

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un producto agroturístico basado en la producción y procesamiento del cacao para potenciar la finca “Hayak”, ubicada en el cantón Balzar, provincia del Guayas

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Ivanna Paulet Romero Muñoz

Peter Ángel Yupa Choez

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

A Dios y a nuestros padres por ser el pilar de apoyo durante nuestras vidas e inculcarnos que la mejor herencia que nos pueden dejar es la educación.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro sincero agradecimiento a cada persona que nos brindó su apoyo antes y durante el transcurso de nuestra carrera, en especial a Hayak Chocolate por creer en nuestras capacidades para la realización de este proyecto.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Ivanna Paulet Romero Muñoz y Peter Ángel Yupa Choez 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"



Ivanna Romero Muñoz



Peter Yupa Choez

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ivonne Martín Moreno', written over a horizontal dotted line.

MBA. Ivonne Martín Moreno
PROFESOR DE LA MATERIA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrea Yáñez', written over a horizontal dotted line.

Lcda. Andrea Yáñez
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La finca “Hayak”, ubicada en el cantón Balzar, se dedica a la producción de cacao y a la venta de semielaborados, pero busca una fuente de ingresos adicionales; considerando el interés creciente de sus clientes de visitar la plantación como una oportunidad para lograrlo. En respuesta, el proyecto se enfoca en diseñar un producto agroturístico basado en la producción y procesamiento del cacao. Con este, se aspira a generar ingresos extra, promover el consumo de chocolate artesanal, ampliar la oferta turística del cantón. El estudio siguió un enfoque mixto de tipo exploratorio y se usó herramientas de planificación turística para plantear una propuesta. Este, fue complementado con un estudio de mercado, diseño de experiencia, estudio financiero y proceso de validación de prototipos de baja y alta fidelidad, sustentando su viabilidad comercial, económica y técnica. Como resultado, se determinó que el objeto de estudio es un atractivo de jerarquía I, con condiciones mínimas para generar un producto, donde pueden desarrollarse 6 actividades agroturísticas. Asimismo, se identificó que los jóvenes y adultos de Guayaquil están interesados en desarrollar este tipo de actividades en una finca cacaoera. También, el proyecto demostró ser rentable al proyectar valores positivos en los indicadores de VAN y TIR. En conclusión, la finca Hayak puede desarrollarse turísticamente mediante el diseño y comercialización de un producto agroturístico planificado, que aproveche sus recursos y potencialidades, así como los de su área de influencia.

Palabras Clave: Agroturismo, cacao, diseño de producto, experiencia turística.

ABSTRACT

The “Hayak” farm, located in the canton of Balzar, is dedicated to the production of cocoa and the sale of semi-finished products, but seeks a source of additional income; considering the growing interest of its clients to visit the plantation as an opportunity to achieve it. In response, the project focuses on designing an agrotourism product based on the production and processing of cocoa. With this, it aims to generate extra income, promote the consumption of artisanal chocolate, expand the tourist offer of the canton and encourage the protection of nature. The study followed an exploratory quantitative approach and tourism planning tools were used to raise a proposal. This was complemented with a market study, experience design, financial study and validation process of low and high fidelity prototypes, supporting its commercial, economic and technical feasibility. As a result, it was determined that the object of study is an attractive hierarchy I, with minimum conditions to generate a product, where 6 agrotourism activities can be developed. In addition, it was identified that the youth and adults of Guayaquil are interested in developing this type of activities in a cocoa farm. Also, the project proved to be profitable by projecting positive values on the NPV and IRR indicators. In conclusion, the Hayak farm can be developed tourism through the design and commercialization of a planned agro-tourism product, which takes advantage of its resources and potential, as well as those of its area of influence.

Keywords: *Agrotourism, cocoa, product design, tourism experience.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	I
RESUMEN	II
ABSTRACT	III
ÍNDICE GENERAL	IV
ABREVIATURAS	VII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Descripción del problema	2
1.2. Justificación del problema	3
1.3. Objetivos	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos	3
1.4. Marco teórico	4
1.4.1. Conceptos básicos	4
1.4.2. Casos de estudio	7
CAPÍTULO 2	23
2. METODOLOGÍA.....	23
2.1. Mapeo de los actores involucrados	23
2.1.1. Identificación de actores	23
2.1.2. Entrevistas	11
2.1.3. Mapeo de actores	11

2.1.4.	Determinación del tamaño de la población meta	12
2.1.5.	Elaboración de matriz con ideas relevantes	13
2.2.	Planificación del producto turístico	14
2.2.1.	Diagnóstico	14
2.2.2.	Análisis	14
2.2.3.	Propuesta	15
2.3.	Estudio de mercado	15
2.3.1.	Definición de la población meta	15
2.3.2.	Determinación de la muestra	15
2.3.3.	Estructuración de la encuesta	17
2.3.4.	Testeo, aplicación y análisis de los resultados	18
2.4.	Estudio financiero	18
2.5.	Diseño de prototipos de baja y alta fidelidad	18
2.5.1.	Prototipo de baja fidelidad	19
2.5.2.	Prototipo de alta fidelidad	19
2.5.3.	Validación de prototipos	19
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	21
3.1.3.	Análisis FODA	22
3.1.4.	Producto agroturístico	26
3.2.	Estudio de mercado	27
3.3.	Características de la demanda	28
3.4.	Público Objetivo	28

3.5. Características del mercado.....	29
3.6. Estudio Financiero.....	30
3.7. Validación de prototipos	32
3.7.1. Prototipo de baja fidelidad.....	32
3.7.2. Prototipo de alta fidelidad.....	34
CAPÍTULO 4.....	41
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	44
APÉNDICES	46
APÉNDICE A	47
APÉNDICE B	69
APÉNDICE C	102
APÉNDICE D	107
APÉNDICE E	123
APÉNDICE F.....	133

ABREVIATURAS

ANECACAO	Asociación Nacional de Exportadores de Cacao
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
ICCO	Organización Internacional del Cacao
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador
MINTUR	Ministerio de Turismo de Ecuador
OMT	Organización Mundial del Turismo
SERNATUR	Servicio Nacional de Turismo

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Mapeo de los actores de la finca “Hayak”	12
Ilustración 2.2 Matriz de ideas relevantes	13
Ilustración 3.1 Resultados evaluación técnica de Jerarquización.....	21
Ilustración 3.2 Infografía Actividades agroturísticas.....	26
Ilustración 3.3 Características de la competencia.....	27
Ilustración 3.4 Características de la demanda.....	28
Ilustración 3.5 Síntesis características del Mercado.....	29
Ilustración 3.6 Prototipo de baja fidelidad.....	32
Ilustración A.1 Cantones limítrofes con Balzar.....	46
Ilustración A.2 Ubicación geográfica finca “Hayak”	46
Ilustración A.3 Distribución de la finca “Hayak”	47
Ilustración A.4 Distancia entre Guayaquil y finca “Hayak”	48
Ilustración A.5 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.....	49
Ilustración A.6 Actividad uno: caminatas.....	63
Ilustración A.7 Actividad dos: Exhibición de árboles frutales.....	64
Ilustración A.8 Actividad tres: Taller de elaboración de chocolate.....	65
Ilustración A.9 Actividad cinco: Fotografía.....	66
Ilustración A.10 Actividad seis: Compra de souvenirs.....	66
Ilustración B.1 Hacienda Cañas.....	70
Ilustración B.2 Hacienda La Danesa.....	71
Ilustración B.3 Hacienda CACAO & MANGO.....	72
Ilustración B.4 Población de la provincia del Guayas por edades.....	75
Ilustración B.5 Imagotipo de la finca “Hayak”	79
Ilustración F.1 Validación del prototipo de baja MSc. Wilmer Carvache.....	140
Ilustración F.2 Validación del prototipo de alta en Finca “Hayak”	141
Ilustración F.3 Recorrido por las plantaciones de cacao.....	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Identificación de los actores involucrados.....	10
Tabla 2.2 Detalle de las personas entrevistadas.....	11
Tabla 2.3 Cálculo del tamaño de la población meta.....	12
Tabla 3.1 Análisis de Miossec.....	20
Tabla 3.2 Análisis FODA cruzado.....	22
Tabla 3.3 Público objetivo para la finca “Hayak”	28
Tabla 3.4 Proyección de flujo de caja.....	30
Tabla 3.5 Análisis TIR y VAN del proyecto.....	31
Tabla 3.6 Cálculo del costo promedio ponderado de capital.....	31
Tabla 3.7 Rentabilidad.....	31
Tabla 3.8 Resultado del prototipo de baja fidelidad.....	33
Tabla A.1 Consideraciones para realizar las actividades propuestas.....	67
Tabla B.1 Población de la provincia del Guayas por edades.....	74
Tabla B.2 Demanda potencial para la finca “Hayak”	76
Tabla B.3 Tasa de crecimiento poblacional.....	76
Tabla B.4 Demanda efectiva mensual para la finca Hayak.....	77
Tabla B.5 Estimación de la demanda efectiva anual por temporadas.....	78
Tabla C.1 Mapa de empatía.....	102
Tabla C.2 Itinerario de experiencia.....	103
Tabla D.1 Inversión fija.....	107
Tabla D.2 Obra física.....	108
Tabla D.3 Inversión diferida.....	108
Tabla D.4 Depreciación y Amortización.....	109
Tabla D.5 Resumen de Inversión.....	110
Tabla D.6 Financiamiento de la inversión.....	110
Tabla D.7 Financiamiento del proyecto.....	110
Tabla D.8 Detalle de financiamiento.....	111
Tabla D.9 Capital de trabajo.....	112
Tabla D.10 Costo Unidad.....	112
Tabla D.11 Precio de Venta.....	113

Tabla D.12 Punto de equilibrio.....	113
Tabla D.13 Proyección de ventas.....	113
Tabla D.14 Escenario - Cálculo de la demanda.....	114
Tabla D.15 Descripción de proyección de ventas.....	114
Tabla D.16 Capacidad en base a proyección.....	114
Tabla D.17 Balance del presupuesto.....	115
Tabla D.18 Costos fijos.....	116
Tabla D.19 Balance de pérdidas y ganancias.....	117
Tabla D.20 Capital de trabajo por áreas.....	117
Tabla D.21 Proyección de flujo de caja.....	118
Tabla D.22 Balance general final proyectado.....	119
Tabla D.23 Análisis TIR y VAN del proyecto.....	120
Tabla D.24 Cálculo del costo promedio ponderado de capital.....	120
Tabla D.25 Rentabilidad.....	120
Tabla D.26 CAPM.....	121
Tabla E.1 Resumen de entrevistas.....	126
Tabla E.2 Ficha de prototipo de baja fidelidad.....	131
Tabla E.3 Ficha de validación de alta fidelidad.....	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Funcionamiento del sistema turístico.....	4
Gráfico 2.3 Niveles socioeconómico NSE.....	16
Gráfico 3.1 Nivel de satisfacción sobre experiencia.....	33
Gráfico 3.2 Calificación de servicios.....	35
Gráfico 3.3 Incidencia de puesta en riesgo de seguridad o bienestar.....	36
Gráfico 3.4 Recomendación después de visita.....	36
Gráfico 3.5 Calificación de aspectos de la visita.....	37
Gráfico 3.6 Precio de \$85 propuesto para la visita.....	37
Gráfico 3.7 Interés manifiesto de visitar la finca después de mejoras.....	38
Gráfico 3.8 Comentarios y sugerencias.....	38
Gráfico B.1 Cronograma de actividades.....	81
Gráfico B.2 Género.....	86
Gráfico B.3 Edad.....	86
Gráfico B.4 Ingresos económicos mensuales.....	87
Gráfico B.5 Nivel de estudios.....	87
Gráfico B.6 Sector de Guayaquil donde vive.....	88
Gráfico B.7 Visita previa a lugares especializados en agroturismo.....	89
Gráfico B.8 Lugares especializados en agroturismo visitados.....	89
Gráfico B.9 Predisposición a la práctica de actividades agroturísticas.....	90
Gráfico B.10 Tiempo dispuesto a viajar desde lugar de residencia a finca.....	91
Gráfico B.11 Predisposición a realizar actividades en la finca.....	91
Gráfico B.12.1 Tipo de alimentación deseada durante la visita.....	92
Gráfico B.12.2 Tipo de transportación deseada para llegar a la finca.....	93
Gráfico B.12.3 Modalidad de guianza.....	93
Gráfico B.12.4 Necesidad de seguro.....	94
Gráfico B.13 Predisposición a hospedarse.....	94
Gráfico B.14 Valor de alojamiento por noche dispuesto a pagar.....	95
Gráfico B.15 Valor total del paquete dispuesto a pagar.....	95
Gráfico B.16 Forma de pago preferida.....	96

Gráfico B.17 Conocimiento del cantón Balzar.....	97
Gráfico B.18 Tipo de turismo realizado en los 2 últimos años.....	97
Gráfico B.19 Tipo de turismo realizado en los 2 últimos años.....	98
Gráfico B.20 Compañía de viaje.....	98
Gráfico B.21 Medio por el cual se informa de productos turísticos.....	99
Gráfico B.22 Red social por la que conoce productos turísticos.....	100

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El turismo internacional ha experimentado durante los últimos años un crecimiento exponencial. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 2018 la llegada de turistas internacionales se incrementó en un 5% sobrepasando la meta de 1.4 billones (OMT, 2019). Este fenómeno social propiciado por una economía global relativamente fuerte, una clase media en aumento, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, costos de viaje asequibles y facilitación de visas ha permitido que el sector de viajes se convierta en una valiosa fuente de desarrollo económico para los pueblos impulsando la generación de empleos y sirviendo como catalizador para la innovación y el emprendimiento.

El turismo es una actividad en constante expansión y diversificación, que responde a los gustos, preferencias y necesidades de la sociedad. La (OMT, 2019) destaca que el 56% de viajeros lo hace por ocio y que las tendencias más seguidas son los viajes “para cambiar”, vivir como un local, en busca de autenticidad y transformación. Asimismo, los viajes "para mostrar" ya sea por redes sociales u otros medios, compartir momentos, experiencias y destinos son los objetivos de viaje principales de los turistas. Una de las modalidades que converge estas tendencias, es el agroturismo.

A pesar de no tener un apogeo reciente y ser una opción atractiva para los países que centran su economía en el sector primario, el agroturismo en el Ecuador aún se encuentra en período de adopción. El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) sostuvo en el 2018 que el país posee las condiciones geográficas, climáticas, geológicas e hidrológicas favorables para la producción agrícola; factores considerables para el desarrollo de productos turísticos centrados en esta temática. Como resultado, fincas dedicadas a este fin han sido adaptadas por la necesidad de diversificar sus fuentes de ingresos y ofrecer estos servicios, conformando una oferta pionera y con resultados positivos.

1.1. Descripción del problema

La finca “Hayak”, ubicada en el cantón Balzar, es un predio familiar que por cerca de 9 años se ha dedicado a la producción de cacao. Fue constituida por Vanessa Moreira y Jorge Triviño, una pareja de esposos, quienes con la idea de emprender e invertir unos ingresos inesperados, compraron un terreno para realizar actividades agrícolas.

Iniciando como un potrero de 15 hectáreas las tierras de la propiedad fueron utilizadas inicialmente para la cosecha de maíz hasta finalmente dedicarse al cacao, pero, en vista de que el precio de este producto fluctúa frecuentemente en el mercado, los administradores vieron la oportunidad de mantener sus ingresos estables agregando valor a su plantación. Es así, que, con el interés de ampliar sus conocimientos, Jorge Triviño viajó a Argentina para cursar estudios de chocolatería y en la actualidad además de vender cacao, procesa la materia prima para la elaboración de barras de chocolate y bombones que son comercializados a nivel nacional e internacional.

De acuerdo con la Organización Internacional del Cacao (ICCO) Ecuador es el tercer productor de cacao en el mundo con el 7% de la producción (citado en ANECACAO, 2019). Sin embargo, a pesar de su reconocimiento y posicionamiento en mercados de consumo masivo, el cacao ecuatoriano no es aprovechado en su totalidad. Durante el 2018, las exportaciones de semielaborados representaron el 6.33% del suministro exportable total de cacao. Además, el ecuatoriano desaprovecha su valor nutricional ya que consume al año 300 gr de chocolate, mientras que en Colombia esta cifra sería cinco veces mayor (ANECACAO, 2019).

La promoción que han dado los propietarios a su chocolate ha captado la atención de compradores, quienes han expresado a los administradores su deseo de visitar la finca para conocer sobre la producción y el procesamiento. Por esta razón, los propietarios ven la necesidad de desarrollarla turísticamente, pero no cuentan con un producto agroturístico y la planta turística adecuada que les permita recibir visitantes, incrementar sus ingresos y a la vez aportar al desarrollo económico de la localidad.

1.2. Justificación del problema

La finca “Hayak” puede aprovecharse turísticamente y tener una fuente extra de ingresos a través del diseño de un producto agroturístico, que permita a los visitantes experimentar las actividades cotidianas de la finca, relacionadas con la producción y procesamiento del cacao. Además de concienciar sobre un patrimonio natural y cultural del país: el cacao, y promover la cultura del consumo de chocolate amargo, se amplía la oferta turística del cantón Balzar creando un precedente que puede ser tomado de ejemplo para ser replicado en la localidad y mejorar su calidad de vida.

Por lo tanto, el diseño de este producto agroturístico puede aportar de manera positiva no solo a la finca sino en general a la comunidad rural, puesto que podría ayudar a reactivar la economía del sector y crear fuentes de empleo.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un producto agroturístico para la finca “Hayak”, centrado en la producción y procesamiento del cacao, para la generación de ingresos adicionales a sus propietarios.

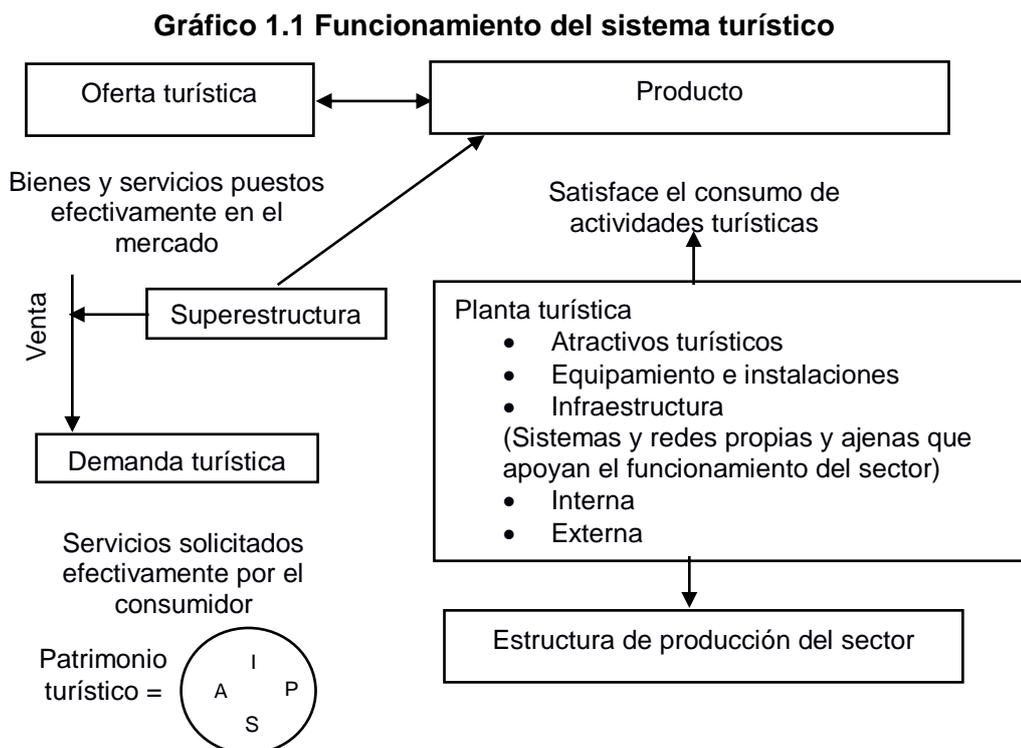
1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar el perfil del visitante potencial de la finca mediante un estudio de mercado.
- Evaluar la infraestructura actual de la finca por medio del uso de herramientas de planificación turística para el desarrollo de una planta turística adecuada.
- Elaborar una propuesta de paquete turístico sobre las actividades de agroturismo basadas en el cacao que se pueden realizar en la finca con la creación de experiencias.
- Analizar la viabilidad comercial y económica de la propuesta a través de un estudio financiero.

