiento entre días de semana (lunes-viernes). Se estima que cerca del 90% de los encuestados concretan sus viajes en fines de semana, vacaciones y feriados, siendo sus familiares su principal compañía.

Revisión.

Se acepta la hipótesis. El 97% de los encuestados concreta sus viajes de esparcimiento durante fines de semana, vacaciones y feriados, manteniendo a sus familiares como principal compañía.

2.8.8.10 Hipótesis 10.

Las redes sociales son el medio de comunicación más utilizado. Se estima que un alto número de encuestados conoce nuevos productos turísticos a través de ellas, siendo Facebook una de las más populares.

Revisión.

Se acepta la hipótesis. La mayor parte de los encuestados utilizan las redes sociales como medio de comunicación principal para conocer nuevos productos turísticos. De entre estas, Facebook e Instagram son las más populares.

2.8.9 Conclusiones.

- Portoviejo, Manta y Guayaquil constituyen centros emisores de turismo interno de gran importancia para la Hacienda San Agustín y como tal deben ser correctamente aprovechados. Esto se debe a que, un alto porcentaje de sus habitantes muestra predisposición a la práctica de actividades agroturísticas, base del producto que se plantea desarrollar y ofertar en el predio.
- Los jóvenes y adultos de Portoviejo, Manta y Guayaquil que perciben cualquier tipo de ingreso económico son el mercado objetivo ideal para la Hacienda San Agustín, dado que cuentan con poder adquisitivo para el respaldo de sus intenciones de consumo. De manera que, fácilmente pueden dejar de ser una demanda potencial para convertirse en una demanda efectiva. Adicionalmente, resulta imperativo aprovechar las tendencias de viaje que mantiene la demanda, a fin de predecir su comportamiento en relación al nuevo producto.
- La identificación de los gustos y necesidades del mercado objetivo de la Hacienda San Agustín, en relación al desarrollo de actividades agroturísticas, es vital para la integración de un producto agroturístico atractivo y de amplia aceptación. En este sentido, es oportuno incorporar dentro de la oferta las principales actividades y facilidades requeridas por la demanda, teniendo en consideración la configuración del terreno y los recursos existentes.

4.5 Bibliografía

- El tiempo. (2018). El florecimiento de los guayacanes, alternativa para el feriado. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/region/12/guayacanes-feriado>
- Finca La Gloria. (2018). Conéctate con la naturaleza. Obtenido de <http://fincalagloria.com.ec/>
- Hacienda La Danesa. (2017). Una histórica hacienda familiar. Recuperado de <https://www.haciendaladanesa.com/es/nosotros/>
- Hacienda San Rafael. (2016). Vive el mundo San Rafael. Obtenido de <https://twitter.com/sanrafaelec>
- Indacochea, N. (2018). Imagotipo de la Hacienda turística San Agustín. Estudiante de diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil.
- INEC. (2012). Clasificación Nacional de Ocupaciones (CIUO 08). Obtenido de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIUO%2008.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Agroturismo, estrategia que se trabaja con los actores de la industria turística nacional. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/agroturismo-estrategia-que-se-trabaja-con-los-actores-de-la-industria-turistica-nacional/>
- Pachakay.com (2018). Bienvenido a Pachakay. Obtenido de <https://www.pachakay.com/>

APÉNDICE C

3 ESTUDIO FINANCIERO

3.1 Balance de personal.

Este balance detalla la cantidad de personal requerido para entregar los servicios contemplados como parte de la propuesta, así como la remuneración correspondiente que cada uno percibe por concepto de sueldos y salarios.

Considerando que, existen fluctuaciones en la cantidad de personal requerido y el número de horas de trabajo conforme varía la demanda estimada, se presenta un balance anual por el tiempo de evaluación del proyecto.

Tabla C.1 Balance de personal Hacienda San Agustín: año 1.

Cargo	Plazas	Horas de trabajo diarias	Remuneración			
			Mensual unitaria (\$)	Anual unitaria (\$)	Beneficios de ley (\$)	Total (\$)
Mano de obra directa						
Cuidador de caballos	1	3	101,25	1.215,00	337,97	1.552,97
Trabajador del agro en cacao	1	3	101,84	1.222,05	339,93	1.561,98
Elaborador de queso	1	4	202,50	2.430,00	675,95	3.105,95
Chocolatier	1	3	61,64	739,69	205,76	945,45
Cocinero tradicional	3	2	41,02	492,20	136,91	1.887,36
Chef de cocina	1	3	61,64	739,69	205,76	945,45
Mesero polivalente	3	2	40,98	491,74	136,78	1.885,56
Recepcionista polivalente	1	10	204,89	2.458,68	683,92	3.142,60
Auditor	1	8	163,91	1.966,94	547,14	2.514,08

nocturno						
Ama de llaves polivalente	1	3	61,87	742,46	206,53	948,99
Guía de recorrido local	1	2	41,08	492,90	137,11	630,01
TOTAL						19.120,40
Mano de obra indirecta						
Guardia de seguridad	2	12	246,14	2.953,73	821,63	7.550,71
Encargado de limpieza general	1	3	101,25	1.215,00	337,97	1.552,97
Auxiliar de enfermería	1	8	171,22	2.054,64	571,53	2.626,17
TOTAL						11.729,86
					TOTAL	30.850,26

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2018).

Tabla C.2 Balance de personal Hacienda San Agustín: año 2.

Cargo	Plazas	Horas de trabajo diarias	Remuneración			
			Mensual unitaria (\$)	Anual unitaria (\$)	Beneficios de ley (\$)	Total (\$)
Mano de obra directa						
Cuidador de caballos	1	3	108,94	1.307,25	472,53	1.779,78
Trabajador del agro en cacao	1	3	109,55	1.314,65	475,20	1.789,86
Elaborador de queso	1	4	207,50	2.490,00	900,05	3.390,05
Chocolatier	1	3	68,40	820,83	296,70	1.117,54
Cocinero tradicional	3	2	45,52	546,22	197,44	2.230,99
Chef de cocina	1	3	68,40	820,83	296,70	1.117,54
Mesero polivalente	3	2	45,48	545,71	197,26	2.228,91

Recepcionista polivalente	1	10	227,38	2.728,57	986,29	3.714,86
Auditor nocturno	1	8	181,90	2.182,86	789,03	2.971,89
Ama de llaves polivalente	1	3	68,65	823,84	297,79	1.121,63
Guía de recorrido local	1	2	45,58	546,98	197,71	744,69
TOTAL						22.207,71
Mano de obra indirecta						
Guardia de seguridad	2	12	273,16	3.277,87	1.184,84	8.925,43
Encargado de limpieza general	1	3	108,94	1.307,25	472,53	1.779,78
Auxiliar de enfermería	1	8	189,82	2.277,86	823,37	3.101,23
TOTAL						13.806,43
TOTAL						36.014,15

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2018).

Tabla C.3 Balance de personal Hacienda San Agustín: año 3.

Cargo	Plazas	Horas de trabajo diarias	Remuneración			
			Mensual unitaria (\$)	Anual unitaria (\$)	Beneficios de ley (\$)	Total (\$)
Mano de obra directa						
Cuidador de caballos	1	3	111,56	1.338,75	483,91	1.822,66
Trabajador del agro en cacao	1	3	112,18	1.346,15	486,59	1.832,74
Elaborador de queso	1	4	212,50	2.550,00	921,74	3.471,74
Chocolatier	1	3	70,03	840,33	303,75	1.144,09
Cocinero tradicional	3	2	46,60	559,22	202,14	2.284,08
Chef de	1	3	70,03	840,33	303,75	1.144,09

cocina						
Mesero polivalente	3	2	46,56	558,71	201,96	2.282,01
Recepcionista polivalente	1	10	232,80	2.793,57	1.009,78	3.803,35
Auditor nocturno	1	8	186,24	2.234,86	807,83	3.042,68
Ama de llaves polivalente	1	3	70,28	843,34	304,84	1.148,17
Guía de recorrido local	1	2	46,66	559,98	202,41	762,39
TOTAL						22.738,01
Mano de obra indirecta						
Guardia de seguridad	2	12	279,66	3.355,87	1.213,04	9.137,82
Encargado de limpieza general	1	3	111,56	1.338,75	483,91	1.822,66
Auxiliar de enfermería	1	8	194,16	2.329,86	842,17	3.172,03
TOTAL						14.132,51
					TOTAL	36.870,51

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2018).

Tabla C.4 Balance de personal Hacienda San Agustín: año 4.

Cargo	Plazas	Horas de trabajo diarias	Remuneración			
			Mensual unitaria (\$)	Anual unitaria (\$)	Beneficios de ley (\$)	Total (\$)
Mano de obra directa						
Cuidador de caballos	1	3	114,19	1.370,25	495,30	1.865,55
Trabajador del agro en cacao	1	3	114,80	1.377,65	497,98	1.875,63
Elaborador de queso	1	4	217,50	2.610,00	943,43	3.553,43
Chocolatier	1	3	71,65	859,83	310,80	1.170,63

Cocinero tradicional	3	2	47,69	572,22	206,84	2.337,18
Chef de cocina	1	3	71,65	859,83	310,80	1.170,63
Mesero polivalente	3	2	47,64	571,71	206,66	2.335,11
Recepcionista polivalente	1	10	238,21	2.858,57	1.033,28	3.891,85
Auditor nocturno	1	8	190,57	2.286,86	826,62	3.113,48
Ama de llaves polivalente	1	3	71,90	862,84	311,89	1.174,72
Guía de recorrido local	1	2	47,75	572,98	207,11	780,09
TOTAL						23.268,30
Mano de obra indirecta						
Guardia de seguridad	2	12	286,16	3.433,87	1.241,23	9.350,20
Encargado de limpieza general	1	3	114,19	1.370,25	495,30	1.865,55
Auxiliar de enfermería	1	8	198,49	2.381,86	860,96	3.242,82
TOTAL						14.458,58
TOTAL						37.726,87

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2018).

Tabla C.5 Balance de personal Hacienda San Agustín: año 5.