1.4. Marco teórico

1.4.1. Conceptos básicos

El agroturismo tiene varias interpretaciones, pues no es un concepto estudiado a profundidad o utilizado en textos académicos con frecuencia. Suele confundirse con el turismo rural, pero este permite a los visitantes experimentar productos vinculados con actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida, culturas rurales, pesca con caña y la visita a lugares de interés; se desarrolla en zonas de baja densidad demográfica donde prevalece la agricultura, la silvicultura, y con estructuras sociales tradicionales (OMT, 2019). Por otro lado, el agroturismo es una práctica desarrollada en un espacio rural específico, en el que el agricultor participa activamente y ofrece sus servicios tales como: hospedaje, alimentación, y actividades complementarias. El turista participa en las tareas habituales del campesino o es testigo de ellas (Andrade, 2015). Los viajeros deben recibir servicios que aumenten su confort y oportunidades de diversión, por eso existen una serie de factores que regulan su funcionamiento y conforman un sistema.



Elaborado por Boullón (2006)

Uno de los componentes del sistema turístico es la demanda, Según Boullón (2006) la demanda se divide en:

- La demanda real indica el número total de turistas que visitan un lugar en un tiempo determinado y la suma de bienes y servicios contratados.
- El turista real – consumidor potencial se refiere a los integrantes de la demanda real que realizan gastos adicionales, no pagados antes de salir de viaje.
- La demanda histórica es el registro de la demanda real ocurrida en el pasado y el análisis de sus cambios y tendencias para deducir su evolución.
- La demanda futura es el resultado del cálculo de la cronología de la demanda histórica de un lugar para realizar proyecciones de su posible crecimiento, estancamiento o decrecimiento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.
- La demanda potencial es la conformada por mercado no conquistada y la demanda futura como consecuencia del mejoramiento de los servicios, aumento de la capacidad de alojamiento o las campañas de publicidad.

Otro componente es la oferta que integra los productos o servicios ofrecidos al turista en el destino por un precio y tiempo determinado. De acuerdo con EMBRATUR (1984, citado en Panosso. 2012, p. 232) existen tres categorías de la oferta turística:

- Atractivos turísticos: lugar, objeto o acontecimiento turístico que motiva el desplazamiento de grupos humanos para conocerlos.
- Servicios y equipamiento turístico: conjunto de edificaciones, instalaciones y servicios indispensables para el desarrollo del turismo como sitios de hospedaje, alimentación, entretenimiento, agenciamiento, de información, etc.
- Infraestructura turística de apoyo: obras e instalaciones de la estructura física de base, como sistema de transportes, energía eléctrica, red de drenaje, servicios de abastecimiento de agua, sistema de comunicaciones, etc.

Según Boullón (2006) El **producto turístico** está integrado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. En esta relación interactúan las instalaciones, maquinarias, etc. con los prestadores del servicio y donde factores como la ubicación, imagen, etc., son decisivos. El producto turístico no está solo configurado por el lugar donde se da la prestación, sino que el entorno forma parte del producto que, a su vez, gira en torno a uno o varios recursos turísticos (OMT, 1998).

Actualmente se desarrolla un producto turístico especial basado en las experiencias, el cual involucra directamente al visitante. El Servicio Nacional de Turismo en Chile (SERNATUR) plantea en el 2016 que una experiencia se caracteriza por:

- Articular bienes y servicios habituales con otros poco comunes y elegidos para integrar la experiencia en los servicios turísticos.
- Estimular múltiples sentidos, como el olfato, el oído, el tacto u otros, para relacionar al turista con su entorno.
- Apelar a diversas dimensiones humanas, como la física, la intelectual, la social, la espiritual y, sobre todo, la emocional.
- Incorporar una narrativa que dé significado coherencia y organización a todos sus elementos.
- Provocar interacciones con el entorno material o social que vayan más allá de la contemplación.

Según Gurría (1997) ofrecer de forma estructurada, completa e integrada todos los servicios de transportación, alojamiento, alimentación y recreación, es lo que constituye un paquete turístico.

Los servicios ofertados a los turistas son producto de un subsistema denominado planta turística, como expresa Gurría (1997) es la que satisface requerimientos de desplazamiento y estancia en el destino seleccionado, entre ellos están:

- Transporte: Representa el medio de acceder al destino desde la región de origen, hasta el punto de destino (Leiper 1990, citado en la OMT. 1998, p. 111)
- Alojamiento: la finalidad es satisfacer las necesidades del viajero, el cual necesita dormir en un lugar determinado (Gurría, 1997).
- Alimentación: Servicio brindado por medio de cafeterías, restaurantes, bares, etc. La gastronomía de un destino representa una motivación de viaje pues forma parte del patrimonio cultural. A través de la comida y bebida, las personas muestran a qué grupo social pertenecen y también se sienten parte de ese grupo (Panosso, 2012).
- Recreación: Todas las actividades recreativas para satisfacer a los individuos y donde pueden ser espectadores o actores, tales como: deportes, hobbies, la lectura, el teatro, los juegos de azar, etc. (Gurría, 1997).
- Servicios de apoyo: Todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar, tales como seguridad pública, sanidad general, telefonía, hospitales, bancos, casas de cambio, transportación local, estaciones de combustibles, etc. (Gurría, 1997).

Para que el sistema turístico funcione requiere de la infraestructura, es decir los bienes y servicios que posee un país para sostener sus estructuras sociales y productivas tales como educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Además, es fundamental un subsistema superior regulador llamado superestructura el cual comprende todos los organismos especializados, públicos y privados, encargados de optimizar y modificar el funcionamiento de las partes que integran el sistema, para facilitar la producción y venta de los servicios que componen el producto turístico (Boullón, 2005).

1.4.2. Casos de estudio

Un estudio fue realizado en Ghana para conocer el estado del turismo rural en aquel país, por lo cual se escogió la finca cacaotera Tetteh Quarshie y la Finca del Pacífico, cuyo principal atractivo son los avestruces. De acuerdo con Torres y

Henshall (2011) la infraestructura inadecuada y la participación limitada de la comunidad, eran los principales problemas para los visitantes.

Como señala Torres y Henshall (2011) una mejor participación local puede resultar en el empoderamiento de la comunidad y en el alivio de la pobreza. La intervención de la comunidad permite que disfruten de los beneficios derivados de la operación del sitio, lo que incluye el reparto de ingresos y la apertura de empleos, la capacitación en gestión de fincas, fabricación de artesanías y operación de puntos de venta turísticos a pequeña escala, como alimentos y otros puntos de venta para visitantes. Esta es una de las formas más seguras de encaminar los dos sectores económicos hacia un desarrollo efectivo y más sostenido de las comunidades marginadas y periféricas.

Con el propósito de analizar la demanda de turistas que se quedan en instalaciones de agroturismo y evaluar su desarrollo local en términos de ingresos y empleo se dirigió un estudio en la Toscana, una región destacada de Italia donde existe oferta agroturística.

Este estudio determinó que la falta de coordinación entre los proveedores de productos y servicios prestados en el territorio limita la visibilidad del producto local. Una coordinación mejorada implica fortalecer las acciones individuales y mejorar el valor de los productos al vincularlos con recursos específicos del sistema local y la identidad cultural. Esto determinaría un mayor impacto en el desarrollo de la zona (Contini, Scarpellini & Polidoro, 2009).

El impacto potencial en el desarrollo local es alto, pero el impacto real depende de la situación socioeconómica del entorno. La cooperación y las asociaciones entre los actores locales pueden contribuir a mejorar el papel del agroturismo en el desarrollo local. Los agricultores que lo realizan desempeñan un papel determinante porque dan la bienvenida al turista. Gracias a sus enlaces con el territorio, ellos podrían contribuir a la mejora de los recursos locales, consolidar la identidad local y fortalecer significativamente las acciones implementadas por la administración pública (Contini, Scarpellini & Polidoro, 2009).

Para comprender la evolución de la actividad agroturística en Italia y evaluar los impactos locales relacionados con Itria Valley se efectuó un estudio de la empresa orgánica "Raggio Verde" en Cisternino (Brindisi, Italia) con su proyecto de iniciativas multifuncionales a través de la creación de un agroturismo ecológico. (Ciervo, 2013) plantea que el impacto local de la actividad agroturística es diferente según el paradigma de referencia, liberalismo de mercado o ecológico-territorial, y el modelo; con referencia a las relaciones ambientales y sociales, y al nivel de dependencia de fuentes externas.

Por otro lado, se analizaron los factores clave de éxito de este modelo de negocio mediante el estudio de sus características estructurales, sociales y económicas, integradas con un enfoque de sostenibilidad. (Broccardo, Culasso & Truant, 2017) sostienen que hay elementos comunes que le ofrecen potencial, y que el mismo puede abrir nuevos horizontes en el desarrollo rural sostenible, con posibles efectos beneficiosos para el medio ambiente, la sociedad, el patrimonio agrícola y el crecimiento económico. En particular, los desarrolladores de políticas regionales deben tener en cuenta estos elementos para dirigir correctamente los esfuerzos.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Para este proyecto perteneciente al campo de estudio de las ciencias sociales, se utilizó un enfoque mixto de tipo exploratorio. Las herramientas fueron aplicadas de manera estructurada, siguiendo un orden secuencial para no alterar su evolución. En este apartado se detallarán de manera sistemática todas las herramientas utilizadas.

2.1. Mapeo de los actores involucrados

Siguiendo la metodología *Design Thinking* se realizó un mapeo de actores involucrados para conocer: quiénes intervienen en sus diferentes etapas, qué conflictos y relaciones pueden surgir entre ellos.

2.1.1. Identificación de actores

Primero se realizó una lluvia de ideas sobre los actores involucrados, el interés que tienen en el proyecto y cómo se ven afectados con el diseño y la ejecución del mismo. Luego, se elaboró una tabla que facilitó la identificación de instituciones, prestadores de servicios, etc. implicados.

Tabla 2.1 Identificación de los actores involucrados

Actores directos	Actores indirectos
Propietarios	Habitantes del cantón Balzar
Trabajadores de la finca	Cafeterías que vendan productos
Propietarios de otras fincas	derivados del cacao
Prestadores de servicios turísticos en Balzar	Fincas especializadas en agroturismo
Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Balzar	Instituciones financieras
Prefectura del Guayas	Expertos en planificación
Ministerio de Turismo	Ministerio de Agricultura y Ganadería
Habitantes de Guayaquil	Operadores con oferta de agroturismo

Elaboración propia (2019)

2.1.2. Entrevistas

El segundo paso fue realizar entrevistas de sondeo a los actores que se identificaron previamente. Se llevaron a cabo 5, en las cuales se priorizó a los siguientes actores:

Tabla 2.2 Detalle de las personas entrevistadas

Número de personas	Papel de los actores involucrados
1	Director Técnico de la finca
1	Prestadores de servicios turísticos en Guayaquil: Gerente de la Tour Operadora Summer Vacations
1	Copropietario de la cafetería Ciudad Café
1	Jefe del departamento de turismo del cantón Balzar
1	Habitantes del principal foco de distribución: Guayaquil.

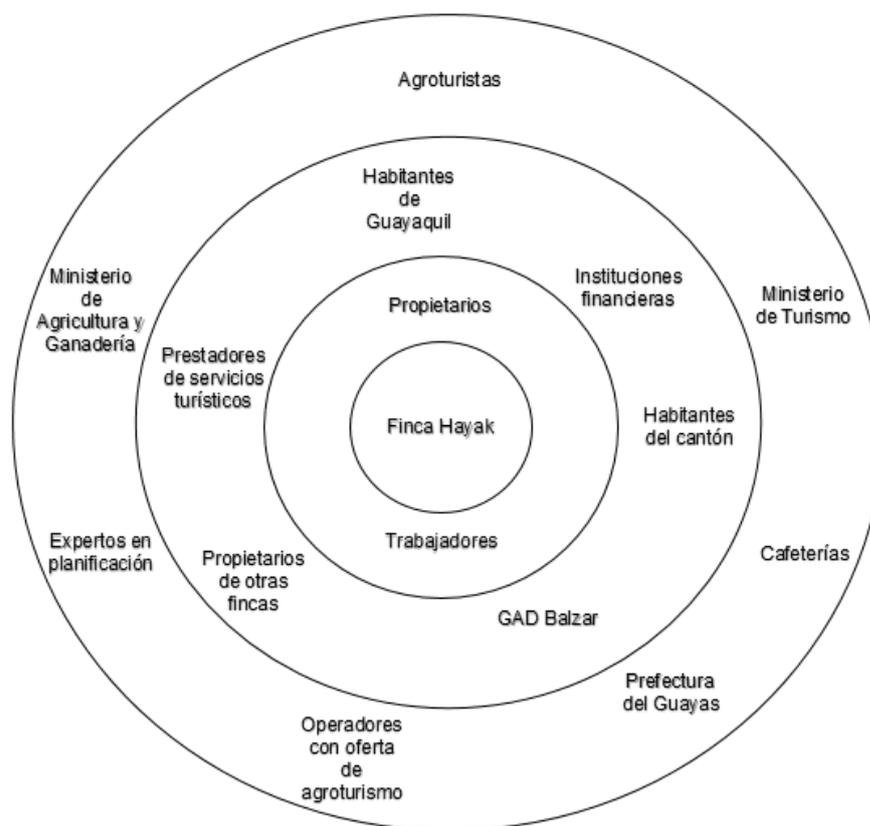
Elaboración propia (2019)

La matriz de las ideas relevantes obtenidas en las entrevistas se encuentra detalladas en el apéndice E. Basándose en estas, se determinó la importancia de cada uno y sus opiniones permitieron identificar los puntos claves que debían considerarse 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 involucrados. Para ubicarlos se elaboró un diagrama de círculos concéntricos ubicando en la parte central a la finca. En el círculo más próximo los que tienen incidencia inmediata que son los propietarios; en el segundo los del microentorno y finalmente los que pertenecen al macroentorno.

Ilustración 2.1 Mapeo de los actores de la finca “Hayak”



Elaboración propia (2019)

2.1.4. Determinación del tamaño de la población meta

Para la determinación de la población meta se contabilizó el total de habitantes de la ciudad de Guayaquil, basado en el censo de del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) dando como resultado 2'350.915 individuos, obteniendo los siguientes cálculos:

Tabla 2.3 Cálculo del tamaño de la población meta

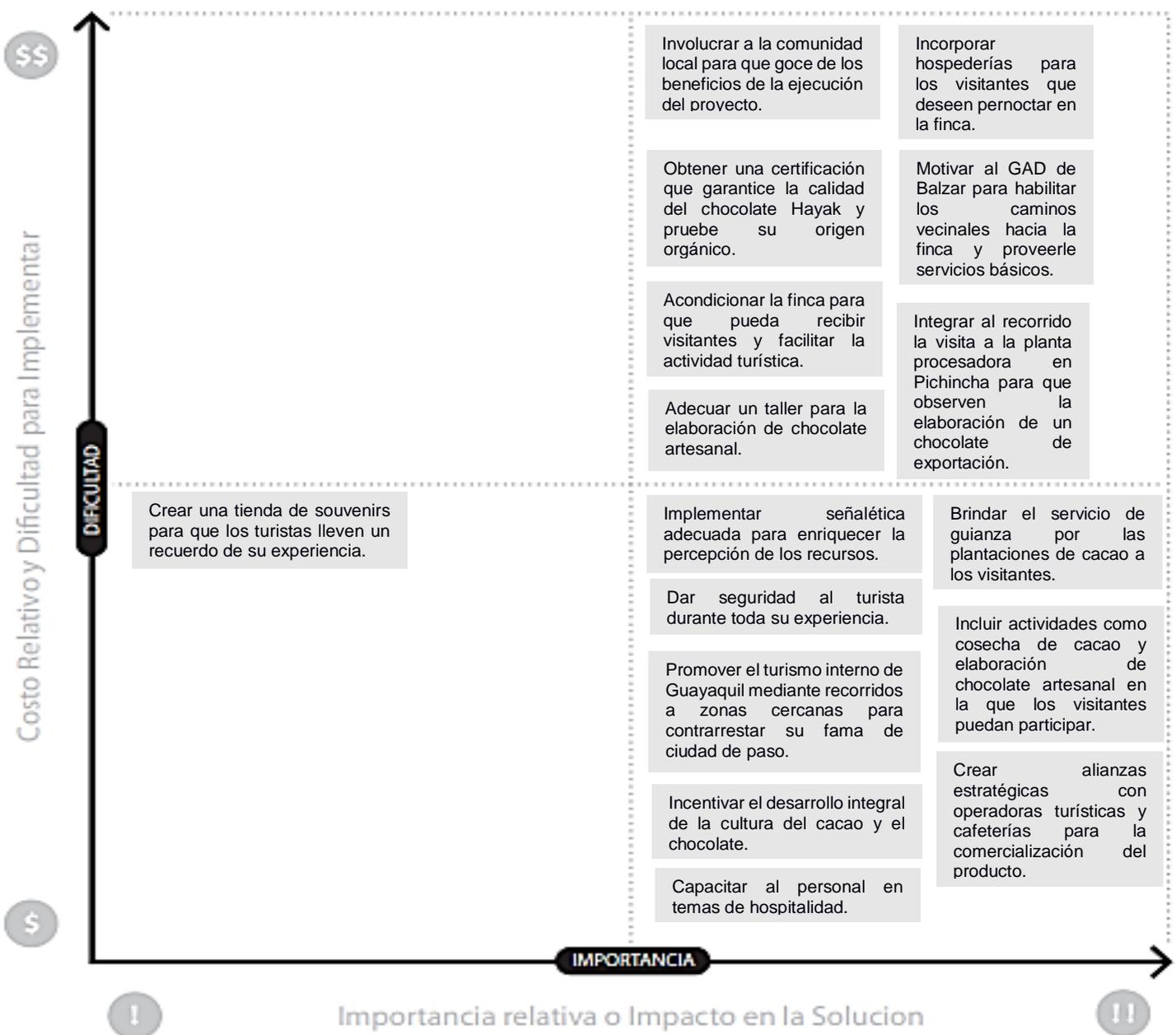
	Mercado objetivo Guayaquil	
	hombres	mujeres
Población por género	1'158.221	1'192.694
% de 18 a más 65 años	49%	51%
Población meta	2'350.915	

Elaboración propia (2019)

2.1.5. Elaboración de matriz con ideas relevantes

Concluido el mapeo de actores, se elaboró una matriz que sintetizó las ideas extraídas de las entrevistas y las arrojadas durante la investigación bibliográfica. En el eje horizontal se ubicaron las ideas de acuerdo con su importancia, y en el vertical, acorde a la dificultad de implementación. 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



Elaboración propia (2019)

2.2. Planificación del producto turístico

Con la finalidad de evaluar la situación de la finca y establecer las actividades agroturísticas 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.

De la misma forma se utilizó el manual de diseño de experiencias Turísticas de la SERNATUR (2016) para crear un paquete turístico centrado en la experiencia del cacao que brinde a quienes lo adquieran vivencias únicas y memorables en la finca (ver apéndice C).

2.2.1. Diagnóstico

En esta fase se realizó la caracterización de la finca (ver apéndice A) por medio 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). Posterior a ello, se llevó a cabo un recorrido integral en el lugar y su periferia, complementado con la toma de fotografías, coordenadas geográficas, además de charlas con servidores del GAD municipal (ver apéndice A). Finalmente, 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 una matriz FODA (ver apéndice A) para identificar los elementos que pueden impactar en el cumplimiento de los objetivos planteados, se consideró los factores internos y externos inherentes al objeto de estudio. Se analizaron las fortalezas y debilidades y las oportunidades y amenazas. Una vez identificadas, se colocaron nuevamente en la matriz con la finalidad de evaluar el nivel de relaciones existentes entre los mismos. Así, se establecieron estrategias capaces de potenciar sus puntos fuertes y optimizar los débiles.

2.2.3. Propuesta

Como parte de la propuesta, se diseñó un producto agroturístico basado en la producción y procesamiento del cacao para la finca “Hayak”. Se llevaron a cabo 3 tareas puntuales. Primero, se revisaron los resultados del diagnóstico y que actividades de agroturismo centradas en la experiencia cacaotera pueden realizarse en ella. Luego, se evaluó el interés que generan en el mercado objetivo. Finalmente, se elaboró un paquete turístico que pueda ser promocionado y comercializado por la finca para la recepción de turistas.

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 finca. 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.