Cargo	Plazas	Horas de trabajo diarias	Remuneración			
			Mensual unitaria (\$)	Anual unitaria (\$)	Beneficios de ley (\$)	Total (\$)
Mano de obra directa						
Cuidador de caballos	1	4	155,75	1.869,00	675,58	2.544,58
Trabajador del agro en cacao	1	3	117,43	1.409,15	509,36	1.918,51
Elaborador de	1	4	222,50	2.670,00	965,12	3.635,12

queso						
Chocolatier	1	3	73,28	879,33	317,85	1.197,18
Cocinero tradicional	3	2	48,77	585,22	211,54	2.390,28
Chef de cocina	1	3	73,28	879,33	317,85	1.197,18
Mesero polivalente	3	2	48,73	584,71	211,35	2.388,21
Recepcionista polivalente	1	10	243,63	2.923,57	1.056,77	3.980,34
Auditor nocturno	1	8	194,90	2.338,86	845,42	3.184,27
Ama de llaves polivalente	1	3	73,53	882,34	318,94	1.201,27
Guía de recorrido local	1	2	48,83	585,98	211,81	797,79
TOTAL						24.434,73
Mano de obra indirecta						
Guardia de seguridad	2	12	292,66	3.511,87	1.269,42	9.562,59
Encargado de limpieza general	1	3	116,81	1.401,75	506,69	1.908,44
Auxiliar de enfermería	1	8	202,82	2.433,86	879,76	3.313,62
TOTAL						14.784,65
TOTAL						39.219,38

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2018).

Es importante anotar que, las remuneraciones propuestas están basadas en los salarios referenciales mínimos sugeridos para cada actividad productiva por el Ministerio del Trabajo (2018) y se corresponden con los días operativos de la Hacienda. Además, dichos valores están ajustados considerando que existe un aumento salarial anual, proyectado mediante regresión lineal simple, y los beneficios de ley que corresponden a todo trabajador ecuatoriano.

Tabla C.6 Proyección de salario básico unificado en Ecuador a 2024.

<i>Año</i>	<i>Valor (\$)</i>
2015	354,00
2016	366,00
2017	375,00
2018	386,00
2019	394,00
2020	405,00
2021	415,00
2022	420,00
2023	425,00
2024	430,00

Aumento anual: \$10

Fuente: Elaboración propia (2018).

Tabla C.7 Beneficios de ley que perciben los trabajadores ecuatorianos en relación de dependencia.

Beneficio	Equivalencia
Décimo tercer sueldo (bono navideño)	Doceava parte de las remuneraciones percibidas durante el año calendario.
Décimo cuarto sueldo (bono escolar)	Un sueldo básico unificado.
Pago de aportaciones al IESS	11,15% del sueldo básico unificado.
Pago de Fondos de reserva	8,33% del sueldo básico unificado. Se cancela a partir del segundo año de labores.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Ministerio del Trabajo (2012).

3.2 Balance de Maquinaria y equipos.

Este balance detalla la inversión requerida en maquinaria, equipos, muebles y enseres esenciales para la operación de la propuesta. Del mismo, se derivan dos calendarios que consideran el reemplazo periódico de activos con una vida útil corta y organizan los ingresos y egresos asociados a ellos.

Tabla C.8 Balance de maquinaria y equipos: Hacienda San Agustín.

Espacio / actividad	Activo	#	Valor unitario	Valor total	Vida útil (años)	Depreciación anual	Años que se deprecia	Depreciación acumulada	Valor de desecho
Garita de seguridad	Escritorio organizador de madera	1	\$ 60,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00	5	\$ 30,00	\$ 30,00
	Silla giratoria de oficina	1	\$ 25,99	\$ 25,99	10	\$ 2,60	5	\$ 13,00	\$ 13,00
	Computadora de escritorio	1	\$ 319,00	\$ 319,00	3	\$ 106,33	3	\$ 319,00	\$ -
	Kit 8 cámaras HD de video vigilancia	1	\$ 307,21	\$ 307,21	3	\$ 102,40	3	\$ 307,21	\$ -
	Teléfono inalámbrico	1	\$ 64,99	\$ 64,99	3	\$ 21,66	3	\$ 64,99	\$ -
Establo para caballos	Pelero para caballo	8	\$ 28,00	\$ 224,00	2	\$ 112,00	2	\$ 224,00	\$ -
	Montura / Silla Galápagos	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00
	Freno para caballo	8	\$ 25,00	\$ 200,00	3	\$ 66,67	3	\$ 200,00	\$ -
Taller de ordeño y elaboración de queso	Balde de 10 litros	8	\$ 2,30	\$ 18,40	1	\$ 18,40	1	\$ 18,40	\$ -
	Bidón lechero de 40 litros	3	\$ 100,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ 150,00
	Bandeja plástica tipo pírex	25	\$ 2,99	\$ 74,75	1	\$ 74,75	1	\$ 74,75	\$ -
	Prensa para quesos pequeña	25	\$ 10,00	\$ 250,00	10	\$ 25,00	5	\$ 125,00	\$ 125,00
	Salero de acero inoxidable	9	\$ 7,99	\$ 71,91	10	\$ 7,19	5	\$ 35,96	\$ 35,96
	Marmita de 100 litros	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	5	\$ 750,00	\$ 750,00
	Mesa de trabajo en madera	13	\$ 100,00	\$ 1.300,00	10	\$ 130,00	5	\$ 650,00	\$ 650,00
Taller para el procesamiento de cacao	Horno de leña	1	\$ 30,00	\$ 30,00	10	\$ 3,00	5	\$ 15,00	\$ 15,00
	Campana de extracción	1	\$ 450,00	\$ 450,00	10	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 225,00
	Mesa de trabajo acero	2	\$ 195,00	\$ 390,00	10	\$ 39,00	5	\$ 195,00	\$ 195,00

	inoxidable								
	Vitrina Indurama VF4049-C	1	\$ 1.134,36	\$ 1.134,36	10	\$ 113,44	5	\$ 567,18	\$ 567,18
	Bandeja para tostar cacao	2	\$ 20,00	\$ 40,00	1	\$ 40,00	1	\$ 40,00	\$ -
	Molino artesanal para cacao	2	\$ 43,00	\$ 86,00	10	\$ 8,60	5	\$ 43,00	\$ 43,00
	Molde para tableta de chocolate	30	\$ 5,00	\$ 150,00	5	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ -
	Juego de recipientes pírrex	1	\$ 90,00	\$ 90,00	10	\$ 9,00	5	\$ 45,00	\$ 45,00
	Olla marmita 11 Qt	1	\$ 242,87	\$ 242,87	10	\$ 24,29	5	\$ 121,44	\$ 121,44
Recolección de frutos	Canasta de mimbre	25	\$ 3,50	\$ 87,50	1	\$ 87,50	1	\$ 87,50	\$ -
	Par walkie talkie alcance de 56km.	1	\$ 106,99	\$ 106,99	10	\$ 10,70	5	\$ 53,50	\$ 53,50
Cabañas	Hamaca reforzada	15	\$ 37,00	\$ 555,00	5	\$ 111,00	5	\$ 555,00	\$ -
Recepción	Computadora de escritorio	1	\$ 319,00	\$ 319,00	3	\$ 106,33	3	\$ 319,00	\$ -
	Repisa de madera para llaves	1	\$ 50,00	\$ 50,00	10	\$ 5,00	5	\$ 25,00	\$ 25,00
	Counter de recepción en madera	1	\$ 300,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ 150,00
	Teléfono inalámbrico	1	\$ 64,99	\$ 64,99	3	\$ 21,66	3	\$ 64,99	\$ -
	Caja registradora	1	\$ 800,00	\$ 800,00	10	\$ 80,00	5	\$ 400,00	\$ 400,00
Lavandería	Lavadora automática 20kg	1	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	10	\$ 102,00	5	\$ 510,00	\$ 510,00
	Estantería metálica 5 pisos	2	\$ 100,00	\$ 200,00	10	\$ 20,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00
Habitaciones	Litera de madera de plaza y media	2	\$ 220,00	\$ 440,00	10	\$ 44,00	5	\$ 220,00	\$ 220,00

	Cama de madera de plaza y media	2	\$ 70,00	\$ 140,00	10	\$ 14,00	5	\$ 70,00	\$ 70,00
	Colchón de plaza y media	6	\$ 100,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
	Cama matrimonial + colchón	1	\$ 195,00	\$ 195,00	10	\$ 19,50	5	\$ 97,50	\$ 97,50
	Armario de madera 3 niveles	3	\$ 245,00	\$ 735,00	10	\$ 73,50	5	\$ 367,50	\$ 367,50
	Velador de madera	4	\$ 65,00	\$ 260,00	10	\$ 26,00	5	\$ 130,00	\$ 130,00
	Juego de sábanas plaza y media	12	\$ 12,00	\$ 144,00	1	\$ 144,00	1	\$ 144,00	\$ -
	Juego de sábanas 2 plazas	2	\$ 14,50	\$ 29,00	1	\$ 29,00	1	\$ 29,00	\$ -
	Almohada de plumón	8	\$ 8,00	\$ 64,00	1	\$ 64,00	1	\$ 64,00	\$ -
	Cómoda de madera con espejo	3	\$ 185,00	\$ 555,00	10	\$ 55,50	5	\$ 277,50	\$ 277,50
	Silla de madera con soporte	3	\$ 22,00	\$ 66,00	10	\$ 6,60	5	\$ 33,00	\$ 33,00
Enfermería	Botiquín de primeros auxilios pared	1	\$ 30,00	\$ 30,00	10	\$ 3,00	5	\$ 15,00	\$ 15,00
	Camilla de exploración + gradilla	1	\$ 179,00	\$ 179,00	10	\$ 17,90	5	\$ 89,50	\$ 89,50
Oficina de administrador	Escritorio gerencial con 3 sillas	1	\$ 600,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
	Laptop HP Genius	1	\$ 450,00	\$ 450,00	3	\$ 150,00	3	\$ 450,00	\$ -
	Impresora Epson L380	1	\$ 178,56	\$ 178,56	3	\$ 59,52	3	\$ 178,56	\$ -
	Cama de madera de plaza y media	1	\$ 70,00	\$ 70,00	10	\$ 7,00	5	\$ 35,00	\$ 35,00
	Colchón plaza y media	1	\$ 100,00	\$ 100,00	10	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00
	Juego de sábanas plaza y media	2	\$ 12,00	\$ 24,00	1	\$ 24,00	1	\$ 24,00	\$ -
	Almohada de plumón	1	\$ 8,00	\$ 8,00	1	\$ 8,00	1	\$ 8,00	\$ -
	Teléfono inalámbrico	1	\$ 64,99	\$ 64,99	3	\$ 21,66	3	\$ 64,99	\$ -