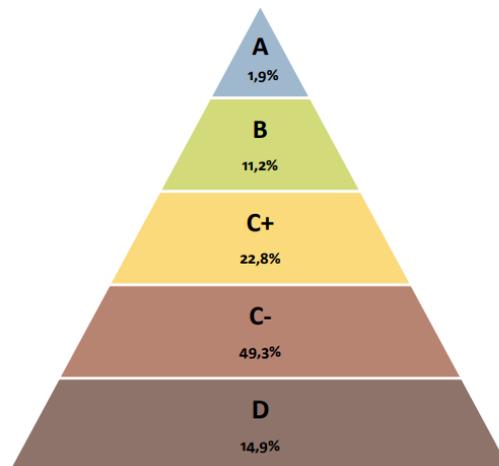
2.3.1. Definición de la población meta

La población meta escogida para este proyecto fue la conformada por el cantón de Guayaquil de clase media, media alta y alta en edades comprendidas entre los 18 y más de 65 años, con ingresos mayor a la del salario mínimo vital básico. Se consideró éste como el principal mercado con el poder adquisitivo suficiente para adquirir el producto agroturístico de la finca.

2.3.2. Determinación de la muestra

El público objetivo será la población de Guayaquil como demanda potencial y el nivel socioeconómico escogidos están en los niveles A, B y C+, según la encuesta de estratificación NSE 2011, es decir, nivel alto, medio-alto y medio.

Gráfico 2.3 Niveles socioeconómico NSE



Elaborado por: INEC (2011)

Para este método se utilizar la siguiente fórmula estadística:

Z: Nivel de confianza (1.96 por el nivel de confianza escogido que es el del 95%)

p: población objetiva.

l: Límite aceptable de error de muestra (cola de la distribución).

La muestra se calculó con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 * \hat{p} * (1 - \hat{p})}{l^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1 - 0.5)}{0,07^2}$$
$$n = 196$$

Con relación al tamaño N de la población universal, el mercado objetivo son los habitantes de la ciudad de Guayaquil que oscilan entre los 18 y más de 50 años, se tiene lo siguiente:

Número de habitantes en la provincia del Guayas según censo 2010 del INEC: 3'645.483

Número de habitantes en la ciudad de Guayaquil: 2'350.915 (1'192.694 mujeres y 1'158.221 hombres)

Porcentaje de guayaquileños que representan según el INEC a la provincia del Guayas: 64,49%

Porcentaje de habitantes que oscilan entre los 18 y más de 50 años: 51,8%:

$$N = 3'645.483 \times 0.6449 = 2'350.915$$

Con el tamaño de población, el n anterior pasa a ser un n de prueba, el cual debe ser ajustado de la siguiente manera:

$$n^* = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$n^* = \frac{195.92}{1 + \frac{195.92 - 1}{2'350.915}}$$

$$n^* = 195.90 \cong 196$$

La encuesta se realizará 196 personas en la ciudad de Guayaquil y con los resultados se elaborará el estudio de mercado.

2.3.3. Estructuración de la encuesta

Se realizó un total de 21 preguntas en la encuesta, en la cual las preguntas estaban estructuradas de la siguiente manera para recopilar la información más relevante para obtener los resultados deseados:

- Ingresos económicos
- Datos demográficos
- Lugares donde han realizado agroturismo y el involucramiento en esta actividad.
- Tiempo de traslado y su relevancia en las actividades a realizar en el destino.
- Tipo de servicios a realizar en el destino.

- Nivel de gasto por usar estos servicios.
- Forma de pago
- Conocimiento de la comunidad local más cercana.
- Preferencia de tipo de turismo.
- Características relevantes que debe tener un producto turístico.
- Preferencia de acompañamiento al momento de viajar.
- Uso de redes sociales y digitales.

Esta estructura puede ser revisada junto al modelo de la encuesta que se ha realizado en el apéndice B del presente documento.

2.3.4. Testeo, aplicación y análisis de los resultados.

Una vez realizada la estructura de la encuesta, se elaboró el formulario respectivo en Google Forms, en la cual se realizó algunas revisiones y pruebas para su verificación y entendimiento. Después de corregir y validar las preguntas se procedió con la recolección de la información tanto vía online como en físicas, esta fase comenzó desde el 25 de noviembre hasta el 8 de diciembre del 2019. Para la interpretación de resultado se usó el programa Microsoft Excel.

2.4. Estudio financiero

Dado que es una evaluación de la viabilidad comercial y económica se desarrolló un estudio financiero. Con esta finalidad se realizaron cotizaciones del mejoramiento de infraestructura de la finca, señalética informativa turística, senderos, y otros aspectos (ver apéndice D), así como la contratación de personal. Además, se realizó una proyección de 5 años basado por el en los resultados de la encuesta con el objetivo de conocer a partir de qué año comenzará a ser rentable y sostenible.

2.5. Diseño de prototipos de baja y alta fidelidad

A partir de la metodología del *design thinking*, se realizaron dos tipos de prototipo con su respectiva validación. La relevancia de realizar prototipos es llevar la parte teórica a la

parte tangible y física. Los prototipos fueron utilizados para medir la comprensión de la idea del proyecto, identificar ambigüedades y aportar soluciones.

2.5.1. Prototipo de baja fidelidad

Para realizar el prototipo de baja fidelidad, se diseñó un plano que muestre las instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades, y la distribución espacial. Se utilizó AutoCAD para este fin, porque presenta un conjunto de características óptimas para el desarrollo del plano.

El resultado se lo imprimió en hojas formato A4, en el que se mostrara solo el plano para que las personas seleccionadas logren visualizar y validar las instalaciones necesarias para el proyecto.

2.5.2. Prototipo de alta fidelidad

Para llevar a cabo el prototipo de alta fidelidad se llevó a un grupo de 6 personas a la finca “Hayak” con el fin de que vivan la experiencia cacaotera. Los visitantes pusieron a prueba los servicios contemplados en la prestación del servicio tales como el transporte, guianza, alimentación y actividades de esparcimiento. Por último, se midió el nivel de satisfacción con la experiencia brindada a través de la aplicación de una corta encuesta al final de la actividad para reunir sugerencias que permitan proponer mejoras.

2.5.3. Validación de prototipos

Ambos prototipos fueron sometidos a un proceso de validación. Para el prototipo de baja fidelidad se consultó a seis especialistas del entorno turístico. 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 contó con una validación de 6 personas entre las que se encontraban consumidores potenciales de Guayaquil. Para ambas validaciones se elaboraron fichas que evaluaban los criterios más relevantes (ver apéndice F).

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se presentan los principales resultados obtenidos. Se encuentra dividido en cuatro aristas fundamentales como planificación, estudio de mercado, financiero y validación de prototipos.

3.1. Planificación turística

3.1.1. Análisis de Miossec

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 obtenido del análisis de Miossec.

Tabla 3.1 Análisis de Miossec

Volumen de turistas captados de Guayaquil
$T_{sij} = \frac{T_j}{D_{ij}^2}$
$T_{sij}: \frac{2'111,260}{(111,70)^2}$
$T_{sij}: 170$

Fuente: Elaboración propia (2019).

Para este análisis se escogió Guayaquil por ser un centro de distribución cercano al destino y con un flujo considerable de visitantes. En base a datos estadísticos, se estableció el volumen de turistas que recibe la ciudad y se concluyó que finca “Hayak” podría captar 170 turistas que visitan Guayaquil de manera anual. Esta cantidad puede resultar pequeña, pero se debe destacar que el análisis solo se enfoca en las personas calificadas como turistas.

3.1.2. Jerarquización de atractivos turísticos

Para identificar la categoría de la finca 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	1,5
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	23,5

Elaboración propia (2019).

El total del puntaje asignado fue de 23,5, por tanto, la finca se encuentra en el nivel I, cuyo rango va de 11 a 35 puntos. Esta jerarquía se puede aplicar tanto a atractivos que reciben un flujo de visitantes como aquellos que no están en operación, los atractivos de jerarquía 1 cuentan con las condiciones mínimas, pero pueden ser potenciadas para elaborar un producto, que es el fin de este proyecto. De tal manera que se incentive la afluencia de turistas al cantón Balzar.

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 definieron las siguientes estrategias.

Tabla 3.2 Análisis FODA cruzado

	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	F1	Paisajes naturales.	D1	Inexistente señalética turística.
	F2	Cercanía a una de las ciudades más pobladas: Guayaquil.	D2	Falta de planta turística
	F3	Marca Hayak desarrollada.	D3	Falta de tecnificación en actividades de guianza.
	F4	Conocimientos técnicos para la elaboración de chocolate.	D4	No tiene accesibilidad para personas con capacidades restringidas.
	F5	Se cuenta con maquinaria para la elaboración de chocolate de exportación.	D5	No cuenta con conexión a la red.
	F6	Producto comercializado tiene registro sanitario.	D6	Caminos vecinales en malas condiciones.
	F7	Los clientes están contentos con el producto adquirido y transmiten su deseo a los propietarios de conocer la finca.	D7	No hay una estrategia clara para llegar al nicho de mercado.
	F8	En busca de certificación de cacao orgánico.	D8	
	F9	En planes de construcción de planta procesadora de cacao en localidad cercana: Pichincha.	D9	

		F10	Apoyo familiar.	D10		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO			ESTRATEGIAS DO	
O1	Incremento del turismo enfocado en la experiencia.	F4O1	Promocionar actividades a realizarse centradas en el cacao y la elaboración de chocolate.	D7O1	Definir los puntos que requieran señalética a implementar.	
O2	Posibilidades de financiamiento de proyectos turísticos.	F3O2	Solicitar un préstamo para adecuar la finca para la llegada de visitantes.	D1O2	Realizar un plan de promoción a través de redes sociales para posicionar la marca en la mente de los consumidores.	
O3	El turismo se considera una de los sectores estratégicos del Ecuador.	F2O3	Aprovechar el flujo de turistas a Guayaquil en busca de experiencias en provincias cercanas y representativas.	D2O2	Hacer un estudio de la planta turística necesaria.	
O4	El cacao es uno de los principales productos tradicionales de exportación ecuatoriana.	F5O4	Elaborar derivados de cacao bajo pedido y promocionarlos como parte de la visita a la finca.	D4O2	Identificar de qué forma la visita a la finca puede ser inclusiva.	
O5	Presenta potencial ecológico.	F1O5	Preservar la fauna y flora del lugar evitando su alteración irresponsable.	D5O2	Analizar la mejor opción para contar con red de internet en la finca.	
O6	Posibilidad de expansión de producción de cacao.	F5O6	Aprovechar la capacidad de la maquinaria para la elaboración de derivados de cacao.	D3O8	Programa de capacitación para agricultores en guianza.	

O7	No existe oferta estructurada de actividades agroturísticas en la zona.	F7O7	Crear un producto agroturístico que diferencie a la finca y resalte su potencial.	D6O8	Pedir la ayuda al GAD de Balzar con el arreglo de caminos vecinales.
O8	Interés del GAD de Balzar en el desarrollo de proyectos de este tipo.	F8O8	Llevar propuesta al GAD de Balzar para solicitar su apoyo con el proyecto ya sea para difusión o intervención.		
O9	Posibilidad de creación de alianzas estratégicas con operadoras y cafeterías.	F9O9	Presentar propuesta a operadoras y cafeterías luego de implementar adecuaciones para comercializar producto agroturístico.		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Poco desarrollo turístico en el cantón.	F7A1	Proveer de seguridad y servicios de calidad a los visitantes durante su estancia en la finca.	D1A1	Implementar señalética para facilitar accesibilidad al atractivo.
A2	Falta de interés municipal por dinamizar e invertir en facilidades turísticas.	F3A2	Buscar la ayuda del GAD para el proyecto a implementarse.	D2A1	Invertir en planta turística para la finca.
A3	Falta de capacitación en actividades	F4A3	Capacitar a los trabajadores en hospitalidad y ver la posibilidad de contratar un chocolatier eventual.	D3A3	Solicitar al GAD capacitaciones sobre guianza turística.

	turísticas de la sociedad local.				
A4	Brotos de plagas y enfermedades en plantaciones de cacao.	F8A4	Realizar controles continuos para evitar brotes de plagas y enfermedades.	D4A2	Plantear proyecto a autoridades del cantón.
A5	Cambios climáticos pueden afectar caminos vecinales.	F9A5	Se pueden desarrollar visitas alternativas a la planta procesadora cuando esté terminada.	D6A5	Buscar apoyo municipal para el proyecto.
A6	Fincas con propuestas similares más cercanas a Guayaquil.	F3A6	Dirigir los esfuerzos de promoción en un nicho específico.	D7A6	Promocionar a través de redes sociales la visita a la finca.

Fuente: Elaboración propia (2019).

3.1.4. Producto agroturístico

En la presente ilustración se detallan las actividades cotidianas de la finca, se logró determinar seis actividades. Todos los requerimientos necesarios para su ejecución se encuentran detallados en el apéndice A y C.

Ilustración 3.2 Infografía Actividades agroturísticas

ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS

PARA LA FINCA HAYAK

- 1 SENDERISMO**
Se desarrollará en un sendero con la guianza de un encargado de la finca, implicará actividad física teniendo un impacto positivo para los turistas.
- 2 EXHIBICIÓN DE ÁRBOLES FRUTALES**
Se podrá observar la variedad de árboles y conocer el fruto de los que estén floreciendo.
- 3 TALLER DE ELABORACIÓN DE CHOCOLATE**
Se elaborará chocolate a partir de la materia prima generada por la finca.
- 4 DISFRUTE DE GASTRONOMÍA TÍPICA**
Se podrá degustar un desayuno y almuerzo montubio típico de la localidad, preparado con productos de la zona.
- 5 FOTOGRAFÍA**
El visitante podrá tomar fotografías de los espacios y recursos con los que cuenta la finca.
- 6 COMPRA DE SOUVENIRS**
Al finalizar las actividades los visitantes podrán comprar los productos procesados a partir de la materia prima cosechada en la finca.

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

3.2. Estudio de mercado

Se realizó un análisis de la competencia; en esta sección se ha identificado las características más sobresalientes de otras fincas o haciendas agroturísticas que tienen un posicionamiento de la marca dentro de la provincia del Guayas, la cual ayudará a este proyecto a igualar o mejorar los servicios turísticos a implementar en la finca “Hayak”; a continuación se detallara las siguientes características (ver apéndice b).

Ilustración 3.3 Características de la competencia

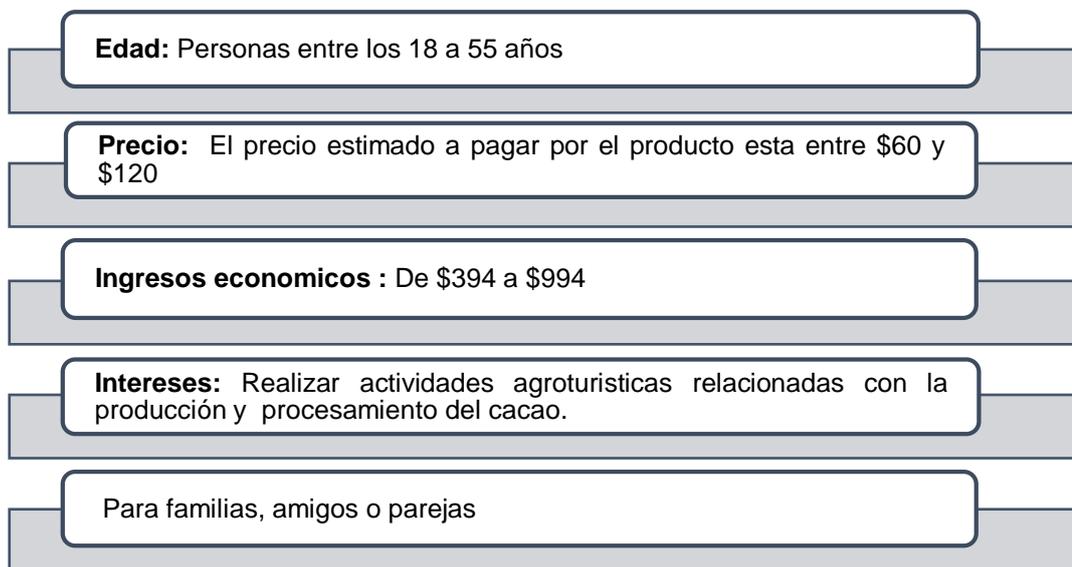
Hacienda La Danesa	 <ul style="list-style-type: none"> • 1 hora 40 minutos de Guayaquil entre los cantones Naranjito y Bucay. • Pagina web. • Transporte privado desde el aeropuerto(bajo reserva). • Guianza en español/ ingles. • Taller de chocolate artesanal. • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones. • Restaurante. • Actividades de esparcimiento: paseo en bicicleta o en caballo. • Tiene alojamiento para turistas nacionales o extranjeros. • Turistas nacionales y extranjeros. • Mercado familiar. • valor \$112 por persona pase del dia con duracion de 4 horas aproximandamene de la excursion sin transporte bajo previa reservación.
Hacienda Cacao y Mango	 <ul style="list-style-type: none"> • 2 horas 20 minutos de Guayaquil cerca de la reserva manglares Churute. • Pagina web. • Transporte privado. • Guianza en español/ ingles • Proceso del caco y su elaboración al chocolate artesanal. • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones. • Almuerzo tipico. • Turistas nacionales y extranjeros. • Mercado familiar. • valor \$150 por persona de la excursion de 4 horas aproximandamene con transporte bajo previa reservación.
Hacienda Cañas	 <ul style="list-style-type: none"> • 1 hora 20 minutos de Guayaquil cerca de la reserva manglares Churute • Pagina web. • Guianza en español • Taller de chocolate artesanal. • Shows Folkloricos. • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones. • Restaurantes. • Turistas nacionales. • Mercado familiar y de grupos de colegios como empresariales. • valor \$90 por persona en grupo minimo de 25 personas en una excursion de 4 horas aproximandamene sin transporte bajo previa reservación.

Fuente: Elaboración propia (2019)

3.3. Características de la demanda

Después de las 210 encuestas realizadas por medio de la investigación de mercado, se obtuvieron los siguientes resultados:

Ilustración 3.4 Características de la demanda



Fuente: Elaboración propia (2019)

3.4. Público Objetivo

Se tiene que tener presente que el público objetivo en la tabla 3.3 no se convertirá en 100% efectiva para fines económicos ya que se necesitará una proyección a 5 años basado en el incremento poblacional de los últimos 10 años en el Ecuador. (Ver en el apéndice b).

Tabla 3.3 Público objetivo para la finca “Hayak”

	Descripción
41.3%	18 a 35 años de edad
970927	población de 18 a 35 años de edad en la ciudad de Guayaquil
91%	% de población con interés de realizar actividades agroturisticas
883543	población con interés de realizar actividades agroturisticas
38%	% de la población que percibe entre USD595 a USD994
335746	población que percibe entre USD595 a USD994
335746	Público objetivo

Fuente: Elaboración propia (2019)

3.5. Características del mercado

Los resultados más relevantes obtenidos del estudio de mercado para las características del mercado para el público meta se muestran a continuación.

Ilustración 3.5 Síntesis características del Mercado



Fuente: Elaboración propia en Canva.com (2019)

3.6. Estudio Financiero

Tabla 3.4 Proyección de flujo de caja

PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$ 22.364,62	\$ 23.930,15	\$ 25.605,26	\$ 27.397,62	\$ 29.315,46
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$ 6.930,67	\$ 7.128,22	\$ 7.331,40	\$ 7.540,38	\$ 7.755,31
Gastos Administrativos		\$ 8.700,00	\$ 8.947,99	\$ 9.203,04	\$ 9.465,37	\$ 9.735,17
Gastos de Venta		\$ 1.200,00	\$ 1.234,21	\$ 1.269,38	\$ 1.305,57	\$ 1.342,78
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 575,20	\$ 764,32	\$ 971,68	\$ 1.223,93
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 717,08	\$ 952,86	\$ 1.211,36	\$ 1.525,83
Subtotal		\$ 16.830,67	\$ 18.602,69	\$ 19.521,01	\$ 20.494,36	\$ 21.583,02
Flujo Operativo		\$ 5.533,96	\$ 5.327,46	\$ 6.084,25	\$ 6.903,27	\$ 7.732,44
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$ (5.098,00)					
Inversión Diferida	\$ (1.500,00)					
Inversión Corriente	\$ (1.402,56)					
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (1.194,85)	\$ (1.369,90)	\$ (1.570,60)	\$ (1.800,70)	\$ (2.064,51)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (1.026,63)	\$ (851,58)	\$ (650,89)	\$ (420,79)	\$ (156,97)
DP		\$ -	\$ (1.271,19)	\$ (2.324,75)	\$ (3.309,79)	\$ (4.359,78)
Flujo Neto Generado	\$ (8.000,56)	\$ 3.312,47	\$ 1.834,78	\$ 1.538,02	\$ 1.371,99	\$ 1.151,17
Saldo Inicial de Caja	\$ 1.402,56	\$ 1.402,56	\$ 4.715,03	\$ 6.549,81	\$ 8.087,83	\$ 9.459,82
Saldo Final de Caja	\$ 1.402,56	\$ 4.715,03	\$ 6.549,81	\$ 8.087,83	\$ 9.459,82	\$ 10.611,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 3.5 Análisis TIR y VAN del proyecto

DESCRIPCIÓN	FLUJOS OPERATIVOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$8.000,56	-\$8.000,56
AÑO 1	\$3.312,47	-\$4.688,08
AÑO 2	\$5.327,46	\$639,37
AÑO 3	\$6.084,25	\$6.723,62
AÑO 4	\$6.903,27	\$13.626,89
AÑO 5	\$7.732,44	\$21.359,32

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 3.6 Cálculo del costo promedio ponderado de capital

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
Recursos Propios	\$ 800,00	10,00%	12,98%	1,298%
Préstamo Bancario	\$ 7.200,56	90,00%	13,75%	12,375%
TMAR				13,67%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 3.7 Rentabilidad

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	13,67%
TIR	55,36%
VAN	\$11.387,41

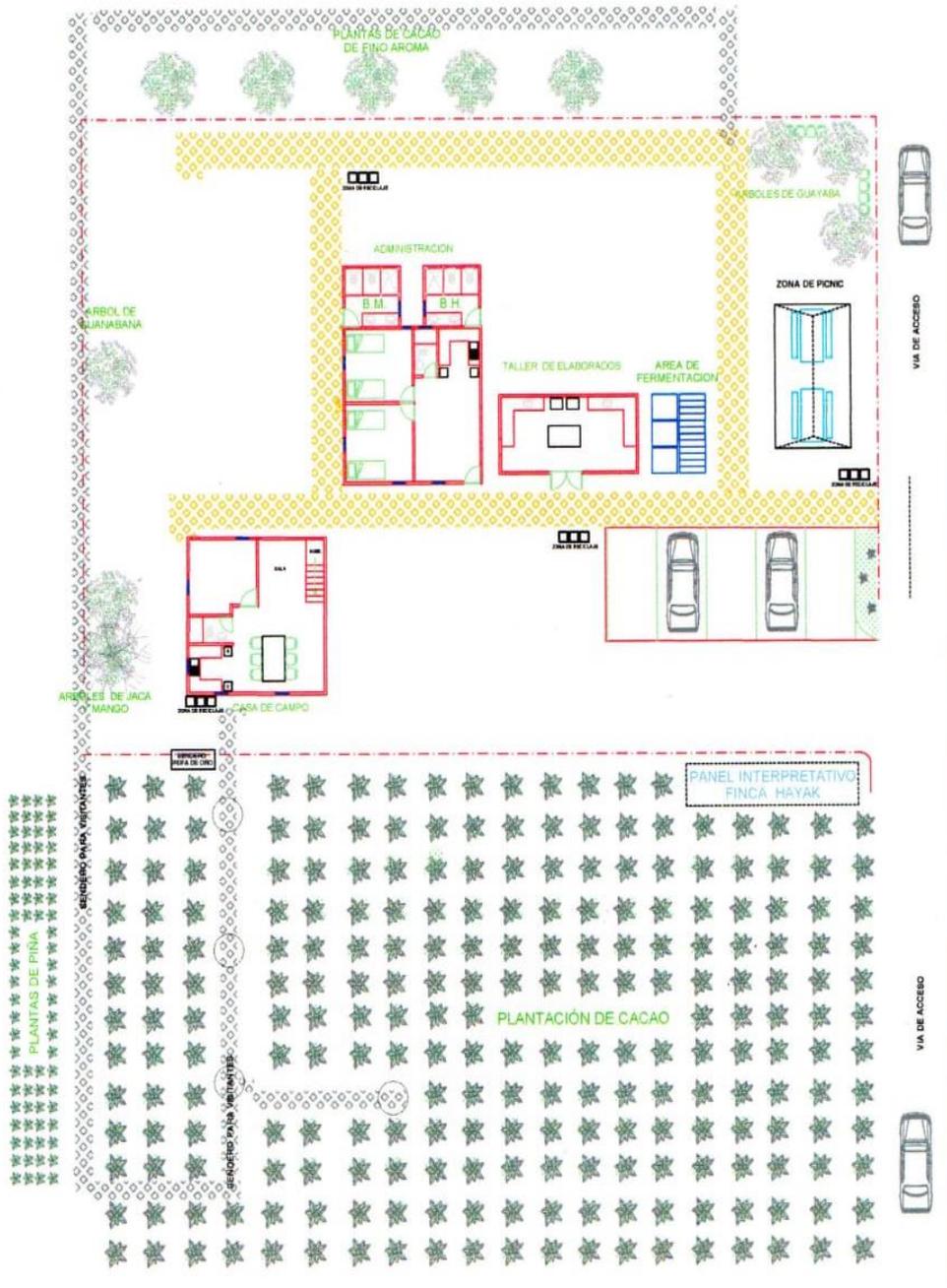
Fuente: Elaboración propia (2019)

3.7. Validación de prototipos

3.7.1. Prototipo de baja fidelidad

Para el primer prototipo se realizó un plano en AutoCAD donde se bosquejaron las modificaciones para las actividades turísticas propuestas.

Ilustración 3.6 Prototipo de baja fidelidad



Fuente: Elaboración propia (2019)

Los evaluadores mediante la una ficha dieron sus comentarios y observaciones para validar el prototipo de baja fidelidad las cuales fueron las siguientes:

Tabla 3.8 Resultado del prototipo de baja fidelidad

NOMBRE	TITULO PROFESIONAL	ACTIVIDAD O CARGO	OBSERACIONES Y COMENTARIOS
Andrea Yáñez	MSc en Turismo	Profesor universitario ESPOL	Adaptar y especificar servicios turísticos principales y secundarios
Ivonne Martin	MSc en Administración de empresas	Profesor universitario ESPOL	Incluir seguridad y primeros auxilios
Dianne Infante	MSc en Turismo	Gerente nacional de GT	Seguridad y vías de acceso en buen estado
Rodrigo Perugachi	Ing. mecánico	Profesor universitario ESPOL	Ventas de souvenirs y recuerdos del lugar
Jorge Triviño	Ingeniero comercial	Director técnico de la finca	Vías de acceso y mejorar instalaciones
Karla Ramirez	MSc en Turismo	Profesor universitario UCSG	Sin comentarios
Mariela Pinos	MSc en Turismo	Profesor universitario UCSG	Sin comentarios
Wilmer Carvache	MSc en Turismo	Profesor universitario ESPOL	Sin comentarios

Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo a los evaluadores se puede evidenciar que existe una aceptación del plano mostrado, además plantearon recomendaciones como:

- Instalaciones de seguridad tanto para la finca como para los visitantes
- Instalaciones de primeros auxilios
- Ventas de souvenirs
- Mejoras en las vías de acceso a la finca
- Señalética en las principales vías de acceso para llegar a la finca

3.7.2. Prototipo de alta fidelidad

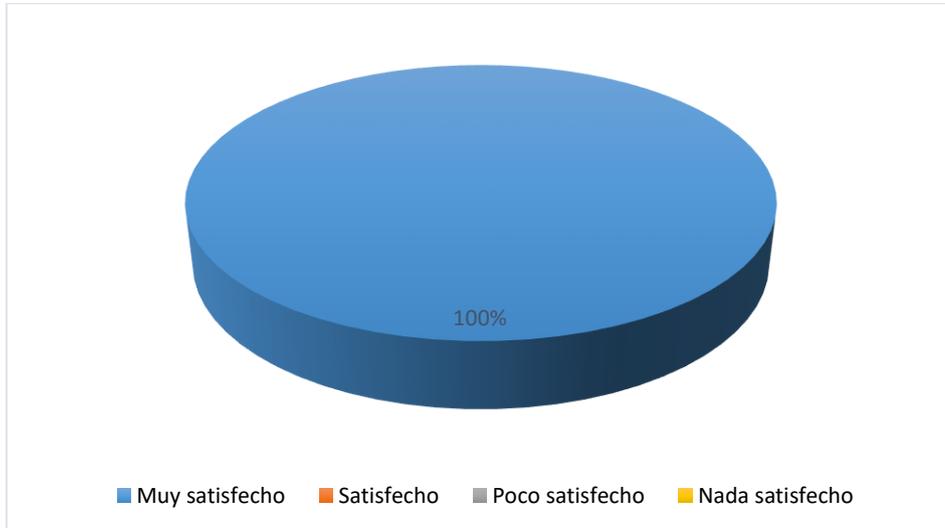
Para este prototipo se realizó una prueba piloto llevando a 6 clientes potenciales de Guayaquil a la finca, algunos de los servicios brindados fueron:

- Transporte
- Guianza por las plantaciones de cacao
- Exhibición de árboles frutales
- Desayuno y almuerzo montubio
- Taller de elaboración de chocolate artesanal con un chocolatier
- Degustación de chocolate artesanal
- Fotografía

Después de esta salida técnica los participantes llenaron una encuesta para la validación del prototipo de alta fidelidad obteniendo los siguientes resultados.

3.7.2.1. Resultados de la encuesta de satisfacción

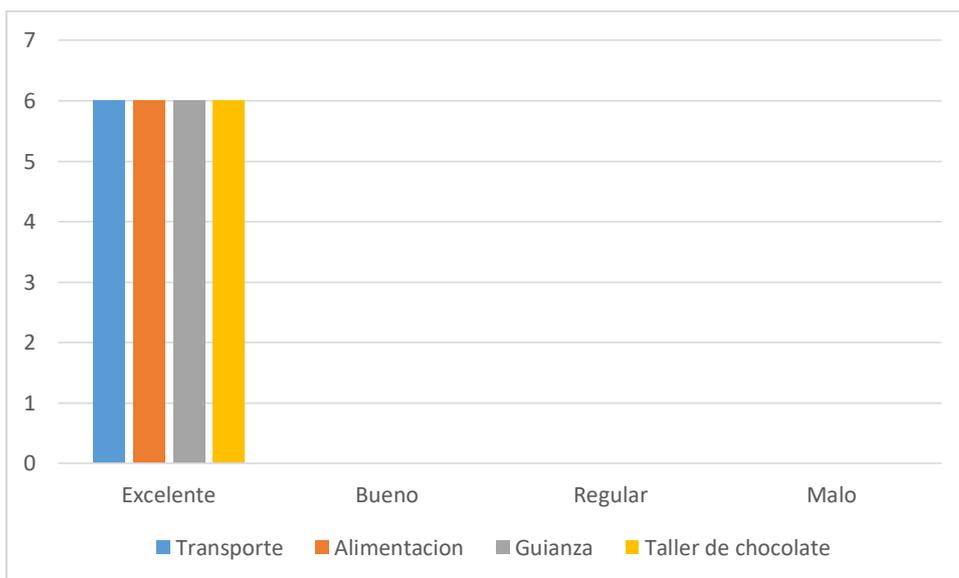
Gráfico 3.1 Nivel de satisfacción sobre experiencia



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los visitantes en su totalidad indicaron estar muy satisfechos con la experiencia.

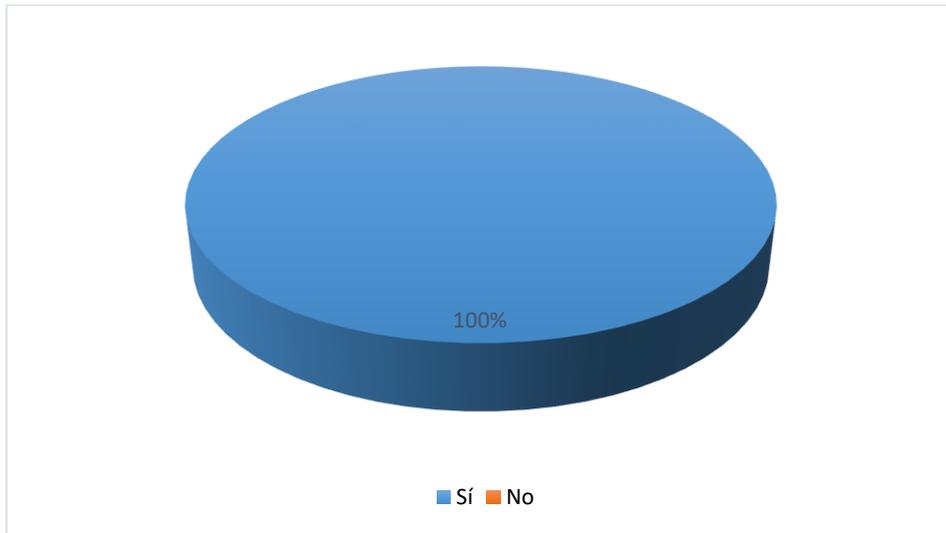
Gráfico 3.2 Calificación de servicios



Fuente: Elaboración propia (2020).

El servicio de transporte, alimentación, guianza y el taller de chocolate fueron excelentes para todos los participantes.

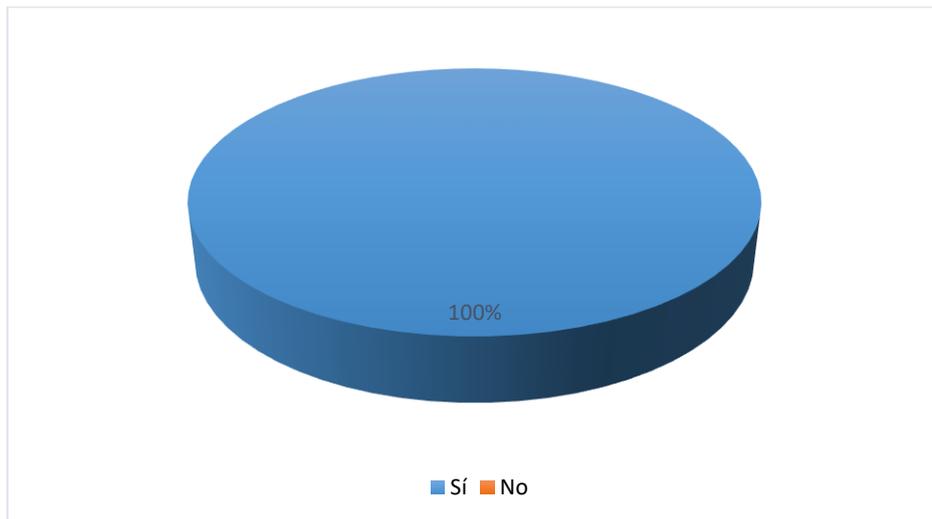
Gráfico 3.3 Incidencia de puesta en riesgo de seguridad o bienestar



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los encuestados manifestaron sentirse seguros durante la visita.

Gráfico 3.4 Recomendación después de visita

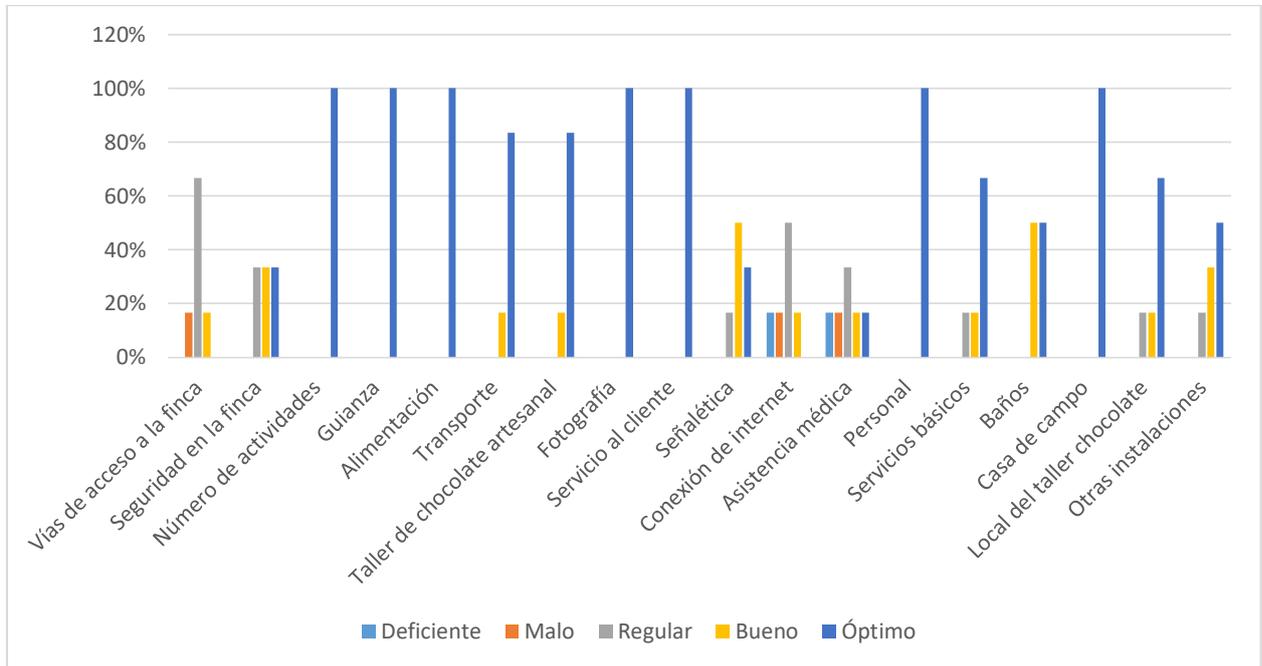


Fuente: Elaboración propia (2020).

El total de los participantes recomendaría la visita a sus familiares, colegas y amigos.

3.7.2.2. Resultados de la ficha de validación del prototipo de alta fidelidad.

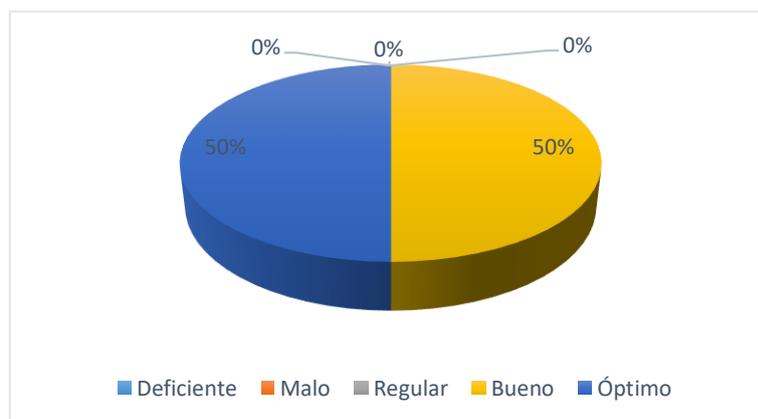
Gráfico 3.5 Calificación de aspectos de la visita



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los visitantes expresaron que las vías de acceso a la finca, la conexión a internet y la asistencia médica son los aspectos que se encuentran en malas condiciones y que necesitan atención prioritaria.

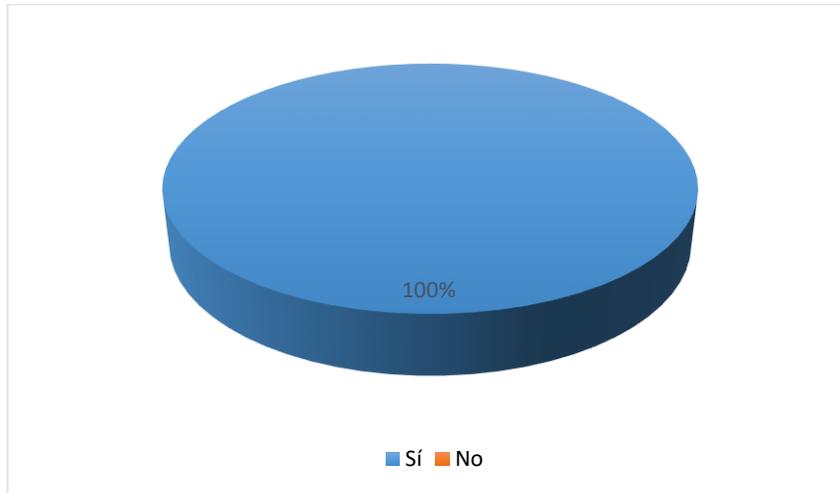
Gráfico 3.6 Precio de \$85 propuesto para la visita



Fuente: Elaboración propia (2020).

La mitad de los participantes considera que \$85 es un valor bueno para la comercialización del paquete de visita a la finca y la otra mitad considera que es óptimo.