Áreas comunes	Juego de muebles de sala	1	\$ 250,00	\$ 250,00	10	\$ 25,00	5	\$ 125,00	\$ 125,00
	Estantería exhibidor de madera	1	\$ 59,00	\$ 59,00	10	\$ 5,90	5	\$ 29,50	\$ 29,50
	Dispensador de café	1	\$ 47,00	\$ 47,00	10	\$ 4,70	5	\$ 23,50	\$ 23,50
	Mesa cafetera	1	\$ 65,00	\$ 65,00	10	\$ 6,50	5	\$ 32,50	\$ 32,50
Comedor	Mesa comedor de 3 metros	2	\$ 200,00	\$ 400,00	10	\$ 40,00	5	\$ 200,00	\$ 200,00
	Banco de madera con respaldo	4	\$ 75,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ 150,00
Cocina	Vaso de cristal	50	\$ 0,85	\$ 42,50	10	\$ 4,25	5	\$ 21,25	\$ 21,25
	Abrelatas	2	\$ 5,30	\$ 10,60	10	\$ 1,06	5	\$ 5,30	\$ 5,30
	Cuchillo rebanador	8	\$ 2,45	\$ 19,60	10	\$ 1,96	5	\$ 9,80	\$ 9,80
	Cafetera	1	\$ 61,90	\$ 61,90	10	\$ 6,19	5	\$ 30,95	\$ 30,95
	Pinza	3	\$ 2,75	\$ 8,25	10	\$ 0,83	5	\$ 4,13	\$ 4,13
	Balanza digital	2	\$ 19,90	\$ 39,80	10	\$ 3,98	5	\$ 19,90	\$ 19,90
	Cuchillos de chef	20	\$ 2,95	\$ 59,00	10	\$ 5,90	5	\$ 29,50	\$ 29,50
	Tijera de cocina	4	\$ 6,50	\$ 26,00	10	\$ 2,60	5	\$ 13,00	\$ 13,00
	Sartén de inducción	3	\$ 20,50	\$ 61,50	10	\$ 6,15	5	\$ 30,75	\$ 30,75
	Jarro	50	\$ 2,45	\$ 122,50	10	\$ 12,25	5	\$ 61,25	\$ 61,25
	Copa de aguardiente	50	\$ 0,50	\$ 25,00	10	\$ 2,50	5	\$ 12,50	\$ 12,50
	Espátula calada	10	\$ 1,95	\$ 19,50	10	\$ 1,95	5	\$ 9,75	\$ 9,75
	Vinera 12 botellas	1	\$ 148,50	\$ 148,50	10	\$ 14,85	5	\$ 74,25	\$ 74,25
	Batidora de inmersión	2	\$ 59,90	\$ 119,80	10	\$ 11,98	5	\$ 59,90	\$ 59,90
Dispensador de café	1	\$ 47,00	\$ 47,00	10	\$ 4,70	5	\$ 23,50	\$ 23,50	

	Tazas + platos	50	\$ 2,70	\$ 135,00	10	\$ 13,50	5	\$ 67,50	\$ 67,50
	Cuchillo pelador	8	\$ 3,90	\$ 31,20	10	\$ 3,12	5	\$ 15,60	\$ 15,60
	Colador chino	4	\$ 31,50	\$ 126,00	10	\$ 12,60	5	\$ 63,00	\$ 63,00
	Copa de vino tinto	50	\$ 1,16	\$ 58,00	10	\$ 5,80	5	\$ 29,00	\$ 29,00
	Vajillas 20 piezas	9	\$ 23,00	\$ 207,00	10	\$ 20,70	5	\$ 103,50	\$ 103,50
	Cubertería 54 piezas	5	\$ 29,99	\$ 149,95	10	\$ 15,00	5	\$ 74,98	\$ 74,98
	Licadora Waring BB155	1	\$ 229,33	\$ 229,33	10	\$ 22,93	5	\$ 114,67	\$ 114,67
	Batidora kitché Aid 600	1	\$ 698,00	\$ 698,00	10	\$ 69,80	5	\$ 349,00	\$ 349,00
	Olla marmita 11 Qt	2	\$ 242,87	\$ 485,74	10	\$ 48,57	5	\$ 242,87	\$ 242,87
	Dispensador de bebidas 3 galones	2	\$ 73,98	\$ 147,96	10	\$ 14,80	5	\$ 73,98	\$ 73,98
	Cocina + horno + parilla	1	\$ 600,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
	Campana de extracción	1	\$ 450,00	\$ 450,00	10	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 225,00
	Equipo de refrigeración 2 puertas	1	\$ 2.395,00	\$ 2.395,00	10	\$ 239,50	5	\$ 1.197,50	\$ 1.197,50
	Mesa de trabajo acero inoxidable	2	\$ 195,00	\$ 390,00	10	\$ 39,00	5	\$ 195,00	\$ 195,00
	Bandeja de acero de inoxidable	4	\$ 35,00	\$ 140,00	10	\$ 14,00	5	\$ 70,00	\$ 70,00
	Hornos de leña	2	\$ 30,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00	5	\$ 30,00	\$ 30,00
	Gas industrial	2	\$ 52,00	\$ 104,00	10	\$ 10,40	5	\$ 52,00	\$ 52,00
	Estantería metálica para verduras	1	\$ 98,00	\$ 98,00	10	\$ 9,80	5	\$ 49,00	\$ 49,00
Almacén	Estantería metálica 5 pisos	5	\$ 100,00	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
Inversión Inicial				\$ 25.903,14					

Fuente: Elaboración propia, a partir de cotizaciones varias (2019).

Tabla C.9 Calendario de ingresos por venta de maquinaria y equipos.

	Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Garita de seguridad	Computadora de escritorio 0-3			\$ 95,70		
	Kit 8 cámaras HD de video vigilancia 0-3			\$ 92,16		
	Teléfono inalámbrico 0-3			\$ 19,50		
Establo para caballos	Pelero para caballo 0-2		\$ 67,20		\$ 67,20	
	Freno para caballo 0-3			\$ 60,00		
Taller ordeño	Balde de 10 litros 0-1	\$ 5,52	\$ 5,52	\$ 5,52	\$ 5,52	\$ 5,52
	Bandeja plástica de pírex 0-1	\$ 22,43	\$ 22,43	\$ 22,43	\$ 22,43	\$ 22,43
Taller cacao	Bandeja para tostar cacao 0-1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
	Molde para tableta de chocolate 0-5					\$ 45,00
Recolección de frutos	Canasta de mimbre 0-1	\$ 26,25	\$ 26,25	\$ 26,25	\$ 26,25	\$ 26,25
Cabañas	Hamaca reforzada 0-5					\$ 166,50
Recepción	Computadora de escritorio 0-3			\$ 95,70		
	Teléfono inalámbrico 0-3			\$ 19,50		
Habitaciones	Juego de sábanas plaza y media 0-1	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20
	Juego de sábanas 2 plazas 0-1	\$ 8,70	\$ 8,70	\$ 8,70	\$ 8,70	\$ 8,70
	Almohada de plumón 0-1	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20
Oficina del administrador	Laptop HP Genius 0-3			\$ 135,00		
	Impresora Epson L380 0-3			\$ 53,57		
	Juego de sábanas plaza y media 0-1	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20
	Almohada de plumón 0-1	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 2,40
	Teléfono inalámbrico 0-3			\$ 19,50		
	Ingreso total	\$ 146,90	\$ 214,10	\$ 737,52	\$ 214,10	\$ 358,40

Fuente: Elaboración propia (2019).

Se considera la venta de los equipos totalmente depreciados al final del período en que cumplen su vida útil. El precio de venta corresponde al 30% de su valor de compra.

Tabla C.10 Calendario de reinversiones en maquinaria y equipos.

	Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Garita de seguridad	Computadora de escritorio 0-3				\$ (319,00)	
	Kit 8 cámaras HD de video vigilancia 0-3				\$ (307,21)	
	Teléfono inalámbrico 0-3				\$ (64,99)	
Establo para caballos	Pelero para caballo 0-2			\$ (224,00)		\$ (224,00)
	Freno para caballo 0-3				\$ (200,00)	
Taller ordeño	Balde de 10 litros 0-1		\$ (18,40)	\$ (18,40)	\$ (18,40)	\$ (18,40)
	Bandeja plástica de pírax 0-1		\$ (74,75)	\$ (74,75)	\$ (74,75)	\$ (74,75)
Taller cacao	Bandeja para tostar cacao 0-1		\$ (40,00)	\$ (40,00)	\$ (40,00)	\$ (40,00)
	Molde para tableta de chocolate 0-5					
Recolección de frutos	Canasta de mimbre 0-1		\$ (87,50)			
Cabañas	Hamaca reforzada 0-5					
Recepción	Computadora de escritorio 0-3				\$ (319,00)	
	Teléfono inalámbrico 0-3				\$ (64,99)	
Habitaciones	Juego de sábanas plaza y media 0-1		\$ (144,00)	\$ (144,00)	\$ (144,00)	\$ (144,00)
	Juego de sábanas 2 plazas 0-1		\$ (29,00)	\$ (29,00)	\$ (29,00)	\$ (29,00)
	Almohada de plumón 0-1		\$ (64,00)	\$ (64,00)	\$ (64,00)	\$ (64,00)
Oficina del administrador	Laptop HP Genius 0-3				\$ (450,00)	
	Impresora Epson L380 0-3				\$ (178,56)	
	Juego de sábanas plaza y media 0-1		\$ (24,00)	\$ (24,00)	\$ (24,00)	\$ (24,00)
	Almohada de plumón 0-1		\$ (8,00)	\$ (8,00)	\$ (8,00)	\$ (8,00)
	Teléfono inalámbrico 0-3				\$ -64,99	
	Egreso total		\$ (489,65)	\$ (626,15)	\$ (2.370,89)	\$ (626,15)

Fuente: Elaboración propia (2019).

Se considera la reposición de equipos al inicio del año que le sigue al cumplimiento de su vida útil.

3.3 Balance de obras físicas.

Este balance detalla los valores asociados a cada una de las instalaciones que deben construirse como parte del proyecto.

Tabla C.11 Balance de obras físicas.

Instalación	Valor estimado
Puerta de acceso principal	\$ 600,00
Garita de seguridad	\$ 1.000,00
Establo para caballos	\$ 3.000,00
Corral para caballos	\$ 1.500,00
Corral para vacas	\$ 2.000,00
Taller para elaborar queso	\$ 5.000,00
Taller para el procesamiento del cacao	\$ 5.000,00
Casa de huéspedes (planta baja)	\$ 30.000,00
Cocina taller + almacén	\$ 15.000,00
Baño de empleados	\$ 1.200,00
Baño de clientes	\$ 7.000,00
Cabañas	\$ 500,00
Zonas de parqueo	\$ 5.000,00
Corredores	\$ 20.000,00
Cercado de la propiedad (770 m.)	\$ 14.000,00
	\$ 110.800,00

Fuente: Elaboración propia (2019).

Las cantidades propuestas son valores referenciales, estimados a partir de las dimensiones y el material de construcción de cada instalación.

3.4 Balance de materiales.

Este balance hace un desglose de los costos de materia prima asociados a la producción individual de alimentos, como parte de la oferta de la Hacienda.

Tabla C.12 Costo de producción del desayuno a ofertar por la Hacienda San Agustín.

Componente	Material	Precio
Café pasado	Café	\$ 0,05
	Agua	\$ 0,01
	Azúcar	\$ 0,02
Patacones	Plátano	\$ 0,10
	Aceite	\$ 0,15
	Sal	\$ 0,01
Queso fresco	Queso	\$ 0,20
Huevo	Huevo	\$ 0,15
Pan	Pan	\$ 0,15
Mantequilla	Mantequilla	\$ 0,15
Jugo de melón	Porción de melón	\$ 0,25
	Agua	\$ 0,01
	Azúcar	\$ 0,02
	Total	\$ 1,27

Fuente: Elaboración propia (2019).

Tabla C.13 Costo de producción del almuerzo a ofertar por la Hacienda San Agustín.

Componente	Material	Precio
Cuajada con maduro asado	Leche	\$ 0,50
	Sal	\$ 0,01
	Maduro	\$ 0,10
Caldo de gallina criolla	Presa de gallina	\$ 1,00
	Papa	\$ 0,05
	Fideo	\$ 0,05
	Hierbas y condimentos	\$ 0,15
Salteado de carne	¼ de libra de carne	\$ 0,65
	Verduras y condimentos	\$ 0,20
Jugo de limón	Limonas	\$ 0,10
	Agua	\$ 0,01
	Azúcar	\$ 0,02
	Total	\$ 2,84

Fuente: Elaboración propia (2019).

Tabla C.14 Costo de producción de la merienda a ofertar por la Hacienda San Agustín.

Componente	Material	Precio
Seco de gallina	¼ libra de arroz	\$ 0,10
	Presa de gallina	\$ 1,25
	Hierbas y condimentos	\$ 0,25
Té de Hierba Luisa	Rama de hierba luisa	\$ 0,05
	Agua	\$ 0,01
	Azúcar	\$ 0,02
	Total	\$ 1,68

Fuente: Elaboración propia (2019).

Tabla C.15 Costo de producción por libra de queso en la Hacienda San Agustín.

Material	Precio
Leche	\$ -
Cuajo	\$ 0,15
Empaque	\$ 0,15
Total	\$ 1,30

Fuente: Elaboración propia (2019).

Tabla C.16 Costo de producción por tableta de chocolate en la Hacienda San Agustín.

Material	Precio
Azúcar	\$ 0,05
Leche	\$ 0,10
Vainilla	\$ 0,10
Empaque	\$ 0,10
Total	\$ 0,35

Fuente: Elaboración propia (2019).

Balance de insumos generales.

Este balance detalla los insumos generales que, por su naturaleza no pueden incluirse en balances anteriores.

Tabla C.17 Balance de insumos generales proyectados para la Hacienda San Agustín.

Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carbón	\$ 21,75	\$ 33,65	\$ 46,95	\$ 56,75	\$ 65,15
Energía eléctrica	\$ 65,25	\$ 100,95	\$ 140,85	\$ 170,25	\$ 195,45
Agua potable	\$ 43,50	\$ 67,30	\$ 93,90	\$ 113,50	\$ 130,30
Gas	\$ 30,45	\$ 47,11	\$ 65,73	\$ 79,45	\$ 91,21

Fuente: Elaboración propia (2019).

3.5 Ingresos del proyecto.

El presente proyecto cuenta con cuatro fuentes de ingresos:

- 1.) **Ingresos por venta de paquete 1.** Contempla los ingresos anuales derivados de la venta del paquete de visita con alojamiento a la Hacienda San Agustín, el mismo que incluye el ingreso al predio, el desarrollo de actividades agroturísticas y tres comidas (desayuno, almuerzo y merienda). Este, está limitado por la capacidad de la casa de huéspedes, configurada para recibir un máximo de 8 huéspedes.
- 2.) **Ingreso por venta de paquete 2.** Contempla los ingresos anuales derivados de la venta del paquete de visita sin alojamiento a la Hacienda San Agustín, el mismo que incluye el ingreso al predio, el desarrollo de actividades agroturísticas y una comida (almuerzo).
- 3.) **Ingreso por venta de queso.** Contempla los ingresos anuales derivados de la venta del excedente de queso producido en el taller propuesto para la tecnificación del proceso en la Hacienda San Agustín.
- 4.) **Ingreso por venta de chocolate.** Contempla los ingresos anuales derivados de la venta de tabletas de chocolate elaboradas en el taller propuesto para la tecnificación del proceso en la Hacienda San Agustín.
- 5.) **Ingreso por venta de equipos.** Contempla los ingresos anuales derivados de la venta del equipo adquirido para la Hacienda, una vez que estos se han depreciado.

Tabla C.18 Ingresos proyectados para la Hacienda San Agustín.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda total		420	658	924	1.120	1.288
Demanda visita 1 (con alojamiento)		396	622	852	920	944
Demanda visita 2 (sin alojamiento)		24	36	72	200	344
Producción de queso para venta (libras)		6.048	6.048	6.048	6.048	6.048
Producción de chocolate para venta (tabletas)		120	180	240	300	360
Precio visita 1 (con alojamiento)		\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Precio visita 2 (sin alojamiento)		\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Precio de venta por libra de queso		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Precio de venta por tableta de chocolate		\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
INGRESOS						
Ingresos por visita 1		\$ 47.520,00	\$ 74.640,00	\$ 102.240,00	\$ 110.400,00	\$ 113.280,00
Ingresos por visita 2		\$ 1.320,00	\$ 1.980,00	\$ 3.960,00	\$ 11.000,00	\$ 18.920,00
Ingresos por venta de queso		\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00
Ingreso por venta de tabletas de chocolate		\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Ingresos por venta de equipos		\$ 146,90	\$ 214,10	\$ 737,52	\$ 214,10	\$ 358,40
Total ingresos		\$ 61.562,90	\$ 89.650,10	\$ 119.993,52	\$ 134.910,10	\$ 146.094,40

Fuente: Elaboración propia (2019).

3.6 Inversión del proyecto.

El monto de inversión requerido para poner en marcha el proyecto contempla:

- 1.) Construcción de instalaciones.
- 2.) Maquinaria y equipos.
- 3.) Cursos y capacitaciones.
- 4.) Capital de trabajo.
- 5.) Gasto de constitución empresarial.
- 6.) Instalación de servicio de telefonía e internet (CNT, 2019).
- 7.) Diseño de página web.

Tabla C.19 Cálculo del monto de inversión de la propuesta.

Rubro	Valor
Instalaciones	\$ (110.800,00)
Maquinaria y equipos	\$ (25.903,14)
Cursos y capacitaciones	\$ (2.000,00)
Capital de trabajo	\$ (1.454,06)
Gastos de constitución empresarial	\$ (1.154,00)
Instalación servicio de telefonía + internet	\$ (60,00)
Diseño de página web	\$ (1.200,00)
Total inversión	\$ (142.571,20)

Fuente: Elaboración propia (2019).

3.6.1 Cálculo del capital de trabajo.

El cálculo del capital de trabajo, recurso vital para el financiamiento de las actividades productivas de la empresa en el corto plazo, se ha realizado mediante el método del déficit acumulado máximo. Acorde con este, se proyecta un flujo de caja mensual de ingresos y egresos operativos y se selecciona como capital de trabajo el saldo mensual acumulado negativo más alto o máximo déficit del período.

Tabla C.20 Cálculo del déficit acumulado máximo. Primer semestre del año 1.

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Visita 1	<i>Precio</i>	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
	<i>Ventas (q)</i>	19	19	47	47	33	33
	<i>Ventas (\$)</i>	\$ 2.280,00	\$ 2.280,00	\$ 5.640,00	\$ 5.640,00	\$ 3.960,00	\$ 3.960,00
Visita 2	<i>Precio</i>	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
	<i>Ventas (q)</i>	1	1	3	3	2	2
	<i>Ventas (\$)</i>	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 165,00	\$ 165,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Queso	<i>Precio</i>	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
	<i>Ventas (q)</i>	504	504	504	504	504	504
	<i>Ventas (\$)</i>	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00
Chocolate	<i>Precio</i>	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
	<i>Ventas (q)</i>	10	10	10	10	10	10
	<i>Ventas (\$)</i>	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Ingreso mensual		\$ 3.383,00	\$ 3.383,00	\$ 6.853,00	\$ 6.853,00	\$ 5.118,00	\$ 5.118,00
Visita 1	Programa de producción	19	19	47	47	33	33
	Materia prima	\$ 110,01	\$ 110,01	\$ 272,13	\$ 272,13	\$ 191,07	\$ 191,07
Visita 2	Programa de producción	1	1	3	3	2	2
	Materia prima	\$ 2,84	\$ 2,84	\$ 8,52	\$ 8,52	\$ 5,68	\$ 5,68
Queso	Programa de producción	840	840	840	840	840	840
	Materia prima	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
Chocolate	Programa de producción	30	30	60	60	45	45
	Materia prima	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 15,75	\$ 15,75
	Otros costos variables	\$ 1.606,78	\$ 1.606,78	\$ 1.606,78	\$ 1.606,78	\$ 1.606,78	\$ 1.606,78
	Costos fijos	\$ 2.211,90	\$ 2.211,90	\$ 2.211,90	\$ 2.211,90	\$ 2.211,90	\$ 2.211,90
	Egreso mensual	\$ (4.110,03)	\$ (4.110,03)	\$ (4.288,33)	\$ (4.288,33)	\$ (4.199,18)	\$ (4.199,18)
	Saldo mensual	\$ (727,03)	\$ (727,03)	\$ 2.564,67	\$ 2.564,67	\$ 918,82	\$ 918,82
	Saldo acumulado	\$ (727,03)	\$ (1.454,06)	\$ 1.110,60	\$ 3.675,27	\$ 4.594,09	\$ 5.512,91

Fuente: Elaboración propia (2019).