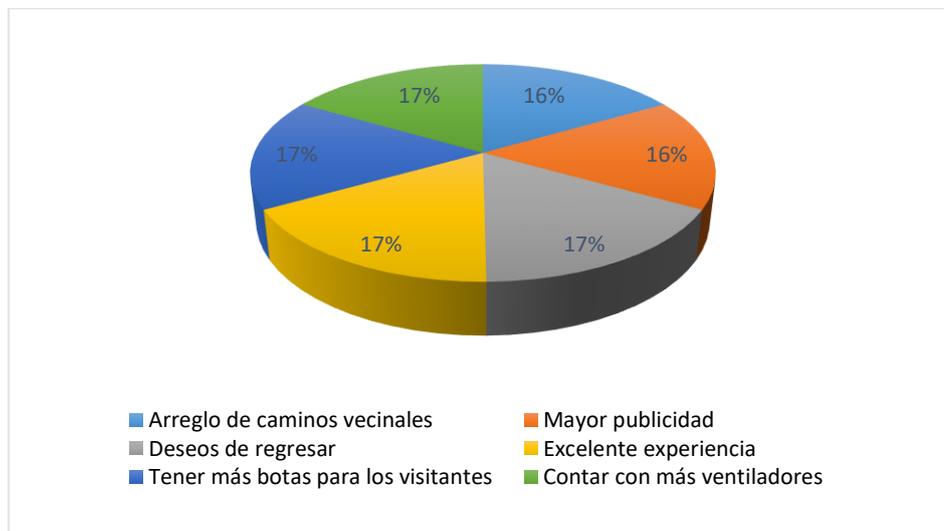
Gráfico 3.7 Interés manifiesto de visitar la finca después de mejoras



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los visitantes en su totalidad regresarían después de que la finca implemente mejoras en sus instalaciones.

Gráfico 3.8 Comentarios y sugerencias



Fuente: Elaboración propia (2020).

La encuesta de satisfacción y la ficha de validación permitieron conocer la opinión de los visitantes, quienes sostienen que deberían mejorarse los caminos vecinales, tener más botas para los visitantes, instalar más ventiladores y hacer mayor publicidad. También, expresan sus deseos de regresar y resaltan la excelente experiencia vivida.

Los resultados obtenidos sugieren que la propuesta final de producto agroturístico y planta turística, desarrollada para la Finca Hayak, cuenta con una amplia aceptación por los clientes potenciales y su administración, lo que confirma sus perspectivas de éxito en implementación. No obstante, aún existen aspectos que deben ser revisados, por ello las sugerencias más relevantes están en las recomendaciones en este documento.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- La finca “Hayak” puede desarrollarse turísticamente mediante el diseño y comercialización de un producto agroturístico planificado y la instalación de planta turística que le permita aprovechar sus principales recursos y potencialidades así como los de su área de influencia.
- Las actividades agroturísticas que pueden implementarse en la finca “Hayak” están limitadas principalmente por condiciones geográficas y atmosféricas.
- Las herramientas de planificación que se aplicaron en el proyecto constituyeron las bases para el diseño del producto agroturístico y permiten que la propuesta esté acorde a la planificación turística que se está aplicando en el cantón Balzar.
- Se debe dar más relevancia al mercado guayaquileño, dada su proporción. A pesar haber tomado solo a la población económicamente activa como demanda potencial, la finca podría recibir visitantes que visitan la ciudad de paso.
- Es importante tener presente que el producto agroturístico propuesto es selectivo por lo que a pesar de que el 47% de la población encuestada realiza sus viajes acompañada por su familia, se debe apuntar al 31% que viaja con amigos y el 18% en pareja ya que está dirigido a personas que disfruten los lugares de ambiente rústico y gusten del chocolate artesanal, que acostumbra a ser amargo, no tan atractivo para niños.
- Según los resultados obtenidos en el estudio financiero el proyecto es viable a nivel económico. De acuerdo a los indicadores de rentabilidad VAN y TIR, con valores respectivos de \$ \$11.387,41 y 55,36% 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.

4.2. Recomendaciones

- Los administradores deben enfocarse en motivar a la población de Guayaquil a convertirse en visitantes y desplazarse hacia el destino con el objeto de realizar actividades agroturísticas.
- Crear alianzas estratégicas con los gobiernos locales del sector para tener mayor difusión de los servicios, realizar fam trips para las operadoras de Guayaquil con el objetivo de promocionar los servicios turísticos, crear lazos estratégicos, y organizar talleres especializados en la preparación del chocolate artesanal fomentando así una cultura del consumo de chocolate ecuatoriano.
- Publicar contenido en las redes sociales de la finca “Hayak” sobre momentos especiales en los cuales se observen las sensaciones de asombro, descubrimiento, enriquecimiento espiritual u otras que experimenten los visitantes durante su estancia.
- Se sugiere realizar una alianza con una empresa de logística y transporte para cumplir con el traslado de visitantes a la finca.
- Mantener un diálogo constante con las autoridades municipales a cargo de la promoción turística de Balzar, 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 y permita la difusión del producto de la finca “Hayak”.
- 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 oferta de actividades más variada. También, se recomienda establecer relaciones con las principales operadoras turísticas de Guayaquil para abarcar el mercado internacional.
- Complementar los estudios de viabilidad con un estudio geotécnico en el espacio designado para el proyecto, a fin de conocer si el mismo es apto para el levantamiento de obras de construcción.
- Debido a que el 46% de la población encuestada expresó su deseo por alojarse al menos una noche en la finca, se recomienda designar una área

en la actualidad donde a futuro pueda convertirse en una zona de glamping para parejas o viajeros solos, otra de camping para otro segmento de visitante, y una donde se puedan alojar familias; todo esto con la finalidad de ofertar 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.

- Para facilitar la visualización y el conocimiento de las actividades que se van a realizar en la finca, se sugiere el diseño de itinerarios flexibles en base a los tipos de visita que se tienen planificado recibir o las condiciones climáticas que se tengan en ese momento.
- 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 prevenir accidentes.
- 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.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Nacional de Exportadores de Caca. (2019). ANECACAO. Obtenido de ANECACAO: <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

Andrade Ríos, M. A. (2015). Historia del agroturismo en el cantón cuenca Ecuador/History of agrotourism in the canton of cuenca ecuador. *Pasos*, 13(5), 1199-1212. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1835703901?accountid=171402>

Boullón, Roberto C. (2006) *Planificación del espacio turístico* (4a ed.). México: Trillas

Broccardo, L.; Culasso, F.; Truant, E. Unlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model. *Sustainability* 2017, 9, 1618.

Ciervo, Margherita. (2013). Agritourism in Italy and the Local Impact Referring To Itria Valley. The Organic Firm “Raggio Verde” And Its Ecological Agritourism Project. *European Countryside*. 5. 10.2478/euco-2013-0021.

Contini, Caterina & Scarpellini, Paola & Polidori, Roberto. (2009). Agri-tourism and rural development: The Low-Valdelsa case, Italy. *Tourism Review*. 64. 27-36. 10.1108/16605370911004557.

Ministerio de Turismo (MINTUR). (10 de Mayo de 2018). Ministerio de Turismo. Obtenido de Ministerio de Turismo:

Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998), Introducción al Turismo. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402694>

Panosso Metto, Alexandre (2012) Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas

Servicio Nacional de Turismo – (SERNATUR) (2016) Manual de Diseño Experiencias Turísticas. Santiago de Chile

Torres, R. M., & Momsen, J. H. (Eds.). (2011). Tourism and agriculture: New geographies of consumption, production and rural restructuring. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

World Tourism Organization (2019), International Tourism Highlights, 2019 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.

Hacienda la Danesa (2020). Obtenido de Hacienda la Danesa: <https://www.haciendaladanesa.com/es/experiencias/>

Hacienda Cañas (2020). Obtenido de Hacienda Cañas: <http://www.haciendacanas.com/web/home.html>

Hacienda Caco & Mango Farm (2020). Obtenido de Ecuador travel on line: <https://www.ecuadortravelonline.com/product/cacao-mango-farm/>

Banco Central del Ecuador (2019). Obtenido del Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

APÉNDICES

APÉNDICE A

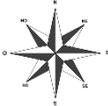
1. PLANIFICACIÓN

1.1. Vocación turística

1.1.1. Localización

La finca “Hayak” se encuentra localizada en el cantón Balzar, situado en la parte noreste de la provincia del Guayas y ubicado al margen derecho del río Daule. Limita al norte con el cantón El Empalme, al sur con el cantón Colimes, al este con la provincia de Los Ríos y al oeste con la provincia de Manabí (Correa, 2002).

Ilustración A.1 Cantones limítrofes con Balzar

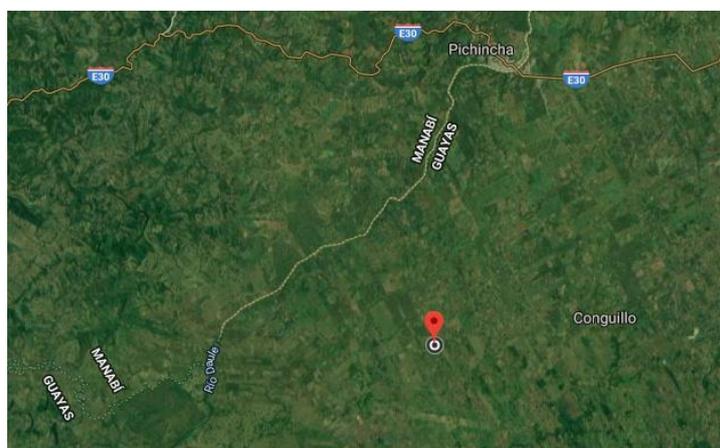
Noroeste: Pichincha	Norte: El Empalme	Noreste: El Empalme
Oeste: Santa Ana, Olmedo		Este: Mocache, Palenque
Suroeste: Colimes	Sur: Colimes	Sureste: Vinces

Fuente: Elaboración propia (2019).

1.1.2. Ubicación geográfica

La finca “Hayak” se encuentra ubicada en las coordenadas -1.1334658, -79.8407615

Ilustración A.2 Ubicación geográfica finca “Hayak”

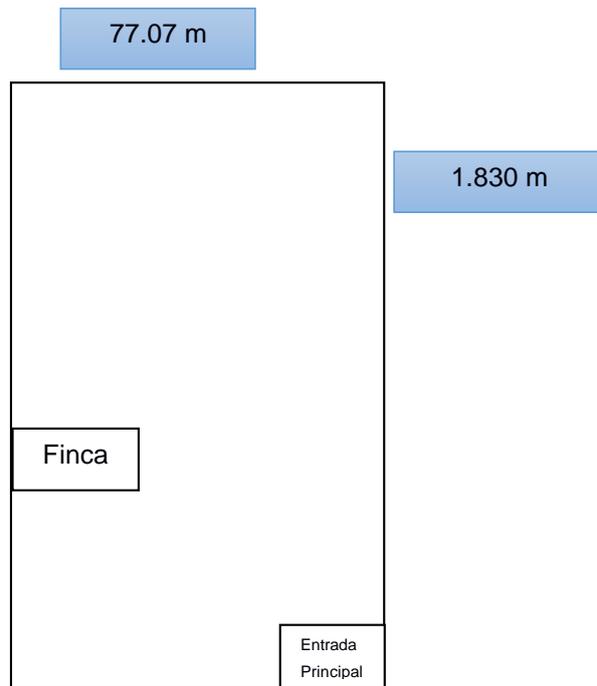


Fuente: Google Earth (2019)

1.1.3. Superficie

El cantón Balzar tiene una extensión de 2.518 km² (Correa, 2002). Mientras que el terreno donde se va a desarrollar el proyecto posee un área de 141.038,1 m² y un perímetro de 3.814,14 metros.

Ilustración A.3 Distribución de la finca “Hayak”



Fuente: Moreira V. (2019).

1.1.4. Modelo de Miossec

Para la estimación de la demanda potencial que tendría el nuevo espacio turístico de la finca “Hayak” 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:

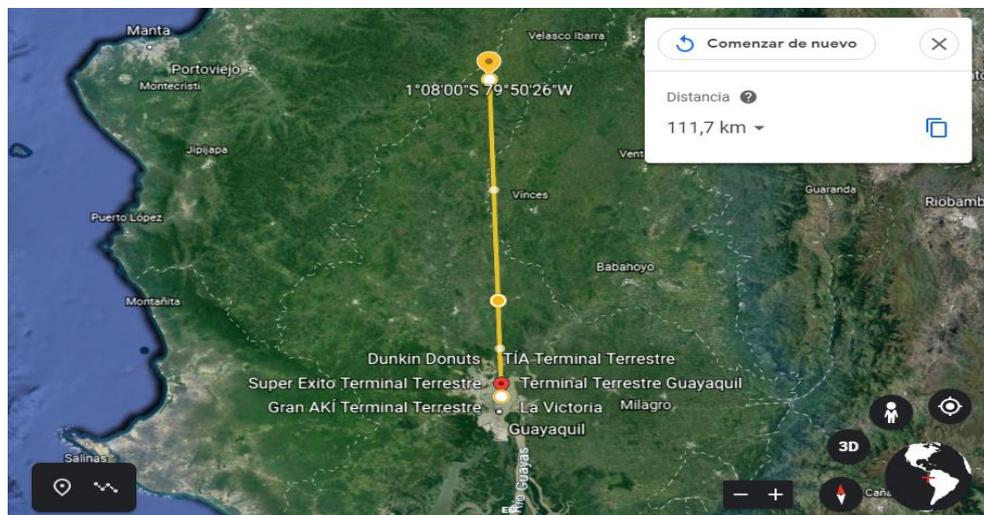
T_{sij} = volumen estimado de turistas captados por i (periferia) desde j (centro emisor).

T_j = volumen de turistas recibidos por j .

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

En el caso de la finca “Hayak”, se identificó a Guayaquil como principal centro de distribución turística, obteniendo los siguientes valores referenciales:

Ilustración A.4 Distancia entre Guayaquil y finca “Hayak”



Fuente: Google Earth (2019)

Volumen de turistas recibidos: 2'111,260 en 2017 (Fuente: GAD Municipal de Guayaquil, 2018). Distancia hasta el objeto de estudio [-1.1334658, -79.8407615]: 111,70 Km (Fuente: Google Earth, 2019).

$$T_{sij} = \frac{2'111,260}{(111,70)^2}$$

$$T_{sij} = 170$$

1.2. 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.5 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	4	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																	
Finca "Hayak"																	
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									
GUAYAS				BALZAR				BALZAR									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
RECINTO LA BARBARITA				Vía El Empalme - Palestina													
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)									
-1.1334658				-79.8407615				55									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Privado				b. Nombre de la Institución: COMPAÑIA ECUATORIANA DE ELABORADOS DE CACAO COECAC S.A.													
c. Nombre del Administrador: MOREIRA MERCEDES PARRAGA VANESSA				d. Cargo que ocupa: Gerente general													
e. Teléfono / Celular: +593 34455819				f. Correo Electrónico: vsnemmp@hotmail.com													
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Subtropical mesotérmica semihúmeda, tropical megatérmica semihúmeda y húmeda				b. Temperatura(°C): 26°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1274 mm									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									

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					
a. Primitiva	<input type="checkbox"/>	b. Primitiva	<input type="checkbox"/>	c. Rústica Natural	<input type="checkbox"/>
			<input checked="" type="checkbox"/>	d. Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
				e. Urbana	<input type="checkbox"/>

3.4 Ingreso al atractivo (U)							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención			
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro
Libre	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restringido	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Maneja un sistema de reservas:		<input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:			
e. Precio:		Desde	0,00	Hasta	0,00		
				Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>
				Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>
				Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<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 terreno ya que aún no dispone de instalaciones ni servicios turísticos.							

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI NO S/I

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):				Pichincha			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	9,54	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -1.0301 Long.: -79.4909
Observaciones: La distancia y el tiempo son estimados teniendo como referencia la Plaza Cívica (Paque "El Balsarito")							

4.2 Vías de Acceso (M)

a. Terrestre (M)		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
<input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	-1.0301, -79.4909	-1.1334658 79.8407615	9,54	Asfalto	Regular
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	

Observaciones:

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

Observaciones:

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

Observaciones:

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)
		Diaria	Semana	Mensual	Eventual	
Cooperativa de Transporte Rutas Balzareñas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal Terrestre de Guayaquil - Centro de Balzar
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<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 NO S/I

a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	3	40	80
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>		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"/>				Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>							
Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas					
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	35	140	560				
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	5	15	60				
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 guardianía <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"/>
<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"/>	<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: <input type="text"/>				Especifique: <input type="text"/>				
Observaciones:								

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	NO	S/I	
6.1 Atractivo (U)				<input 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. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input 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 checked="" 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. FloralFauna	<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 checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable		
Especifique:	Especifique:		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público		
Especifique:	Especifique:		
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública		
Especifique:	Especifique:		
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Otro	Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector		
Especifique: Se acumula la basura en tachos y luego se transporta a depósitos en la localidad más cercana.	Especifique:		

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"/>
	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"/>

En áreas naturales <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)

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 type="checkbox"/>		0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1
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: Centro de Salud Pichincha

7.4 Seguridad (M)

a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto
c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		UPC El Rosario
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto

Observaciones:

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"/>	
Fija <input type="checkbox"/>		Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <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 type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Incidios forestales <input checked="" type="checkbox"/>		Sequía <input 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"/>	

Observaciones:					
----------------	--	--	--	--	--

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input type="checkbox"/>					
---	--	--	--	--	--

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: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
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:	
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:	

Observaciones:					
----------------	--	--	--	--	--

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <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"/> texto
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. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/> texto

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"/>	j. 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 type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI NO Especifique:

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI NO

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: texto			
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"/> 2				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0							
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>				f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francoés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Terreno con un área de 141.038,1 m² y un perímetro de 3.814,14 metros. No cuenta con instalaciones o facilidades turísticas, por lo tanto el predio solo es utilizado para el cultivo de cacao. Debido a su extensión, se pueden realizar caminatas por las plantaciones, aunque poco organizadas.

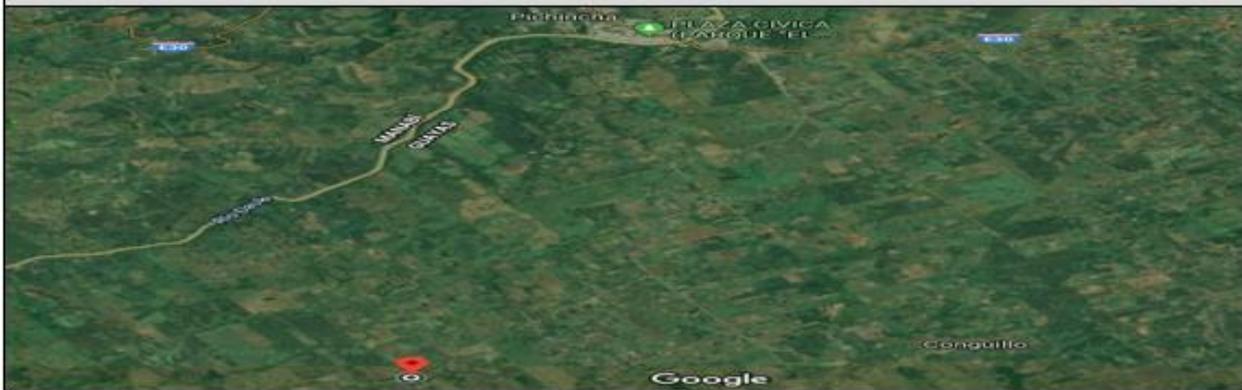
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Elaboración propia, 2019

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth, 2019

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Romero, Ivanna & Yupa, Peter	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Escuela Superior Politécnica del Litoral	Institución		Institución	
Cargo	Estudiantes de turismo	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	iromero@espol.edu.ec pyupa@espol.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0988643353 0983878799	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

Fuente: Elaboración propia en base a la ficha provista por el MINTUR (2019).

1.3. Análisis FODA

Se procederá a realizar un análisis de los factores internos y externos que pueden afectar el crecimiento del negocio.

Fortalezas

- Paisajes naturales.
- Cercanía a una de las ciudades más pobladas: Guayaquil.
- Marca Hayak desarrollada.
- Conocimientos técnicos para la elaboración de chocolate.
- Se cuenta con maquinaria para la elaboración de chocolate de exportación.
- Producto comercializado tiene registro sanitario.
- Los clientes están contentos con el producto adquirido y transmiten su deseo a los propietarios de conocer la finca.
- En busca de certificación de cacao orgánico.
- En planes de construcción de planta procesadora de cacao en localidad cercana: Pichincha.
- Posibilidad de expansión de producción de cacao.
- Apoyo familiar.

Oportunidades

- Incremento del turismo enfocado en la experiencia.
- Posibilidades de financiamiento de proyectos turísticos.
- El turismo se considera una de los sectores estratégicos del Ecuador.
- El cacao es uno de los principales productos tradicionales de exportación ecuatoriana.
- Presenta potencial ecológico.
- No existe oferta estructurada de actividades agroturísticas en la zona.
- Interés del GAD de Balzar en el desarrollo de proyectos de este tipo.
- Posibilidad de creación de alianzas estratégicas con operadoras y cafeterías.