3.7 Financiamiento del proyecto.

El financiamiento del proyecto se realizará mediante capital propio y préstamo bancario. Para este último, se consideró el crédito para pequeñas y medianas empresas - pymes ofrecido por BanEcuador (2019), con una tasa de interés del 9,76% anual. El préstamo asciende a un valor de 100.000,00 dólares, equivalente al 70,14% del total de la inversión, amortizado a 5 años.

Tabla C.21 Amortización del préstamo obtenido de BanEcuador.

Período	Cuota	Interés	Amortización	Capital vivo
0				\$ 100.000,00
1	\$ 26.218,20	\$ 9.760,00	\$ 16.458,20	\$ 83.541,80
2	\$ 26.218,20	\$ 8.153,68	\$ 18.064,53	\$ 65.477,27
3	\$ 26.218,20	\$ 6.390,58	\$ 19.827,62	\$ 45.649,65
4	\$ 26.218,20	\$ 4.455,41	\$ 21.762,80	\$ 23.886,85
5	\$ 26.218,20	\$ 2.331,36	\$ 23.886,85	\$ -

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de BanEcuador (2019).

3.7.1 Tasa de descuento.

La tasa de descuento se ha calculado por medio del *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) o Modelo de fijación de precios de activos de capital, cuya fórmula es:

$$R_i = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

Donde:

R_i = rentabilidad exigida por el inversionista.

R_f = tasa libre de riesgo.

β = beta de la empresa o sector comparable de EE.UU.

R_m = rentabilidad del mercado.

Reemplazando se obtiene:

$$R_i = 9,83\% + 0,98 (9,03\%) = 0,1868$$

Donde:

Rf = 2,57% correspondiente a los american t-bonds al 9 de enero de 2019 (Market Watch, 2019) + 7,26% correspondiente al riesgo país de Ecuador al 9 de enero de 2019 (Banco Central del Ecuador, 2019).

β = 0,98 correspondiente al valor de la beta media apalancada de la industria de recreación al 9 de enero de 2019 (Damodaran Online, 2019).

(Rm – Rf) = 9,03% correspondiente a la prima de riesgo del mercado de Ecuador al 9 de enero de 2019 (Damodaran Online, 2019).

Flujo de caja.

En este apartado se presenta el flujo de caja del proyecto para un período de evaluación de 5 años.

Tabla C.22 Flujo de caja proyectado a 5 años para la Hacienda San Agustín.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda total		420	658	924	1.120	1.288
Demanda visita 1 (con alojamiento)		396	622	852	920	944
Demanda visita 2 (sin alojamiento)		24	36	72	200	344
Producción de queso para venta (libras)		6.048	6.048	6.048	6.048	6.048
Producción de chocolate para venta (tabletas)		120	180	240	300	360
Precio visita 1 (con alojamiento)		\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Precio visita 2 (sin alojamiento)		\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Precio de venta por libra de queso		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Precio de venta por tableta de chocolate		\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
INGRESOS						
Ingresos por visita 1		\$ 47.520,00	\$ 74.640,00	\$ 102.240,00	\$ 110.400,00	\$ 113.280,00
Ingresos por visita 2		\$ 1.320,00	\$ 1.980,00	\$ 3.960,00	\$ 11.000,00	\$ 18.920,00
Ingresos por venta de queso		\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00
Ingreso por venta de tabletas de chocolate		\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Ingresos por venta de equipos		\$ 146,90	\$ 214,10	\$ 737,52	\$ 214,10	\$ 358,40
Total ingresos		\$ 61.562,90	\$ 89.650,10	\$ 119.993,52	\$ 134.910,10	\$ 146.094,40
EGRESOS						
Costos variables						
Materia prima desayunos		\$ (502,92)	\$ (789,94)	\$ (1.082,04)	\$ (1.168,40)	\$ (1.198,88)
Materia prima almuerzos		\$ (1.192,80)	\$ (1.868,72)	\$ (2.624,16)	\$ (3.180,80)	\$ (3.657,92)
Materia prima meriendas		\$ (665,28)	\$ (1.044,96)	\$ (1.431,36)	\$ (1.545,60)	\$ (1.585,92)
Mano de obra directa		\$(19.120,40)	\$(22.207,71)	\$(22.738,01)	\$(23.268,30)	\$(24.434,73)
Energía eléctrica		\$ (65,25)	\$ (100,95)	\$ (140,85)	\$ (170,25)	\$ (195,45)
Agua potable		\$ (43,50)	\$ (67,30)	\$ (93,90)	\$ (113,50)	\$ (130,30)
Gas		\$ (30,45)	\$ (47,11)	\$ (65,73)	\$ (79,45)	\$ (91,21)
Carbón		\$ (21,75)	\$ (33,65)	\$ (46,95)	\$ (56,75)	\$ (65,15)
Insumos elaboración de queso		\$ (2.016,00)	\$ (2.016,00)	\$ (2.016,00)	\$ (2.016,00)	\$ (2.016,00)

Insumos elaboración de tabletas de chocolate		\$ (189,00)	\$ (293,30)	\$ (407,40)	\$ (497,00)	\$ (576,80)
Total costos variables		\$ (23.847,35)	\$ (28.469,64)	\$ (30.646,40)	\$ (32.096,05)	\$ (33.952,36)
Costos fijos						
Mano de obra indirecta		\$ (11.729,86)	\$ (13.806,43)	\$ (14.132,51)	\$ (14.458,58)	\$ (14.784,65)
Telefonía + Internet		\$ (1.478,40)	\$ (1.478,40)	\$ (1.478,40)	\$ (1.478,40)	\$ (1.478,40)
Publicidad		\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)
Interés		\$ (9.760,00)	\$ (8.153,68)	\$ (6.390,58)	\$ (4.455,41)	\$ (2.331,36)
Papelería		\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)
1 por 1.000		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reposición de equipos		\$ -	\$ (489,65)	\$ (626,15)	\$ (2.370,89)	\$ (626,15)
Depreciación						
Equipamiento garita de seguridad		\$ (8,60)	\$ (8,60)	\$ (8,60)	\$ (8,60)	\$ (8,60)
Equipamiento establo para caballos		\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)	\$ (120,00)
Equipamiento taller de ordeño		\$ (342,19)	\$ (342,19)	\$ (342,19)	\$ (342,19)	\$ (342,19)
Equipamiento taller preparación de cacao		\$ (242,32)	\$ (242,32)	\$ (242,32)	\$ (242,32)	\$ (242,32)
Equipamiento recolección de frutos		\$ (10,70)	\$ (10,70)	\$ (10,70)	\$ (10,70)	\$ (10,70)
Equipamiento recepción		\$ (115,00)	\$ (115,00)	\$ (115,00)	\$ (115,00)	\$ (115,00)
Equipamiento lavandería		\$ (122,00)	\$ (122,00)	\$ (122,00)	\$ (122,00)	\$ (122,00)
Equipamiento habitaciones		\$ (299,10)	\$ (299,10)	\$ (299,10)	\$ (299,10)	\$ (299,10)
Equipamiento enfermería		\$ (20,90)	\$ (20,90)	\$ (20,90)	\$ (20,90)	\$ (20,90)
Equipamiento oficina del administrador		\$ (30,00)	\$ (30,00)	\$ (30,00)	\$ (30,00)	\$ (30,00)
Equipamiento áreas comunes		\$ (42,10)	\$ (42,10)	\$ (42,10)	\$ (42,10)	\$ (42,10)
Equipamiento comedor		\$ (70,00)	\$ (70,00)	\$ (70,00)	\$ (70,00)	\$ (70,00)
Equipamiento cocina		\$ (781,66)	\$ (781,66)	\$ (781,66)	\$ (781,66)	\$ (781,66)
Equipamiento almacén		\$ (50,00)	\$ (50,00)	\$ (50,00)	\$ (50,00)	\$ (50,00)
Total costos fijos		\$ (26.542,83)	\$ (27.502,74)	\$ (26.202,21)	\$ (26.337,85)	\$ (22.795,13)
Total egresos		\$ (50.390,19)	\$ (55.972,38)	\$ (56.848,61)	\$ (58.433,89)	\$ (56.747,49)
RESULTADOS						
Resultado antes de participación de trabajadores		\$ 11.172,71	\$ 33.677,71	\$ 63.144,91	\$ 76.476,20	\$ 89.346,90
Participación de trabajadores (15%)		\$ (1.675,91)	\$ (5.051,66)	\$ (9.471,74)	\$ (11.471,43)	\$ (13.402,04)

Resultado antes de impuestos		\$ 9.496,80	\$ 28.626,06	\$ 53.673,17	\$ 65.004,77	\$ 75.944,87
Impuesto (25%)		\$ (2.374,20)	\$ (7.156,51)	\$ (13.418,29)	\$ (16.251,19)	\$ (18.986,22)
Utilidad después de impuestos		\$ 7.122,60	\$ 21.469,54	\$ 40.254,88	\$ 48.753,58	\$ 56.958,65
Depreciación						
Equipamiento garita de seguridad		\$ 8,60	\$ 8,60	\$ 8,60	\$ 8,60	\$ 8,60
Equipamiento establo para caballos		\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Equipamiento taller de ordeño		\$ 342,19	\$ 342,19	\$ 342,19	\$ 342,19	\$ 342,19
Equipamiento taller preparación de cacao		\$ 242,32	\$ 242,32	\$ 242,32	\$ 242,32	\$ 242,32
Equipamiento recolección de frutos		\$ 10,70	\$ 10,70	\$ 10,70	\$ 10,70	\$ 10,70
Equipamiento recepción		\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00
Equipamiento lavandería		\$ 122,00	\$ 122,00	\$ 122,00	\$ 122,00	\$ 122,00
Equipamiento habitaciones		\$ 299,10	\$ 299,10	\$ 299,10	\$ 299,10	\$ 299,10
Equipamiento enfermería		\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 20,90
Equipamiento oficina del administrador		\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Equipamiento áreas comunes		\$ 42,10	\$ 42,10	\$ 42,10	\$ 42,10	\$ 42,10
Equipamiento comedor		\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Equipamiento cocina		\$ 781,66	\$ 781,66	\$ 781,66	\$ 781,66	\$ 781,66
Equipamiento almacén		\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Valores en libro						
Equipamiento garita de seguridad						\$ 43,00
Equipamiento establo para caballos						\$ 600,00
Equipamiento taller de ordeño						\$ 1.710,96
Equipamiento taller preparación de cacao						\$ 1.211,62
Equipamiento recolección de frutos						\$ 53,50
Equipamiento recepción						\$ 575,00
Equipamiento lavandería						\$ 610,00
Equipamiento habitaciones						\$ 1.495,50
Equipamiento enfermería						\$ 104,50
Equipamiento oficina del administrador						\$ 385,00
Equipamiento áreas comunes						\$ 210,50

Equipamiento comedor						\$ 350,00
Equipamiento cocina						\$ 3.908,32
Equipamiento almacén						\$ 250,00
Inversión						
Instalaciones	\$(110.800,00)					
Instalación servicio de telefonía + internet	\$ (60,00)					
Gastos de constitución empresarial	\$ (1.154,00)					
Cursos y capacitaciones	\$ (2.000,00)					
Maquinaria y equipos	\$ (25.903,14)					
Capital de trabajo	\$ (1.454,06)					\$ 1.454,06
Diseño de página web	\$ (1.200,00)					
Total inversión	\$(142.571,20)					
Préstamo	\$ 100.000,00					
Amortización		\$ (16.458,20)	\$ (18.064,53)	\$ (19.827,62)	\$ (21.762,80)	\$ (23.886,85)
FLUJO DE CAJA	\$ (42.571,20)	\$ (7.081,03)	\$ 5.659,59	\$ 22.681,83	\$ 29.245,35	\$ 48.288,32
Tasa de descuento	18,68%					
VNA	\$ 4.300,56					
TIR	21%					

Elaboración propia (2019).

Tabla C.23 Flujo de caja proyectado a 5 años para la Hacienda San Agustín [Resumen]

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por visita 1		\$ 47.520,00	\$ 74.640,00	\$ 102.240,00	\$ 110.400,00	\$ 113.280,00
Ingresos por visita 2		\$ 1.320,00	\$ 1.980,00	\$ 3.960,00	\$ 11.000,00	\$ 18.920,00
Ingresos por venta de queso		\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00	\$ 12.096,00
Ingreso por venta de tabletas de chocolate		\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Ingresos por venta de equipos		\$ 146,90	\$ 214,10	\$ 737,52	\$ 214,10	\$ 358,40
Total ingresos		\$ 61.562,90	\$ 89.650,10	\$ 119.993,52	\$ 134.910,10	\$ 146.094,40
EGRESOS						
Costos variables		\$ (23.847,35)	\$ (28.469,64)	\$ (30.646,40)	\$ (32.096,05)	\$ (33.952,36)
Costos fijos		\$ (26.542,83)	\$ (27.502,74)	\$ (26.202,21)	\$ (26.337,85)	\$ (22.795,13)
Total egresos		\$ (50.390,19)	\$ (55.972,38)	\$ (56.848,61)	\$ (58.433,89)	\$ (56.747,49)
RESULTADOS						
Resultado antes de participación de trabajadores		\$ 11.172,71	\$ 33.677,71	\$ 63.144,91	\$ 76.476,20	\$ 89.346,90
Participación de trabajadores (15%)		\$ (1.675,91)	\$ (5.051,66)	\$ (9.471,74)	\$ (11.471,43)	\$ (13.402,04)
Resultado antes de impuestos		\$ 9.496,80	\$ 28.626,06	\$ 53.673,17	\$ 65.004,77	\$ 75.944,87
Impuesto (25%)		\$ (2.374,20)	\$ (7.156,51)	\$ (13.418,29)	\$ (16.251,19)	\$ (18.986,22)
Utilidad después de impuestos		\$ 7.122,60	\$ 21.469,54	\$ 40.254,88	\$ 48.753,58	\$ 56.958,65
Depreciación maquinaria y equipos		\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58	\$ 2.254,58
Valor en libro maquinaria y equipos						\$ 11.507,88
Inversión						
Instalaciones	\$(110.800,00)					
Instalación servicio de telefonía + internet	\$ (60,00)					
Gastos de constitución empresarial	\$ (1.154,00)					
Cursos y capacitaciones	\$ (2.000,00)					
Maquinaria y equipos	\$ (25.903,14)					

Capital de trabajo	\$ (1.454,06)					\$ 1.454,06
Diseño de página web	\$ (1.200,00)					
Total inversión	\$ (142.571,20)					
Préstamo	\$ 100.000,00					
Amortización		\$ (16.458,20)	\$ (18.064,53)	\$ (19.827,62)	\$ (21.762,80)	\$ (23.886,85)
FLUJO DE CAJA	\$ (42.571,20)	\$ (7.081,03)	\$ 5.659,59	\$ 22.681,83	\$ 29.245,35	\$ 48.288,32
Tasa de descuento	18,68%					
VNA	\$ 4.300,56					
TIR	21%					

Elaboración propia (2019)

4.6 Bibliografía

- Ministerio del Trabajo. (2018). Salarios mínimos sectoriales 2018. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1vtcRZ65pUnIXIaQquWBalAc8o7Hio67z/preview>
- Ministerio del Trabajo. (2012). Código del Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- BanEcuador. (2019). Simulador de crédito. Recuperado de <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Market Watch. (2019). U.S 5 Year Treasury Note. Recuperado el 9 de enero de 2019 de <https://www.marketwatch.com/investing/bond/tmubmusd05y?countrycode=bx>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Inicio. Recuperado el 9 de enero de 2019 de <https://contenido.bce.fin.ec/>
- Damodaran Online. (2019). Data: current data. Recuperado el 9 de enero de 2019 de <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

APÉNDICE D

4.1. Guía para las entrevistas semiestructuradas

Entrevista a expertos

Introducción: Presentación de la propuesta y sus antecedentes.

1. ¿Qué tan factible le parece la propuesta?
2. ¿Conoce o ha visitado alguna hacienda en Ecuador que oferte actividades agroturísticas?
3. ¿Cuál fue su experiencia?
4. ¿Cómo ve la situación del agroturismo en el país? ¿Le parece una modalidad atractiva?
5. A nivel de planificación ¿qué retos supone crear un producto de agroturismo de calidad?
6. ¿Qué sugerencias tiene usted para nuestra propuesta?

Propietarios de otras haciendas en Paján

Introducción: Saludo. Presentación personal. Presentación de la propuesta.

1. Desde su experiencia ¿son la agricultura y la ganadería actividades rentables para los pequeños y medianos productores en Ecuador/Paján?
2. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta como pequeño/mediano productor?
3. ¿Hace cuántos años se dedica a la actividad agraria? ¿Cuál es su principal motivación para continuar con ella?
4. ¿Qué opina de la propuesta antes expuesta? ¿Cree que el turismo puede ayudar a preservar la actividad agraria a largo plazo?

5. ¿Considera usted que Paján cuenta con el potencial para desarrollarse como un destino especializado en agroturismo? ¿Por qué?
6. ¿Invertiría usted en asesoría y adecuaciones que le permitan ofertar actividades agroturísticas dentro de su propiedad?

Potenciales consumidores (turistas)

Introducción: Saludo. Presentación personal. (*Se recomienda apelar a las experiencias*)

1. ¿A usted le gusta viajar?, ¿realiza esta actividad con frecuencia?
2. ¿Cuándo viaja que es lo que más disfruta y qué le resulta más frustrante?
3. Durante sus viajes, ¿le gusta realizar actividades al aire libre e involucrarse con los habitantes del sitio que visita?
4. ¿Ha escuchado el término agroturismo? En caso de ser negativa la respuesta: ¿qué ideas le sugiere la palabra agroturismo?
5. ¿Conoce dónde queda ubicado el cantón Paján? En caso de ser negativa la respuesta, explicar ubicación. En caso de ser positiva: ¿Lo ha visitado alguna vez?

Explicación de la propuesta

6. ¿Conoce o ha visitado alguna hacienda en Ecuador que oferte actividades agroturísticas? ¿Cuál fue su experiencia?
7. ¿Estaría dispuesto a viajar a la hacienda San Agustín para disfrutar de actividades agroturísticas?
8. ¿Qué sería lo más importante para usted de la experiencia? (EXPECTATIVAS)

Propietarios de hoteles, restaurantes y centro de recreación Tiwinza.

Introducción: Saludo. Presentación personal. (*Se recomienda apelar a las experiencias*)

1. Actualmente ¿Cómo percibe el flujo de turista que llegan a Paján? ¿Existe un flujo de turistas relevante?
2. Para usted ¿En que se debería trabajar para incrementar la llegada de turistas?
3. ¿Ha escuchado el término agroturismo? En caso de ser negativa la respuesta: ¿qué ideas le sugiere la palabra agroturismo?
7. ¿Considera usted que Paján cuenta con el potencial para desarrollarse como un destino especializado en agroturismo? ¿Por qué?
4. ¿Le resulta atrayente la propuesta expuesta?
5. ¿Estaría dispuesto a crear alianzas estratégicas con las haciendas que oferten actividades de agroturismo?

Responsable de la planificación turística en el GAD de Paján

Introducción: Saludo. Presentación personal. Exposición de la propuesta

1. ¿Es relevante el turismo en la planificación económica del cantón?
2. ¿Le parece relevante y factible la propuesta expuesta?
3. ¿Se encuentra dentro de la línea de planificación turística que maneja actualmente el GAD?
4. ¿Qué tipo de beneficios se podrían brindar a las personas que quieran comenzar este tipo de emprendimiento?