Debilidades

- Inexistente señalética turística.
- Falta de planta turística.
- Falta de tecnificación en actividades de guianza.
- No tiene accesibilidad para personas con capacidades restringidas.
- No cuenta con conexión a la red.
- Caminos vecinales en malas condiciones.
- No hay una estrategia clara para llegar al nicho de mercado.

Amenazas

- Poco desarrollo turístico en el cantón.
- Falta de interés municipal por dinamizar e invertir en facilidades turísticas.
- Falta de capacitación en actividades turísticas de la sociedad local.
- Brotes de plagas y enfermedades en plantaciones de cacao.
- Cambios climáticos pueden afectar caminos vecinales.
- Fincas con propuestas similares más cercanas a Guayaquil.

1.4. Formulación del producto agroturístico

En base a la revisión de la literatura, las herramientas de planificación turística en las que se debe destacar la vocación turística del sitio, el análisis FODA, la aplicación de las respectivas fichas metodológicas para la jerarquización del atractivo, las referencias de los potenciales consumidores determinada a través de encuestas y el seguimiento de los pasos propuestos en el manual de diseño de experiencias turísticas, lograron definir el producto agroturístico a ejecutar en la finca “Hayak”.

1.4.1. Actividades

1.4.1.1. Senderismo

Se seleccionó esta actividad porque es la forma más conveniente de dar a conocer a los visitantes la finca y familiarizarlos con las acciones cotidianas de los agricultores. El visitante podrá conocer las plantaciones de cacao y su procesamiento, el cual empieza con la recolección del cacao, para luego pasar

por la fermentación y el secado. En este recorrido se tratarán temas como el Boom cacaotero en Ecuador, su propagación, las variedades o especies relacionadas, los tipos de plagas, daños que ocasionan y su control, etc. El circuito tendrá una duración de 1 hora aproximadamente, lo que demandará un esfuerzo físico leve a los participantes; teniendo un impacto positivo en su salud. Cabe mencionar que también podrán disfrutar el paisaje del lugar y complementarlo con otra de las actividades seleccionadas, que es la fotografía.

Ilustración A.6 Actividad uno: caminatas



Tomada por: Yupa, P. (2019)

1.4.1.2. Exhibición de árboles frutales

Durante el recorrido por las plantaciones de cacao se irá exhibiendo los diferentes árboles frutales con los que cuenta la finca, entre ellos: el árbol de guayaba, guanábana, limón, jaca o conocida también como fruta de los siete sabores y la plantación de piña. Con esto se busca que las personas conozcan de dónde vienen las frutas que consumen a diario y que muchas veces no conocen como crecen.

Ilustración A.7 Actividad dos: Exhibición de árboles frutales



Tomada por: Romero, I. (2019)

1.4.1.3. Taller de elaboración de chocolate

Durante el recorrido por las plantaciones de cacao se enseñará a los participantes la forma correcta de cortar una mazorca del árbol e incitará a que ellos lo hagan por su cuenta. Luego, con la materia prima suficiente se acudirá al taller adecuado para realizar la actividad de elaboración de chocolate. Allí se dará una reseña del cacao, y luego se procederá a demostrar como abrir una mazorca de cacao con un machete, después se procederá a degustar el sabor de la pepa de cacao recién extraída de la mazorca. Una vez que se hayan colocado el gorro, los guantes y el delantal pasarán a la práctica. Los visitantes podrán observar y participar activamente en la producción de derivados de cacao, el cual ya estará seco; lo que se puede simplificar como cocina vivencial. Primero, se fabricará una barra de chocolate que posteriormente se tendrá ocasión de saborear. Después se subirá el nivel de dificultad al preparar mendiants. Este postre consiste en un disco de chocolate que suele ir adornado con avellanas, pasas y, a veces, frutas escarchadas, siendo una novedad para la vista y el paladar. Los participantes probarán un chocolate puro y tendrán la oportunidad de comprar productos similares, como recuerdos.

Ilustración A.8 Actividad tres: Taller de elaboración de chocolate



Fuente: @hayakchocolate (2019)

1.4.1.4. Disfrute de gastronomía típica

Se busca brindar el servicio de alimentación dentro del paquete turístico a comercializar. Por lo cual, se escogerá un menú típico de Balzar y que pueda ser elaborado con los productos que estén plantados en la finca. Todo esto, con la finalidad de que los visitantes tengan energías suficientes y puedan participar activamente en las actividades programadas.

1.4.1.5. Fotografía

Se apunta a ofertar al visitante la fotografía enfocada en la naturaleza, enmarcando los paisajes, actividades e instalaciones de la finca. De esta manera podrán plasmar en imágenes lo vivido durante su estancia en el sitio y luego compartir a través de redes sociales u otros medios sus recuerdos.

Ilustración A.9 Actividad cinco: Fotografía



Tomada por: Romero, I. (2019)

1.4.1.6. Compra de souvenirs

Con la finalidad de aprovechar al máximo la llegada de visitantes y dar a conocer la marca “Hayak” se ofertará al final del recorrido los productos procesados que comercializan actualmente los propietarios a través de su página de Instagram. Se les dará la posibilidad de realizar su pedido por encargo y que este sea llevado a domicilio. De esta forma, se busca aumentar aún más los ingresos esperados con la implementación de este producto agroturístico.

Ilustración A.10 Actividad seis: Compra de souvenirs



Fuente: @hayakchocolate (2019)

1.5. Consideraciones para efectuar las actividades propuestas

Tabla A.1 Consideraciones para realizar las actividades propuestas

Actividades	Tiempo estimado	Espacios e instalaciones	Responsables	Temporada	Observaciones
Senderismo	1 hora	Señalética Guianza Sendero de 1km de largo	Guía de la finca	Invierno/Verano	Se debe definir los senderos. Capacitar a las personas responsables de esta actividad. Los visitantes deben llevar, repelente, bloqueador solar y la vestimenta adecuada.
Exhibición de árboles frutales	1 hora	Señalética Sendero Guianza	Guía de la finca	Invierno/Verano	Sendero debe incluir a los árboles frutales dentro del recorrido por las plantaciones de cacao.
Taller de chocolate	1 hora y media	Taller Materia prima: Cacao Utensilios y maquinaria	Director técnico de la Finca	Invierno/Verano	Se debe contar con cacao ya seco, además de guantes y mandiles para los participantes en el taller.
Disfrute de gastronomía típica	2 horas	Cocina equipada Inventario de alimentos Personal especializado	Guía de la finca	Invierno/Verano	Capacitación al personal para llevar a cabo talleres de cocina vivencial y elaboración de menús tradicionales.
Fotografía	30 minutos	Cámara fotográfica o dispositivo móvil	Guía de la finca	Invierno/Verano	Identificar los mejores puntos para tomar las mejores fotografías.
Compra de souvenirs	30 minutos	Estantería de productos	Guía de la finca	Invierno/Verano	Tener barras de chocolate para la venta directa al finalizar las actividades. Tener un folleto informativo de los productos comercializados por Hayak.

Fuente: Elaboración propia (2019)

Bibliografía

Correa, F. (2002) p. 110 Todo Guayas en sus manos. Guayaquil: Editorial Arquidiócesana Justicia y Paz

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>

APÉNDICE B

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Definición del servicio

La finca Hayak, será una finca con servicios turísticos acorde a su actividad agrícola principal que es el cultivo de cacao, en estas actividades se fomentará una cultura del consumo del cacao y sus derivados como lo tienen otros países de la región como por ejemplo Colombia con el café y Argentina con el mate. Estos servicios tendrán todas las garantías necesarias tanto en servicio al cliente, gastronomía típica, seguridad, guianza y elaboración de productos de cacao para el turismo nacional en especial para el mercado de la ciudad de Guayaquil como centro de distribución turístico más cercana.

2.2. Problemas que genera la idea del negocio

Los problemas que se generan al momento de implementar este negocio, serían la inversión que los propietarios necesitarían para ejecutar este proyecto, personal capacitado para el servicio al cliente para este tipo de turismo, y una estrategia de mercado para la promoción turística del lugar y de este tipo de turismo.

2.3. Análisis de la oferta

2.3.1. Competencia directa

La competencia directa que tendría esta idea son las fincas que actualmente tienen un posicionamiento en el mercado que son la hacienda La Danesa y Cacao & Mango que ofrecen el servicio de la elaboración del chocolate artesanal de la cosecha de sus propias plantaciones además de manejar procesos de calidad estandarizados con el tema del cacao, además hay otras haciendas o fincas que gracias a la labor de la prefectura del Guayas por las diferentes rutas que ha creado para la promoción turística de la provincia, elaboro varias rutas en la cual sobresalen 17 haciendas y ranchos, donde solo 2 haciendas que pertenecen a la ruta del cacao ofrecen servicios con las mismas características de la finca del proyecto, a continuación detallamos los servicios y valores de las haciendas o fincas antes mencionadas:

- **Hacienda Cañas**

Esta hacienda está ubicada en el cantón Naranjal, recinto Puerto Inca carretera 25, desvió del camino a San Carlos, aproximadamente esta 1 hora de Guayaquil, ofrecen servicios como tour por un paisaje montubio, observación de flora y fauna del lugar, gastronomía típica del lugar y show folclóricos.

La finca actualmente solo recibe grupos de turistas a partir de 20 personas bajo previa reserva, si una persona desea ir solo o acompañado el precio tendría un costo alto.

Ilustración B.1 Hacienda Cañas



Fuente: haciendascanas.com (2019)

Precio por persona	Producto turístico
USD 90	<p>PASE DEL DIA INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones • Guianza en español • Taller de elaboración de chocolate artesanal. • Degustación de frutas cosechadas en la hacienda • Show artístico • Almuerzo típico • Actividades de recreación. • Duración aprox 3 horas • De lunes a viernes

Precio por persona en grupo de 20 pax	Producto turístico
USD 50	PASE DEL DIA INCLUYE: <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones • Guianza en español • Taller de elaboración de chocolate artesanal. • Degustación de frutas cosechadas en la hacienda • Show artístico • Almuerzo típico • Actividades de recreación. • Duración aprox 3 horas • De lunes a viernes

- **Hacienda LA DANESA**

Esta hacienda se encuentra ubicada en el cantón Naranjito a 2 horas de Guayaquil, la hacienda ofrece a los turistas la experiencia de las labores diarias de un campesino en la siembra y cosecha de productos agrícolas como la teca y el cacao, también se disfruta paseos en bicicleta o a caballo y del descanso y relax en familia.

Para disfrutar las actividades de la hacienda se reserva mediante su página web o vía teléfono.

Ilustración B.2 Hacienda La Danesa



Fuente: Pagina web hacienda La Danesa (2020)

Precio por persona	Producto turístico
USD 112	PASE DEL DIA INCLUYE: <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por toda la finca y sus plantaciones • Guianza en español/ ingles • Taller de chocolate artesanal. • Degustación de productos elaborados en al finca. • Almuerzo típico. • Actividades relacionado al trabajo diario de la siembre y cosecha de productos agrícola • Ordeñar vaca. • senderismo • Paseo en bicicleta o en caballo. • Duración aprox 4 horas

- **Hacienda Cacao & Mango**

Ubicado cerca de la reserva natural Manglares Churute, a 2 horas de la ciudad de Guayaquil donde el turista vive experiencias sobre la cosecha de frutos y productos agrícolas de la hacienda que serán parte de la comida típica que ofrece el lugar, esta hacienda ofrece actividades relacionadas al cacao desde su plantación hasta su elaboración como chocolate artesanal.

Ilustración B.3 Hacienda CACAO & MANGO



Fuente: Pagina web ecuadortravelonline (2020)

Precio por persona	Producto turístico
USD 150	PASE DEL DIA INCLUYE: <ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Guía de turismo en español/ ingles • Visita a las plantaciones • Casa verde • Proceso del caco y su elaboración al chocolate artesanal • Degustación de productos elaborados en la finca. • Almuerzo típico. • Duración aprox 4 horas

2.3.2. Análisis del sector

Sobre el análisis del sector en la cual se está presentando este proyecto cabe mencionar que son pocas las haciendas que manejan de manera exclusiva el tema del procesamiento del cacao para la elaboración de chocolate artesanal, además de manejar estándares de calidad sobre el cultivo de los mismos, la actividad del turismo rural tiene un nicho representativo gracias a los resultado de las encuesta que se elaboró, además se tiene que tomar en cuenta que el cacao como producto está creciendo de manera significativa para la economía del país tanto así que el gobierno actual ha creado el “Programa de mejora competitiva del Cacao y sus derivados” información publicada por el universo en junio del 2019, por eso que es favorable y relevante el crear un producto relacionado con el cacao para su comercialización de manera turística y así desarrollar un mercado exclusivo sobre este producto para el turismo.

2.4. Análisis de la demanda

2.4.1. Potenciales clientes

Para este proyecto se tuvo que definir a los clientes potenciales que tengan la capacidad económica de pago para los servicios, con las siguientes características:

- Personas que tengan edades con rango de 18 a 55 años que vivan en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores.
- Personas tengan ingresos económicos más del sueldo básico unificado 2019

- Personas que viajen solas, en pareja y entre amigos regularmente.
- Turistas nacionales que les guste el turismo rural y vivir nuevas experiencias
- Turistas o visitantes que le guste la elaboración del chocolate artesanal

2.4.2. Estimación de la demanda

En este proyecto la base de la estimación de la demanda esperada para la finca, lo conforma la población del centro turístico más cercano como la ciudad de Guayaquil y se utilizara las cifras del último censo población del Ecuador realizada por el INEC (2010) del fascículo de la Provincia del Guayas, para establecer las estimaciones del segmento del mercado objetivo una vez realizado los respectivos cálculos. Se consideraron algunos factores relevantes limitantes como:

- **Edad:** Se ha considerado un rango de habitantes entre las edades comprendidas de 18 a 55 años y el porcentaje de esta población que cumple con estas características se ha estimado en base a las cifras propuestas para la provincia del Guayas por el INEC (2010)

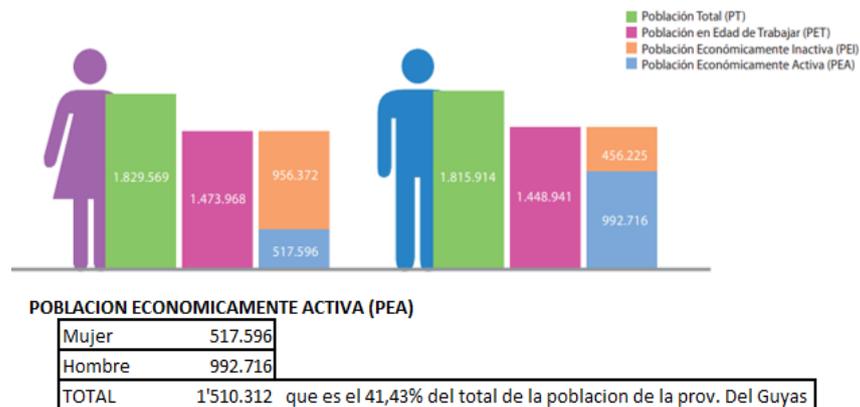
Tabla B.1 Población de la provincia del Guayas por edades

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 60 a mas años	293155	8,8	314129	8,6
DE 55 a 59 años	91994	2,8	138010	3,8
DE 50 a 54 años	130270	3,9	166684	4,6
DE 45 a 49 años	158124	4,8	204345	5,6
DE 40 a 44 años	200728	6,1	220145	6
DE 35 a 39 años	229555	6,9	249779	6,9
DE 30 a 34 años	255593	7,7	289594	7,9
DE 25 a 29 años	276926	8,4	307034	8,4
DE 20 a 24 años	336609	10,2	321308	8,8
DE 15 a 19 años	321456	9,7	338370	9,3
DE 10 a 14 años	332561	10,1	373511	10,2
DE 05 a 09 años	341476	10,3	362896	10
DE 0 a 04 años	340587	10,3	359678	9,9
Total	3309034	100%	3645483	100%

Fuente: Elaboración propia INEC 2010)

- **Actividad económica:** La población económica activa que cumple con el poder económico para comprar el producto turístico de la finca se ha estimado en base a los datos del fascículo de la provincia del Guayas del INEC (2010).

Ilustración B.4 Población de la provincia del Guayas por edades



Fuente: Elaboración propia INEC (2010)

- **Intereses recreativos:** Se ha considerado que los habitantes tienen intereses recreativos agroturístico y que desean realizarlo fuera de su área urbana. Este porcentaje relevante que posee esta característica se ha estimado en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercado realizada para este proyecto.
- **Ingresos:** Se ha considerado que los habitantes tienen ingresos económicos de usd595 a usd994 teniendo una población activa económicamente y con el poder adquisitivo para comprar nuestro producto. Esta apreciación se ha obtenido en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercado realizada para este proyecto.

Determinado una vez los factores limitantes, como resultado se ha logrado una demanda potencial de 206.460 personas

Tabla B.2 Demanda potencial para la finca “Hayak”

Guayaquil	Descripción
2350915	población total
61,30%	% 18 a 55 años de edad
1441110	población de 18 a 55 años de edad en la ciudad de Guayaquil
41,43%	% de población económicamente activa
597052	población económicamente activa
91%	% de población con interés de realizar actividades agroturísticas
543317	población con interés de realizar actividades agroturísticas
38%	% de la población que percibe entre USD595 a USD994
206460	población que percibe entre USD595 a USD994
206460	demanda potencial

Fuente: Elaboración propia (2019)

Se tiene que tener presente que la demanda potencial antes mencionada en el cuadro anterior no se convertirá en un 100% efectiva para fines económicos ya que se necesitara una proyección a 5 años basado en el incremento poblacional de los últimos 10 años en el Ecuador.

La demanda efectiva que se va a necesitar para este proyecto se basara en la tasa neta del incremento poblacional en Ecuador y esto será bajo los datos estadísticos proporcionado por el Banco Mundial (2018) de los últimos 10 años en la cual se utilizara el método de regresión lineal simple para obtener la proyección de los 5 años posteriores, obteniendo lo siguiente:

Tabla B.3 Tasa de crecimiento poblacional

Año	Tasa de crecimiento poblacional
2010	1,59
2011	1,54
2012	1,50
2013	1,50
2014	1,54
2015	1,62
2016	1,71
2017	1,77
2018	1,77
2019	1,67
2020	1,71
2021	1,74

2022	1,77
2023	1,80
2024	1,84
2025	1,87

Fuente: Elaboración propia basado en los datos del banco mundial (2018)

Entonces basado en esta proyección de los próximos 5 años del crecimiento de población, se tiene que para el primer año de operación se captaría el 0.20% de la demanda efectiva sobre la demanda total potencial, con un aumento del 0.25% en el segundo año, en los otros 3 periodos siguiente será un crecimiento estable del 0.30% y como resultado de los 5 años de proyección se obtendrá el 1.15% de la demanda efectiva sobre la demanda potencial calculada.

Tabla B.4 Demanda efectiva mensual para la finca Hayak

	Año	Demanda potencial	Tasa de crecimiento poblacional %	Demanda potencial ajustada	% demanda efectiva esperada	Demanda efectiva esperada	Demanda efectiva mensual esperada
1	2021	206460	1,74	210052	0,2	420	35
2	2022		1,77	210114	0,45	946	79
3	2023		1,80	210176	0,75	1576	131
4	2024		1,84	210259	1,05	2208	184
5	2025		1,87	210321	1,35	2839	237

Fuente: elaboración propia

También se considera que para el turismo en todas sus actividades depende de estacionalidades climáticas como un factor externo, para el cálculo de la demanda para este proyecto se van a considerar 2 temporadas una alta que serán 9 meses empezando de marzo a noviembre y la temporada baja que solo serán 3 meses que empezara de diciembre a febrero, si se considera temporada baja es por el factor clima ya que para estas fechas es la época lluviosa en la región costa del país y por esta zona tiene tendencia a llover mucho provocando el inaccessos por la malas carreteras secundaria que poseen antes de llegar a la finca, a continuación se detalla:

2.5. Análisis de los precios

El precio de venta al público para los servicios o actividades a realizar en la finca como parte del producto agroturístico estará basado en los siguientes aspectos:

- Costos de servicios.
- Precios referenciales de la competencia.
- Valor agregado de los servicios.
- Variedad de servicios ofrecidos.
- Recuperación de capital invertido.
- Tener participación en el mercado del agroturismo.

Tabla B.5 Estimación de la demanda efectiva anual por temporadas

Precio referencial	Producto turístico
USD 85	Full day: <ul style="list-style-type: none">• Transporte privado.• Desayuno típico• Guianza sobre la cosecha del cacao• Taller de elaboración de chocolate artesanal• Almuerzo típico• Actividades de recreación.