4.2. Matriz ideas relevantes de las entrevistas realizadas

Tabla D.1 Resumen de entrevistas

Entrevistado	Papel	PREGUNTAS A INVOLUCRADO EN SECTOR BANCARIO					
		Opinión de la propuesta	Crédito bancario ¿mejor alternativa de financiamiento?	Pros y contras de realizar un crédito bancario	Líneas de crédito para proyectos en BanEcuador ¿Existen?	Acceso de personas naturales a créditos. Requisitos	Revisión de VAN y TIR como parámetros importantes
Marcia Rocío Bustillos Alay	Delegada de servicios y canales en BanEcuador Paján	<ul style="list-style-type: none"> - Atractivo en zona rural - Opción de desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - Opción favorable ante la falta de recursos monetarios propios 	<ul style="list-style-type: none"> - Pros: ejecución de proyectos - Contras: recargos de interés por atrasos & daño de historial crediticio 	<ul style="list-style-type: none"> - Crédito agropecuario (principal línea de crédito de BanEcuador) 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos personales del solicitante - Garante (con solvencia) - Propuesta (redactada al momento de solicitar el crédito) - Proforma 	
Entrevistado	Papel	PREGUNTAS A PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN PAJÁN					
		Percepción del flujo de turistas que llegan a Paján	Puntos a trabajar para incrementar la llegada de turistas	Familiarización con el término agroturismo	Paján como destino especializado en agroturismo	Percepción de la propuesta	Apertura a creación de alianzas estratégicas
Juana Laura Acuña Triviño	Propietaria del Centro Recreativo Turístico <i>Tiwinza</i>	<ul style="list-style-type: none"> - No hay flujo turístico importante - Son los pajanenses domiciliados en otras ciudades los que visitan y hacen de turistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Propaganda - Desarrollo de paquetes turísticos dentro del cantón con oferta gastronómica incluida - Buena atención al turista - Enfocarse en atraer un turista elite 	<ul style="list-style-type: none"> - Escuchado por televisión - Asociación con actividades de siembra para turistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupación por falta de tecnificación de la agricultura y ganadería 	<ul style="list-style-type: none"> - Atractiva. Dinamizadora de la economía 	<ul style="list-style-type: none"> - Sí. Siempre y cuando exista seriedad

Ideas adicionales: Proyectar videos que permitan ilustrar tópicos históricos relevantes. Incluir a San Francisco como punto a visitar dentro de un día de visita en Paján. Incluir música y eventos patrimoniales como concursos de amorfinos. Utilizar épocas de cosecha, como la del mango, para incentivar al turista a involucrarse. Por lo mencionado, el lugar no cuenta con colaboradores empoderados (aspecto debe corregirse y considerarse fundamental dentro de la propuesta). Dar facilidad al turista para que pueda elaborar su propia comida. La falta de créditos atractivos para proyectos turísticos es un obstáculo. Paján requiere inversión en instalaciones de calidad, sobre todo de alojamiento.

Dolores Pincay Delgado	Propietaria de "Hostal Bonanza"	- Flujo de turistas medio. Puede incrementarse	<ul style="list-style-type: none"> - Explorar las bondades que tiene el medio - Dar realce a lo autóctono, a lo tradicional, a las raíces - Ampliar oferta turística (El Festival de la Torta de Choclo es considerado el único atractivo con impacto dentro de Paján) - Apostar por un turismo consciente 	- Asociación con actividad agraria & elaboración de productos derivados	- Reúne las bases. Personas con propiedades, personas con ganado	- Con futuro dentro del cantón	- Sí. Se espera un beneficio derivado
------------------------	---------------------------------	--	--	---	--	--------------------------------	---------------------------------------

Ideas adicionales: Pérdida de atractivos turísticos atribuida al descuido de las administraciones municipales y el mal uso del presupuesto para dicha área. Cargos ocupados por personas no especializadas en Turismo. Recatar valor agregado del café, maíz, maní, zapallo (productos tradicionales de Paján). Aprovechar espacio de monumento a las Golondrinas.

Entrevistado	Papel	PREGUNTAS A ESTUDIANTES DE MEDICINA VETERINARIA					
		Motivación para estudiar medicina veterinaria	Familiarización con el término agroturismo	Capacidad del turismo de preservar la actividad agraria a largo plazo	Predisposición a desempeñarse dentro de una hacienda agroturística	Consideraciones al realizar labores en presencia de turistas	Ideal de perfil de un veterinario que desee trabajar en agroturismo
Pedro Andrés Márquez Gutiérrez	Estudiante de medicina veterinaria de la Universidad Agraria del Ecuador	- Salvar vidas animales	- Visualizado a través de internet - Potencia del presente y el futuro	- Fundamental, no solo para preservar sino para revalorizar la labor agraria y su producción	- Predisposición con el objetivo de educar al consumidor	- Procurar que el turista aprenda y valore el sacrificio del productor	- Conocimiento, facilidad para explicar y llegar al cliente - Amor a los animales, al campo.
Ideas adicionales: Experiencia cercana al agroturismo en un hotel en Olón.							
Evelyn Ariana Indacochea Plaza	Estudiante de medicina veterinaria y zootecnia en la Universidad de Guayaquil	- Anhelos personal, sustentado por amor a los animales, la ciencia y la investigación	- No existe familiarización con el término	- La producción agraria se identifica como un atractivo de la zona de Manabí que puede ser aprovechado de mejor forma	- Predisposición con el objetivo de aportar al desarrollo del cantón y la provincia	- Procurar una labor, no solo llamativa, sino también técnica y profesional, con las medidas sanitarias adecuadas que aseguren el bienestar del animal.	
Entrevistado	Papel	PREGUNTAS A HABITANTES DE PAJÁN					
		Opinión de la propuesta	Familiarización con el término agroturismo	Paján como destino especializado en agroturismo	Postura frente a la ejecución de la propuesta y su impacto	Postura frente a la interacción con turistas	Obstáculos que impiden el desarrollo turístico de Paján
Félix Benjamín Choez Pincay	Habitante y comerciante de Paján	- Oportuna ante la carencia de actividad turística en el cantón	- No existe familiarización con el término (poco difundido)	- Paján cuenta con los recursos para desarrollarse en agroturismo	- Reconoce como importante su ejecución. Vital para la generación de plazas de trabajo	- Se requiere una capacitación que fortalezca el trato con el turista y permita atraerlo	- Falta de apoyo histórico de la entidad municipal - Comisión de turismo no preparada

Oscar Alfredo Vera Nieves (130138519-99)	Habitante y profesor jubilado de la Unidad Educativa Fiscal Paján	- Interesante	- No existe familiarización con el término (importante matizarlo y difundirlo)	- Puede lograrse	- El proyecto debe ser socializado y cristalizado a través de la práctica	- Empezar una campaña en colegios; a nivel cantonal que prepare a los habitantes para recibir turistas	- Falta de vocación de servicio de las autoridades municipales
Cristhofer Xavier Banchón Nieto	Joven habitante de Paján	- Necesaria. Para fomentar la visita general al cantón. - Existen allegados interesados en la actividad agraria	- No existe familiarización con el término	- Existen un sinnúmero de haciendas con paisajes que deben mostrarse. Paseos en caballo por la zona serían beneficiosos	- Interés por dar una identidad a Paján y sus habitantes ante el Ecuador	- Acogerlos con el calor y el entusiasmo propio del Manabita. Brindarles un acercamiento gastronómico.	- Falta de líderes que aprovechen e inviertan en turismo. - Falta de apoyo económico a emprendedores - Falta de inversión a nivel de infraestructura
Zaira Yadira Plaza Sánchez	Habitante y propietaria del comercio Plaza's Market	- Necesaria. Manabí en general ha sido descuidada en la actividad turística	- Existe familiarización con el término. - Hillary en Arenillas cuenta con una propuesta de agroturismo (visitar)	- Paján cuenta con maravillas naturales en las cuales se puede invertir	- Interés por dar una identidad a Paján y sus habitantes ante el Ecuador	- Dar un buen servicio (carta de presentación) - Ser amable.	- Falta de visión y originalidad. - Falta de cooperación entre sector privado y público. - Falta de capacitaciones turísticas y créditos apoyados por el GAD.
Myrian Rosero Polanco	Habitante de Paján y Directora del Festival Internacional "la Torta de Choclo más grande del mundo"	Importante. Con imperante necesidad de implementarse	Existe familiarización por impulso turístico realizado en los últimos años dentro del cantón	Paján es un sector eminentemente agro productor, por tanto, considero que cuenta con mucho potencial	Interés por que se desarrolle y se integre a la poca oferta turística existente en el cantón	- Debe crearse una cultura de servicio a nivel cantonal	- Falta de inversión privada y pública en el sector turístico

				aprovechable		
Ideas adicionales: Apelar a la creación de experiencias tradicionales.						

PREGUNTAS A EXPERTOS EN PLANIFICACIÓN

Entrevistado	Papel	Factibilidad de la propuesta	Visita a productos agroturísticos en Ecuador (Experiencia)	Perspectiva de la situación del agroturismo en el país	Creación de un producto de agroturismo de calidad	Sugerencias
Prof. Andrea Yépez	Experto en planificación	El principal reto es que el planificador analice y lleve su propuesta apegado a la realidad del agroturismo en el país	La mayoría a pesar de denominarse productos agroturísticos se alejan de la definición, debido a su diversificación para mantener rentabilidad.	No considera buena la situación del agroturismo en el país	Antes de comenzar a implementar herramientas de planificación se debe hacer un estudio de demanda focalizado, para entender lo que esperan y quieren , así la hacienda podrá mantenerse a un largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar entrevistas a dueños de haciendas que hayan implementado actividades agroturísticas (La Gloria) -Darle un giro al tema de investigación, enfocando la demanda y sus preferencias -Realizar una matriz de posibles fuentes de financiamiento -Especificar las fases de proyecto en base a lo que quiere la demanda.

Entrevistado	Papel	Factibilidad de la propuesta	Visita a productos agroturísticos en Ecuador (Experiencia)	Perspectiva de la situación del agroturismo en el país	Creación de un producto de agroturismo de calidad	Sugerencias
MSc. Sebastián Numa Calle	Experto en planificación	Considera factible la propuesta siempre y cuando se desarrolle una adecuada planificación de producto turístico	Sí, ha tenido seis experiencias, dos de ellas excelentes y cuatro malas.	Considera que el agroturismo aún no cuenta con un gran campo de relevancia dentro del sector turística, y esto se debe a que no se ha desarrollado un modelo de gestión adecuado.	<ul style="list-style-type: none"> -Enfocarse en los modelos de gestión -Hacer la experiencia vivencial, que el turista no vaya a trabajar para la empresa, que se utilice todo lo que elabora o crea -Añadir un valor agregado a las actividades que se ofertan 	<ul style="list-style-type: none"> -Revisión bibliográfica exhaustiva, no tomar casos de estudio de Ecuador, si no de España, Argentina y México -Emplear herramientas de planificación enfocadas a un producto turístico -No realizar una investigación de mercado sesgada, considerar todos los nichos de mercado. -Recordar que el turismo se basa en hiper-segmentación -No olvidar manejar el proyecto con la perspectiva de que se lo vamos a entregar a un cliente final, es decir, éste quiere saber qué hacer con lo que ya tiene.

PREGUNTAS A TURISTAS POTENCIALES DE GUAYAQUIL

Entrevista do	Ocupación	Viaja con frecuencia	Impactos positivos y negativos al momento de viajar	Disfruta realizar actividades al aire libre	Familiarización con el termino Agroturismo	Conoce la ubicación del cantón Paján	Visita a haciendas que ofrece actividades agroturísticas	Viajaría a la Hacienda San Agustín para realizar actividades agroturísticas	Qué expectativas tiene
Daniela Alexandra Roldán Carranza	Estudiante	Disfruta de viajar, pero no lo hace con frecuencia debido a la exigencia de los estudios	Disfruta el poder estar en contacto con lugares y sociedades nuevas, así como el realizar actividades enfocadas a los deportes extremos	Sí	Contesto afirmativamente, relacionándolo con el producto turístico del Cacao.	Sí, debido a que estuvo realizando un proyecto en Paján	Hasta ahora no ha visitado haciendas que ofertan estas actividades	Sí, siempre y cuando desarrolle una propuesta interesante que le motive a desplazarse hacia el destino.	Que las cosas estén ordenadas, que cuente con hospedaje acorde con el tipo de turismo que se está ofertando, que sea cómodo, y que el recorrido no sea sólo explicativo sino que involucre activamente al turista.

Entrevistado	Ocupación	Viaja con frecuencia	Impactos positivos y negativos al momento de viajar	Disfruta de realizar actividades al aire libre	Familiarización con el termino Agroturismo	Conoce la ubicación del cantón Paján	Visita a haciendas que ofrece actividades agroturísticas	Viajaría a la Hacienda San Agustín para realizar actividades agroturísticas	Qué expectativas tiene
Adrianna Del Mar Cangá Caicedo	Estudiante	Relativamente, cuando los horarios de estudio lo permiten, hace dos meses viajó a Esmeraldas	Positivo: Conocer el lugar que se va a visitar, interactuar con el entorno Negativo: El tiempo muerto hasta llegar al destino.	Sí	A pesar de que no puede definirlo lo ha escuchado en su Universidad (Universidad Agraria del Ecuador)	No	No algo tan especializado, pero cuando estuvo en Esmeralda visitó la hacienda "La Yapa" que ofrecen un acercamiento al cacao ecuatoriano y explicación sobre el proceso de almacenamiento	Sí, pero considera que se debe ofrecer demostraciones de cómo se lleva la agricultura tradicional	Que sea una experiencia extremadamente rural, no le gustaría estar en continuo contacto con la tecnología si es que visita la hacienda San Agustín.

Elaboración propia (2018).

4.3. Matriz de primera validación de baja

Tabla D.2 Matriz de primera validación de baja fidelidad

PROYECTO: Diseño de un plan de actividades agroturísticas para potenciar la Hacienda “San Agustín”, ubicada en el cantón Paján, provincia de Manabí.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
<i>Pertinencia</i>	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
<i>Distribución</i>	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
<i>Accesibilidad</i>	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	

<i>Uso de materiales</i>	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.		
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.		
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.		
	TOTAL			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS				
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma	

Elaboración propia (2019).

4.4. Matriz de segunda validación de baja

PROYECTO: Diseño de un plan de actividades agroturísticas para potenciar la Hacienda “San Agustín”, ubicada en el cantón Paján, provincia de Manabí.

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es “deficiente”, 5 “ideal” y 10 “excesivo”, evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.										
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.										
3. Precios fijados por tipo de visita.										

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta:	Aspecto que menos le agrada de la propuesta:
---	---

Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

Elaboración propia (2019).

APÉNDICE E

5.1. Certificación de las validaciones

Primera validación de baja fidelidad

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
<i>Pertinencia</i>	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	9
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
<i>Distribución</i>	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	9
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
<i>Accesibilidad</i>	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	10
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	
<i>Uso de materiales</i>	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.	9
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.	
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.	
TOTAL			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> * DISTANCIA ADECUADA ENTRE LA CASA DE HUESPEDES Y EL CORRAL DEL GRANADO. * INCLUIR PLANTACIONES EN LOS CAMINOS Y SENDEROS QUE HAGAN MÁS CONFORTABLE LAS CAMINATAS. * INCLUIR CUARTOS DE SERVICIO PARA LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN ESTA ÁREA. 		
Plaza Valdiviezo Agustín Adrián	PROPIETARIO HEDA. "SAN AGUSTÍN"	131251247-6	
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
Pertinencia	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	10
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
Distribución	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	9.5
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
Accesibilidad	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	10
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	
Uso de materiales	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.	10
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.	
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.	
TOTAL			39.5
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	Colocar nombres y/o números en el plano		
Lady Soto Navarrete	Docente en Desarrollo Sust.	0918010232	Lady Soto
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
Pertinencia	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	9
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
Distribución	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	10
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
Accesibilidad	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	8
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	
Uso de materiales	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.	10
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.	
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.	
TOTAL			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	Revisar la ubicación de la cocina, dejar un lugar para aparcamiento de motocicletas separada del área destinada para la cocina, montaje tipo II, con horno, mesón de despacho, contar pesillo (comedor de servicio), Utilizar la infraestructura para actividades de cocina		
Maria Encarnación Jales	Chef Profesional MZA	1719369686	Maria Encarnación Jales
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
Pertinencia	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	8
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
Distribución	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	7
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
Accesibilidad	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	8
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	
Uso de materiales	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.	8
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.	
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.	
TOTAL			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	Falta definir ciertos áreas como la administración, recepción, dispensario médico. Se necesitan mayor cantidad de servicios higiénicos y duchas.		
Ivonne <i>Paetia Moreno</i>	Gestión de Proyectos	0911779163	<i>Antón</i>
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIO DE VALIDACIÓN	PARÁMETROS		CALIFICACIÓN
Pertinencia	0 - 3	Las instalaciones propuestas no están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar.	7
	4 - 7	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar, sin embargo falta incluir una o varias de ellas.	
	8 - 10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias.	
Distribución	0 - 3	Las instalaciones se presentan desordenadas.	8
	4 - 7	Las instalaciones se presentan medianamente ordenadas.	
	8 - 10	Las instalaciones se presentan ordenadas y correctamente distribuidas en el espacio.	
Accesibilidad	0 - 3	No existen caminos que faciliten el acceso a las instalaciones.	10
	4 - 7	Existen caminos, sin embargo no permiten el acceso a todas las instalaciones.	
	8 - 10	Existen caminos que conectan y dan acceso a todas las instalaciones.	
Uso de materiales	0 - 3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el medio.	10
	4 - 7	Alguno de los materiales de construcción propuestos no está acorde con el medio.	
	8 - 10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales.	
TOTAL			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	Distribuir mejor las actividades dentro del prototipo y aprovechar espacios.		
Nuno Sebastián Calle Lirio	Docente	0302063854	<i>Nuno</i>
Nombre	Cargo	Número de cédula	Firma

Segunda validación de baja fidelidad.

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.					X					
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.				X						
3. Precios fijados por tipo de visita.					X					

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: Todas las actividades propuestas	Aspecto que menos le agrada de la propuesta: La capacidad del hospedaje, desearía que fuera más. Podrían incrementar un área de camping.
---	--

Maritza Antonella Segovia Egred	1914735543	Monta	Antonella Segovia Egred
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.					X					
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.					X					
3. Precios fijados por tipo de visita.					X					

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: Que pueda promover en la hacienda	Aspecto que menos le agrada de la propuesta: Que la planta baja se encuentren habitaciones y áreas administrativas
--	--

Daniela Riquel Andino	0941916380	Tucuposquil	Daniela Riquel Andino
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.					X					
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.				X						
3. Precios fijados por tipo de visita.				X						

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: Que ayuda a desarrollar actividades no cotidianas y nos permite estar más cerca de la naturaleza. Además nos muestra y hace partícipes mucho más de la identidad manabita.	Aspecto que menos le agrada de la propuesta:
---	---

Viviana Coreales	1316370863	Portoviejo	
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.					X					
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.					X					
3. Precios fijados por tipo de visita.		X								

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: • Actividades son muy relevantes y relevantes para las actividades agroturísticas. • Me gusta la distribución del proyecto y su planteamiento del alojamiento inicial.	Aspecto que menos le agrada de la propuesta: • Sin embargo debe mejorarse la descripción de las actividades puntuales (la propuesta de valor) ¿Qué lo hace diferente? • No obstante, considero que deben incluir el tema de transporte. ¡Revisar los precios de la competencia!
--	---

Dominica Barahona Canales	0976269952	Quayaguil	
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.					X					
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.					X					
3. Precios fijados por tipo de visita.				X						

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y APROVECHAMIENTO DEL ESPACIO	Aspecto que menos le agrada de la propuesta:
---	---

MARIA VALDIVIEZO DE PLOZO	130792967-7	ADMINISTRADORES DE LA HACIENDA SAN AGUSTIN	Maria Valdiviezo
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En una escala del 1 al 10, donde 1 es "deficiente", 5 "ideal" y 10 "excesivo", evalúe los siguientes aspectos del proyecto.

Aspecto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Número de actividades agroturísticas propuestas.										
2. Capacidad de alojamiento de la casa de huéspedes.										
3. Precios fijados por tipo de visita.										

Luego de ver y analizar la propuesta.

- ¿Visitaría usted la Hacienda San Agustín una vez concretado el proyecto? Sí No

Aspecto que más le agrada de la propuesta: Talleres Cabalgata Organización del espacio.	Aspecto que menos le agrada de la propuesta: Debería alternativas para quienes no deseen caminar el km hasta la zona de recolección de frutos, como biciletas o caballos.
---	---

Daniela A. Roldán Carranza	0953311883	Guayaquil	Daniela Roldán C
Nombre	Número de cédula	Lugar de residencia	Firma

Ilustración E.1 Primera validación del prototipo de baja. MBA. Ivonne Martín



Tomada por: Córdova, A. (2019).

Ilustración E.2. Primera validación del prototipo de baja fidelidad. Chef. María Salas



Tomado por: Plaza, J. (2019).

Ilustración E.3. Primera validación de prototipo de baja. Docente en planificación turística



Tomada por: Córdova, A. (2019).

Ilustración E.4. Segunda validación de prototipo de baja. Administradora de la Hacienda San Agustín



Tomada por: Plaza, J. (2019).