Fuente: Elaboración propia. (2019)

2.6. Comercialización del servicio

2.6.1. Promoción y comunicación

Para la promoción y comunicación que requiere este proyecto con el fin de ser rentable por todos los servicios que se propone se realizarán las siguientes estrategias para su comercialización:

- Para la construcción de la marca, que tiene la finalidad de posicionar a la finca en el imaginario de los potenciales clientes, se elaboró un imagotipo. Esto quiere decir una imagen acompañada del nombre de la finca. La construcción de este, consistió en el escenario de una plantación de cacao representado por dos árboles plantados en color café con un fondo blanco, estos árboles son uno de los atractivos de la finca. En la parte inferior se

encuentra el nombre de la finca. Todo esto en colores café que hace una clara referencia a la tierra y el color del chocolate.

Ilustración B.5 Imagotipo de la finca “Hayak”



Fuente: Elaboración propia (2019)

- Realizar un marketing directo utilizando el internet como medio de promoción y socialización con los clientes mediante una página web donde se ofrezcan todos los servicios ofertados.
- Formar alianzas estratégicas con los gobiernos autónomos descentralizados locales (GAD), para la promoción de las actividades turísticas.
- Realizar fam trips para las operadoras de la ciudad de Guayaquil para que estas empresas turísticas los oferten tanto a las agencias de viajes como al cliente final formando lazos estratégicos para las futuras ventas por medio de ellos.
- El uso de las principales redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube, realizando publicaciones y contenidos de manera regular.
- Realizar eventos programados sobre el consumo del cacao fomentando así una cultura sobre este producto.
- El uso de publicidad invasiva con duración de 10 segundos en Facebook, Instagram y YouTube.

2.7. Investigación de mercado

2.7.1. Definición del problema

Validar la existencia de una demanda que requiera el consumo de productos agroturístico sobre la producción del cacao que estén cerca de la ciudad de Guayaquil.

2.7.2. Objetivo general

Determinar la demanda y el perfil del cliente del público objetivo de la ciudad de Guayaquil que esté interesados en el agroturismo de la producción del cacao diseñando un producto turístico viable económicamente para los propietarios de la finca Hayak ubicado en la en cantón de Balzar.

2.7.3. Objetivos específicos

- Identificar gustos y preferencia de la demanda sobre el agroturismo en la ciudad de Guayaquil.
- Identificar la tendencia de viaje que realizan los habitantes de la ciudad de Guayaquil.
- Diseñar un producto turístico viable económicamente.

2.7.4. Determinación de las fuentes de información

2.7.4.1. Fuentes de información primaria

La fuente de información primaria que se hace uso para este proyecto es de realizar una encuesta vía online y física a una muestra representativa del público objetivo de la ciudad de Guayaquil para las edades entre 18 años y 55 años.

2.7.4.2. Fuentes de información secundaria

Se utilizó las estadísticas poblacionales del Ecuador realizadas por el INEC (2010) como fuente secundaria, estas informaciones permiten conocer el número oficial de habitantes que tiene la ciudad del público objetivo para poder realizar la muestra representativa para el estudio.

2.7.5. Planeación de la investigación

Gráfico B.1 Cronograma de actividades

		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
		S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4
1	Definición del problema																
2	Tema del proyecto																
3	Fuentes de información primaria																
4	Definición de la muestra																
5	Elaboración de la encuesta																
6	Revisión de la estructura de la encuesta																
7	Elaboración de la encuesta vía online																
8	Prueba piloto de las encuesta física como online																
9	Recolección de datos de las encuestas																
10	Tabulación de los resultados																
11	Análisis de los resultados																
12	Redacción del informe																

Fuente: Elaboración propia (2019)

En esta planeación se proyectó usar casi dos semanas para cada tema, extiéndase hasta el mes de enero del 2020 para la entrega del informe final con los resultados obtenidos

2.7.6. Encuesta

Para el proyecto se realizó un total de 21 preguntas en la encuesta, en la cual las preguntas estaban estructuradas de la siguiente manera para recopilar la información más relevante para obtener los resultados deseados:

- Ingresos económicos
- Datos demográficos
- Lugares donde han realizado agroturismo y el involucramiento en esta actividad.

- Tiempo de traslado y su relevancia en las actividades a realizar en el destino.
- Tipo de servicios a realizar en el destino.
- Nivel de gasto por usar estos servicios.
- Forma de pago
- Conocimiento de la comunidad local más cercana.
- Preferencia de tipo de turismo.
- Características relevantes que debe tener un producto turístico.
- Preferencia de acompañamiento al momento de viajar.
- Uso de redes sociales y digitales.

2.7.6.1. Modelo de encuesta (Preguntas y secciones)

Para obtener los resultados esperados se realizó un modelo de encuesta tanto cualitativa como cuantitativa que se la ejecuto vía online con *google forms*, así como encuestas físicas. Se debe recalcar que este modelo tuvo algunas revisiones y correcciones por parte de la academia como por profesionales del sector turístico para su validación, producto de todo se obtuvo la siguiente estructura que se presenta a continuación:

	Escuela Superior Politécnica del Litoral Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas	Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
Objetivo: Conocer la demanda y el perfil de habitantes de Guayaquil interesados en el agroturismo, a fin de diseñar un producto agroturístico basado en la producción y procesamiento del cacao que potencie la finca "Hayak", ubicada en el cantón Balzar, provincia del Guayas.		
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. Género

- Femenino
 Masculino

2. Edad

- 18-25 años
 26-35 años
 36-45 años
 46-55 años
 Más de 56 años

3. Ingresos económicos mensuales

- \$394-\$594
 \$595-\$794
 \$795-\$994
 Mayor a \$994

4. Nivel de estudio (cursando o terminado)

- Bachillerato
 Tercer nivel
 Cuarto nivel

5. Sector de Guayaquil donde vive

- Norte/Urdesa__Kennedy__Ceibos__Otro: _____
 Centro/Cdla. Ferroviaria__Portete__Las Peñas__Otro: _____
 Sur/Barrio Centenario__Almendros__Los Esteros__Otro: _____
 Alrededores / Urb. vía Samborondón__Urb. vía Daule__Urb. vía Aurora__Otro: _____

6. ¿Ha visitado algún lugar especializado en agroturismo?

- Sí
 No

Si su respuesta es Sí vaya a la pregunta 7, si No vaya a la 8

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

8. ¿Estaría dispuesto a involucrarse en actividades agroturísticas dentro de una finca cacaotera?

- Sí
 No

Si su respuesta es No, dé por terminada la encuesta.

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.

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

- 1 a 2 horas
- 3 a 4 horas

10. En una escala del 1 al 5, siendo 1 nada dispuesto y 5 muy dispuesto ¿Qué actividades le gustaría realizar si visitara una finca cacaotera?

	Muy dispuesto	Dispuesto	Indiferente	Dispuesto	Muy dispuesto
Recorrido por las plantaciones de cacao					
Degustación de chocolate artesanal					
Taller de elaboración de chocolate					
City tour por la localidad más cercana					
Hospedaje en la finca					
Compra de souvenirs en la finca					

11. ¿Qué servicios le gustaría que tenga esta experiencia cacaotera?

Alimentación

- Box Lunch
- Desayuno montubio
- Desayuno y almuerzo montubio
- Ninguna opción

Transportación

- Llegada a la finca por vehículo propio
- Transporte privado ida y vuelta

Guianza

- Recorrido autoguiado
- Recorrido con guía de la finca

¿Le gustaría que este producto turístico tenga seguro de viaje?

- Sí
- No

12. ¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse?

- 1
- 2
- Más de 2
- Ninguna

Si su respuesta fue positiva continuar con la siguiente pregunta, si No dirigirse a la pregunta 14

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

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

14. ¿Considerando los servicios seleccionados, qué valor estaría dispuesto a pagar por el paquete?

- \$60 a \$80
- \$81 a \$100
- \$101 a \$120
- Mayor a \$120

15. ¿De qué forma le gustaría pagar los servicios contratados?

- Efectivo
- Tarjetas de crédito
- Transferencia
- Otro: _____

16. ¿Conoce usted el cantón Balzar?

- Sí
- No

17. ¿Qué tipo de turismo ha realizado en los últimos 2 años? (puede escoger más de una opción)

- Sol y playa
- Aventura
- Rural
- Compras
- Cultural
- Otro: _____

18. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que usted considera al comprar un producto turístico?

- Que tenga buenos comentarios dentro del mercado
- Que tenga buenos precios
- Que esté cerca de su lugar de residencia
- Que tenga variedad en los servicios que ofrece

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

- Viajo solo/a
- Familia
- Amigos
- Pareja
- Otro: _____

20. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted se informa o se guía para comprar un producto turístico?

- Redes sociales
- Aplicaciones de viaje
- Operadoras turísticas
- Guías turísticas
- Recomendaciones de conocidos
- Otro: _____

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

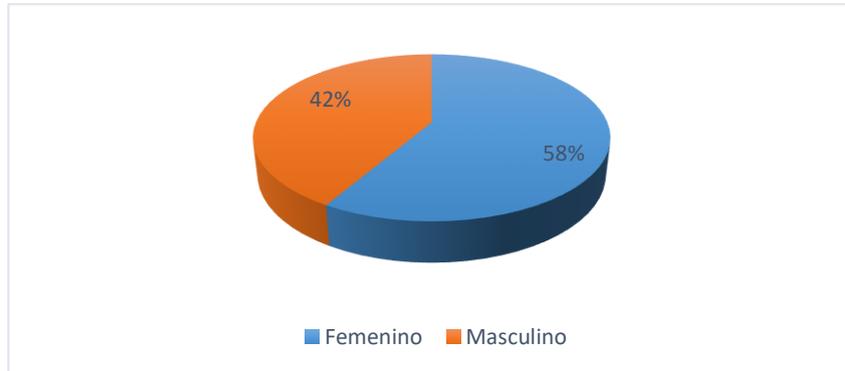
21. ¿Cuál es la red social por la que usted usualmente conoce nuevos productos turísticos?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Otro: _____

2.7.6.2. Análisis de las encuestas

Pregunta 1: Género

Gráfico B.2 Género

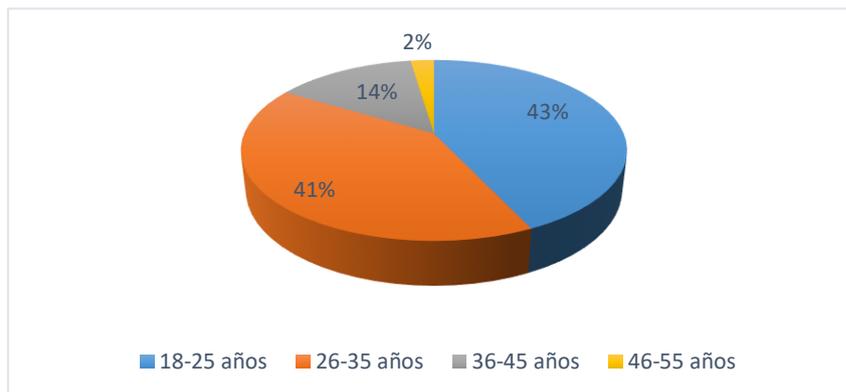


Fuente: Elaboración propia (2019)

La mayor parte de los encuestados (58%) responde al género femenino.

Pregunta 2: Edad

Gráfico B.3 Edad

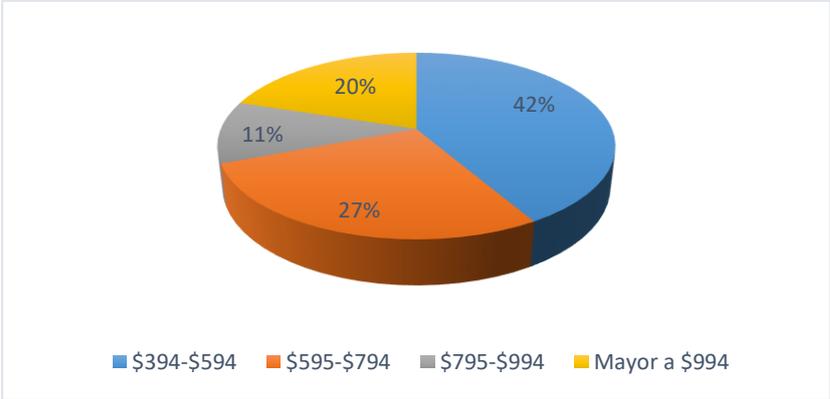


Fuente: Elaboración propia (2019)

El mayor porcentaje de los encuestados son jóvenes de 18 a 25 años (43%) y adultos de 26 a 35 (41%).

Pregunta 3: Ingresos económicos mensuales

Gráfico B.4 Ingresos económicos mensuales

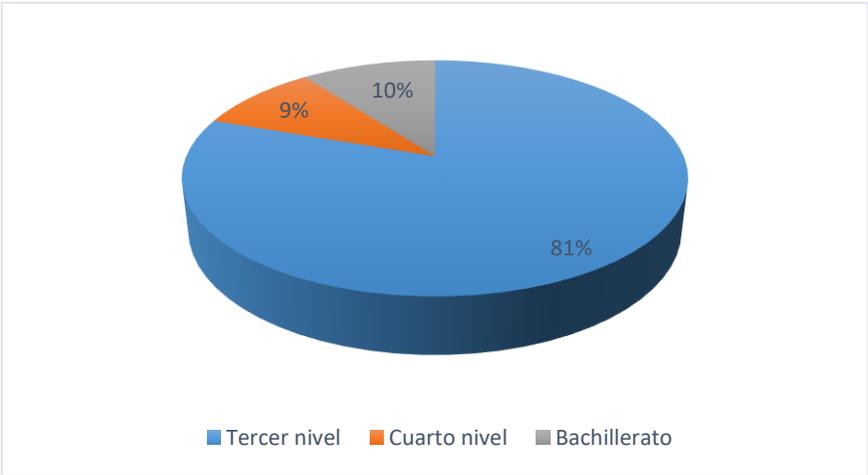


Fuente: Elaboración propia (2019)

El 42% de los encuestados indica tener ingresos entre los USD 394 hasta USD 594 siendo el % más alto, pero si se suma los otros % se tiene que el 58% de los encuestados tiene ingresos que van desde los USD 595 hasta mayor a los USD 994, obteniendo así que sí hay un mercado potencial que puede pagar el producto turístico de la finca.

Pregunta 4: Nivel de estudios (cursando o terminado)

Gráfico B.5 Nivel de estudios

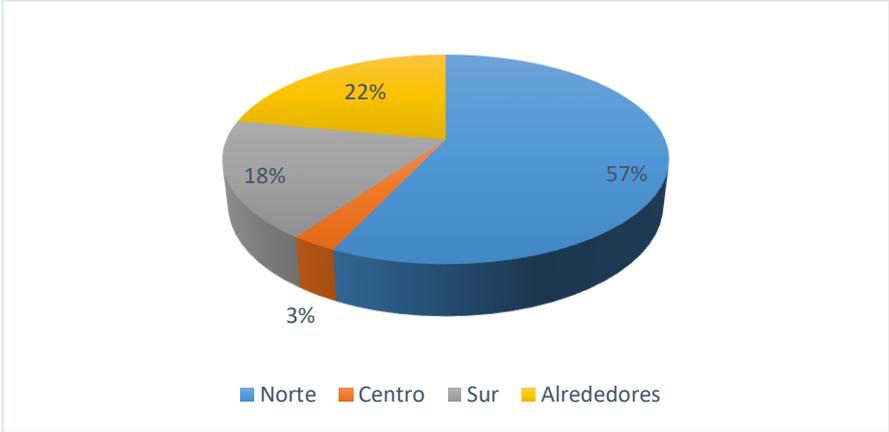


Fuente: Elaboración propia (2019)

Con un total del 81% de los encuestados, siendo este el más alto son aquellos que tienen un título de tercer nivel, dejando con un 9% de los encuestados que solo tienen título de cuarto nivel siendo este el de menor %.

Pregunta 5: Sector de Guayaquil donde vive

Gráfico B.6 Sector de Guayaquil donde vive

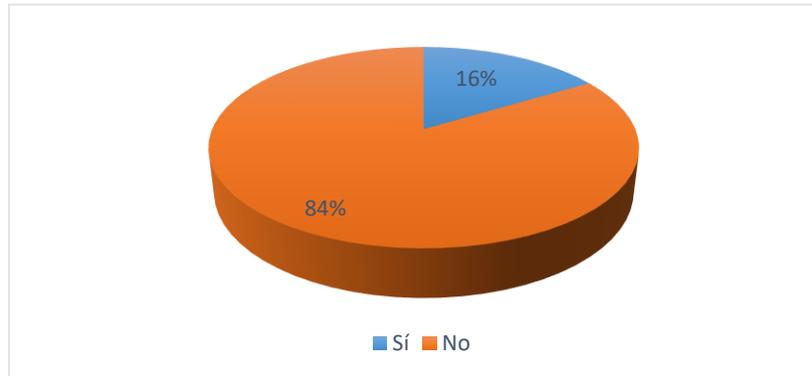


Fuente: Elaboración propia (2019)

Con el tema demográfico en esta pregunta se obtiene resultados sobre el sector de la ciudad de Guayaquil con más interés tiene en este proyecto, dando que el 57% del total de encuestados viven en los diferentes barrios o urbanizaciones del norte de la ciudad, seguido con 22% de las urbanizaciones que están al alrededor de la ciudad y como último lugar con 3% los barrios del centro de la ciudad.

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

Gráfico B.7 Visita previa a lugares especializados en agroturismo

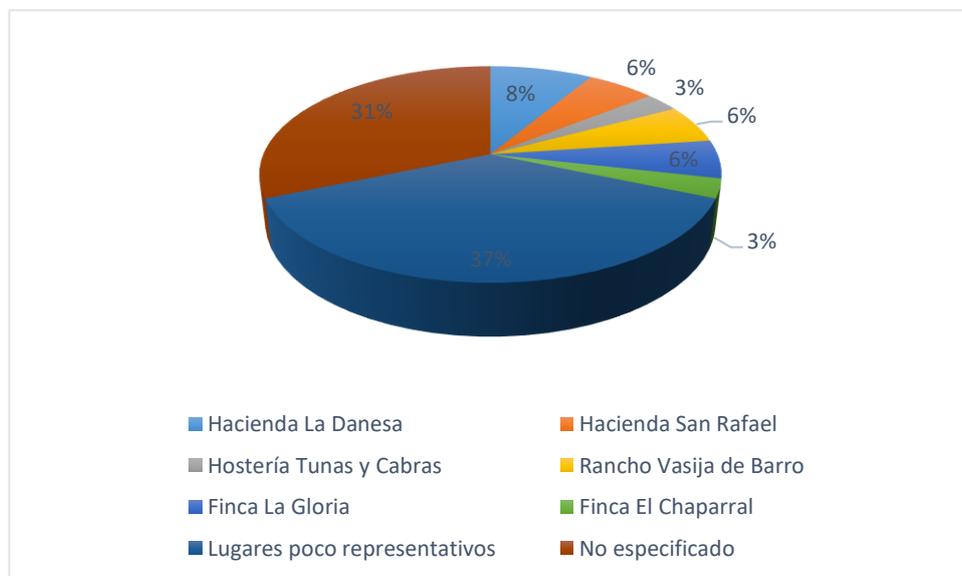


Fuente: Elaboración propia (2019)

Esta pregunta demuestra la poca demanda que tiene el mercado agroturístico, donde un 84% de los encuestados no han visitado ningún lugar relacionado con él, lo cual significa que hay un nicho de mercado para explotar esta actividad turística.

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

Gráfico B.8 Lugares especializados en agroturismo visitados

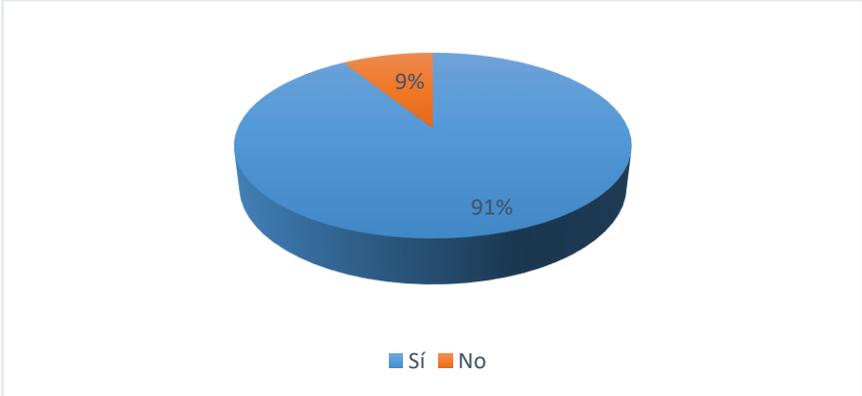


Fuente: Elaboración propia (2019)

Se concluye que de los lugares que más se han visitado por la actividad del agroturismo según la encuesta es la hacienda La Danesa con 8%, pero con 31% de lugares no especificados que están relacionados con la actividad, con el tema “no especificado” se debe que son lugares que no tienen una formalidad de promoción turística o son lugares que ofertan de manera espontánea sin ninguna planificación ya que los clientes no recuerdan los nombre o lugares.

Pregunta 8: *¿Estaría dispuesto a involucrarse en actividades agroturísticas dentro de una finca cacaotera?*

Gráfico B.9 Predisposición a la práctica de actividades agroturísticas



Fuente: Elaboración propia (2019)

En esta pregunta se confirma el interés de la actividad del agroturismo en una finca cacaotera dando como resultado que un 91% de los encuestados desean involucrarse en esta actividad.

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

Gráfico B.10 Tiempo dispuesto a viajar desde lugar de residencia a finca

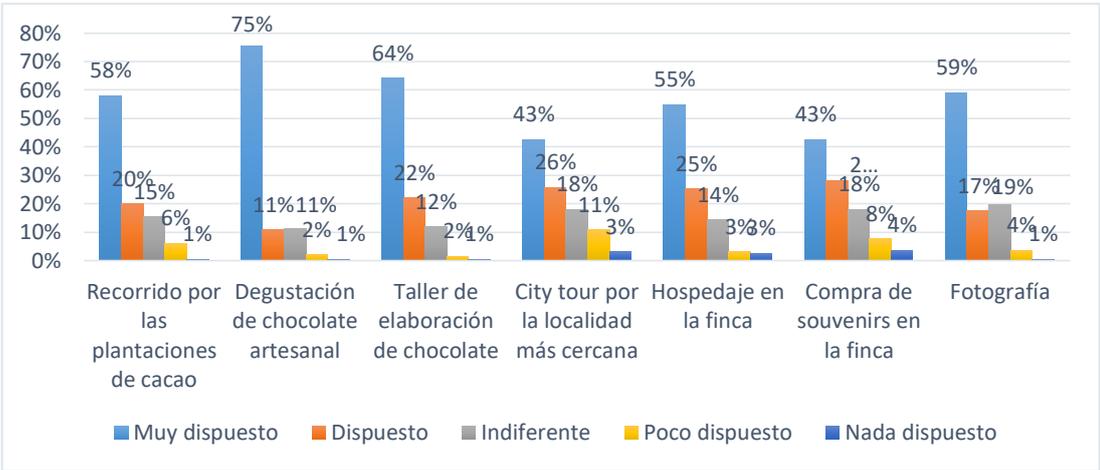


Fuente: Elaboración propia (2019)

Esta pregunta indica el tiempo de demora del desplazamiento del lugar de residencia del turista o visitante de la ciudad de Guayaquil a la finca, un 69% está dispuesto a que su desplazamiento no pase de 2 horas hasta llegar al lugar de interés turístico, pero también se tiene que un 39% está dispuesto a viajar de 3 a 4 horas.

Pregunta 10: *En una escala del 1 al 5, siendo 1 nada dispuesto y 5 muy dispuesto ¿Qué actividades le gustaría realizar si visitara una finca cacaotera?*

Gráfico B.11 Predisposición a realizar actividades en la finca



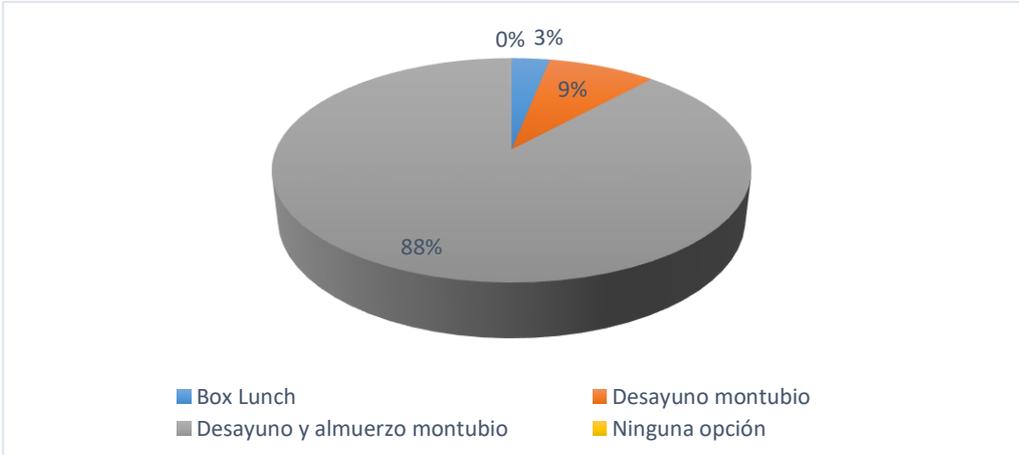
Fuente: Elaboración propia (2019)

En esta pregunta los encuestados indicaron su interés sobre las diferentes actividades o servicios que se van a ofertar para el producto turístico, obteniendo que el de mayor % de interés fue la degustación de chocolate artesanal con el 75%, seguido con un 64% del taller de elaboración del chocolate, 59% fotografía y 58% de recorrido por las plantaciones de cacao, que son las actividades de mayor % que se obtuvieron en esta encuesta.

Pregunta 11: *¿Qué servicios le gustaría que tenga esta experiencia cacaotera?*

1. Alimentación:

Gráfico B.12.1 Tipo de alimentación deseada durante la visita

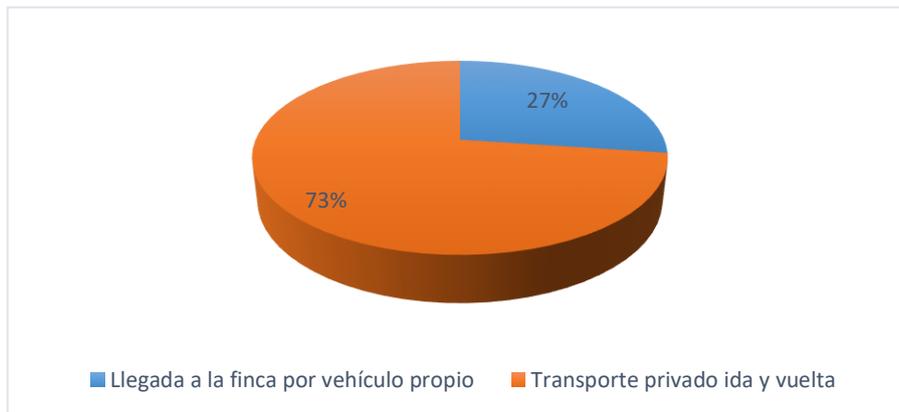


Fuente: Elaboración propia (2019)

Los encuestados desean un desayuno y almuerzo montubio con el 88% seguido con 9% de un desayuno montubio.

2. Transportación:

Gráfico B.12.2 Tipo de transportación deseada para llegar a la finca



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 73% de los encuestados desean llegar en transporte privado ida y vuelta.

3. Guianza:

Gráfico B.12.3 Modalidad de guianza

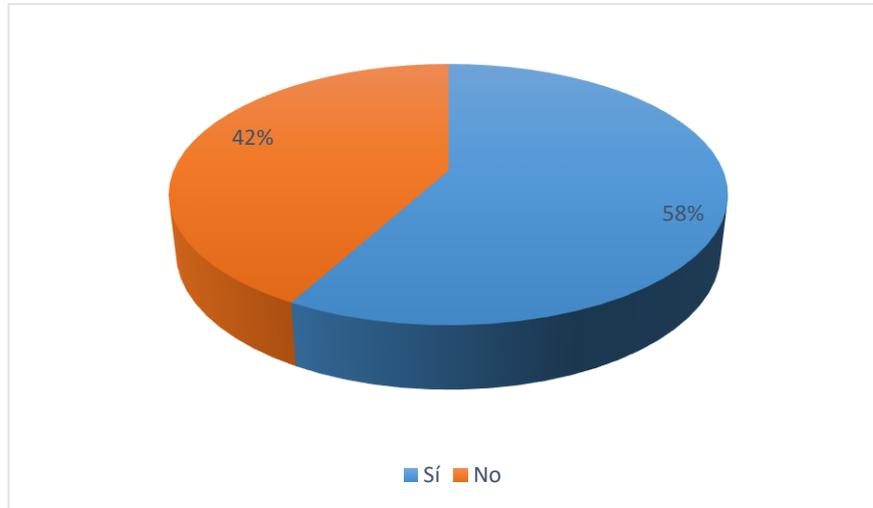


Fuente: Elaboración propia (2019)

El 90% del total de encuestados desean un recorrido con un guía de la finca.

4. Seguro de viaje:

Gráfico B.12.4 Necesidad de seguro

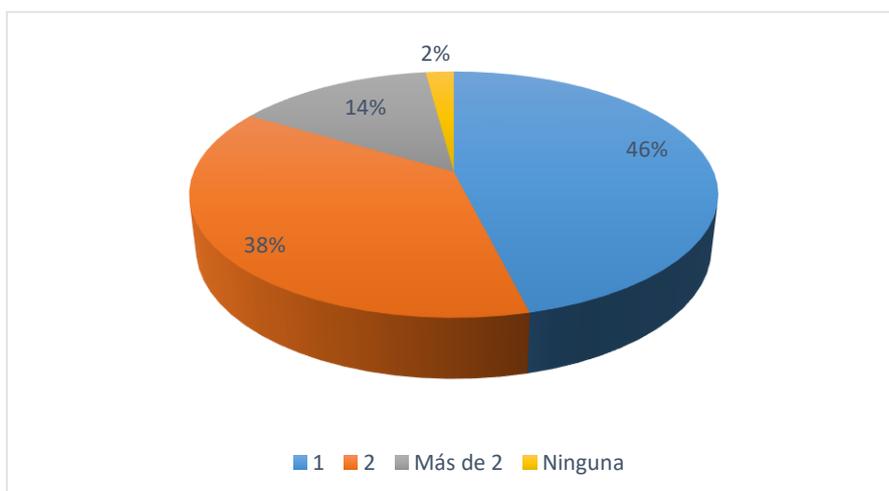


Fuente: Elaboración propia (2019)

Un 58% de los encuestados indican que desean un seguro de viaje y un 42% no lo desean, dejando una brecha muy corta para implementar este servicio al momento de su operación real.

Pregunta 12: *¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse?*

Gráfico B.13 Predisposición a hospedarse

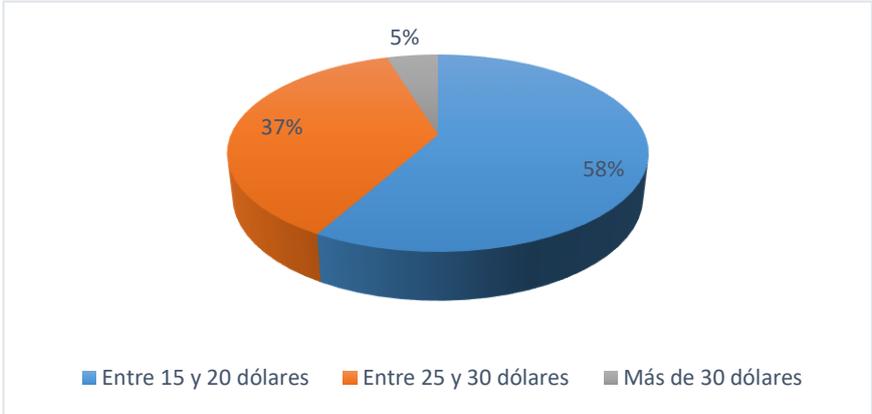


Fuente: Elaboración propia (2019)

El 46% de los encuestados desean hospedarse por la menos 1 noche en la finca siendo esto una futura recomendación a implementar a la finca.

Pregunta 13: *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de alojamiento por noche?*

Gráfico B.14 Valor de alojamiento por noche dispuesto a pagar

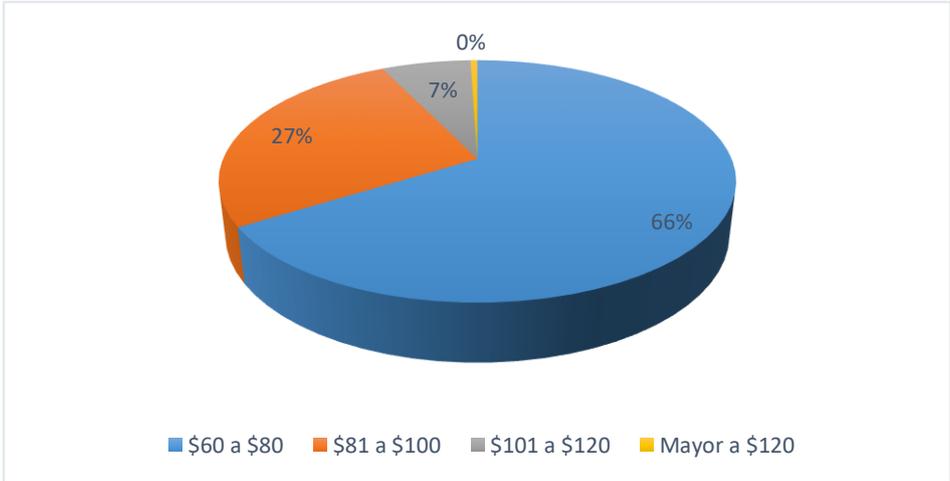


Fuente: Elaboración propia (2019)

En esta pregunta se toma como referencia el precio de entre 15 a 20 dólares con 58% que es el mayor % de la encuesta.

Pregunta 14: *¿Considerando los servicios seleccionados, qué valor estaría dispuesto a pagar por el paquete?*

Gráfico B.15 Valor total del paquete dispuesto a pagar

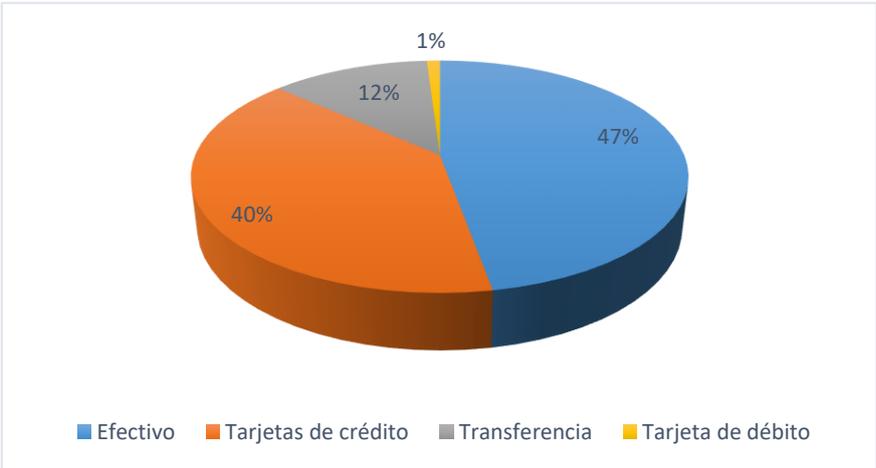


Fuente: Elaboración propia (2019)

Se considera todos los servicios de la pregunta 11 obteniendo como dato relevante para el proyecto que el público objetivo estaría dispuesto a pagar de USD 60 a USD 80 que representa el 66% del total encuestado, pero no dejando atrás con un total de 34% un público objetivo que también estaría dispuesta a pagar entre USD 81 a USD 120, lo cual permite tener una referencia para el precio de venta al público cuando se llegue a su operación real.

Pregunta 15: *¿De qué forma le gustaría pagar los servicios contratados?*

Gráfico B.16 Forma de pago preferida

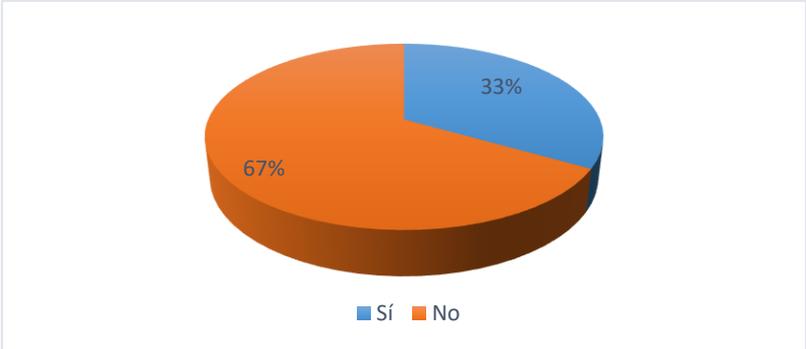


Fuente: Elaboración propia (2019)

Un 47% de los encuestados indica que pagaría el paquete turístico en efectivo, seguido por el pago con tarjetas de crédito con 40%; esta información ayudará para la implantación de medios tecnológicos para el cobro de servicios

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

Gráfico B.17 Conocimiento del cantón Balzar

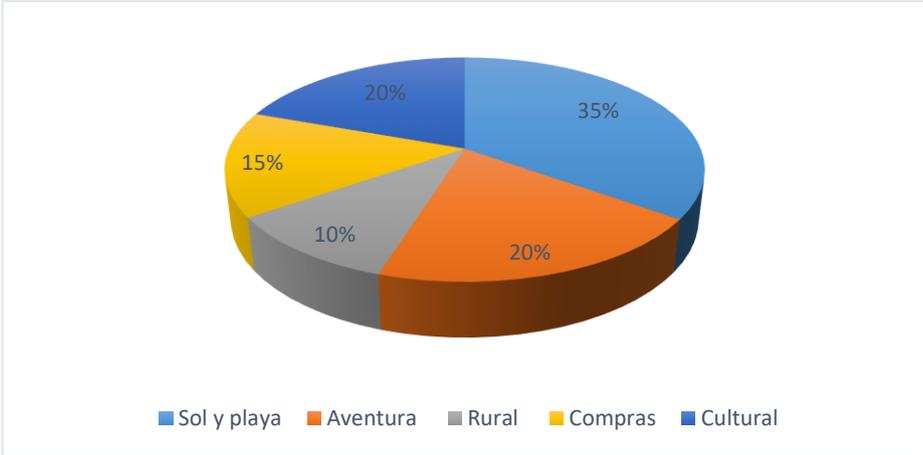


Fuente: Elaboración propia (2019)

Un 67% del total de encuestados No conocen el cantón Balzar y un 33% lo hace.

Pregunta 17: *¿Qué tipo de turismo ha realizado en los últimos 2 años? (Puede escoger más de una opción)*

Gráfico B.18 Tipo de turismo realizado en los 2 últimos años



Fuente: Elaboración propia (2019)

Esta pregunta ayuda a entender que turismo rural en la ciudad de Guayaquil no están común practicarlos el cual representa un 10% del total de los encuestados siendo el de menor %.

Pregunta 18: *¿Cuáles son los aspectos más importantes que usted considera al comprar un producto turístico?*

Gráfico B.19 Tipo de turismo realizado en los 2 últimos años

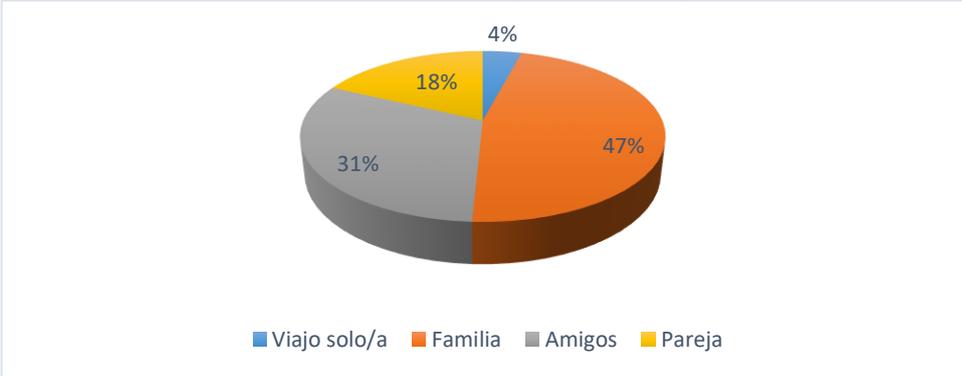


Fuente: Elaboración propia (2019)

Los aspectos más importantes que consideran los encuestados son: que tengan variedad en los servicios que ofrece con un 33%, compartiendo el segundo lugar están: el de tener buenos precios con 30% y que tengan buenos comentarios dentro del mercado.

Pregunta 19: *¿En compañía de quién realiza la mayor parte de sus viajes de esparcimiento?*

Gráfico B.20 Compañía de viaje

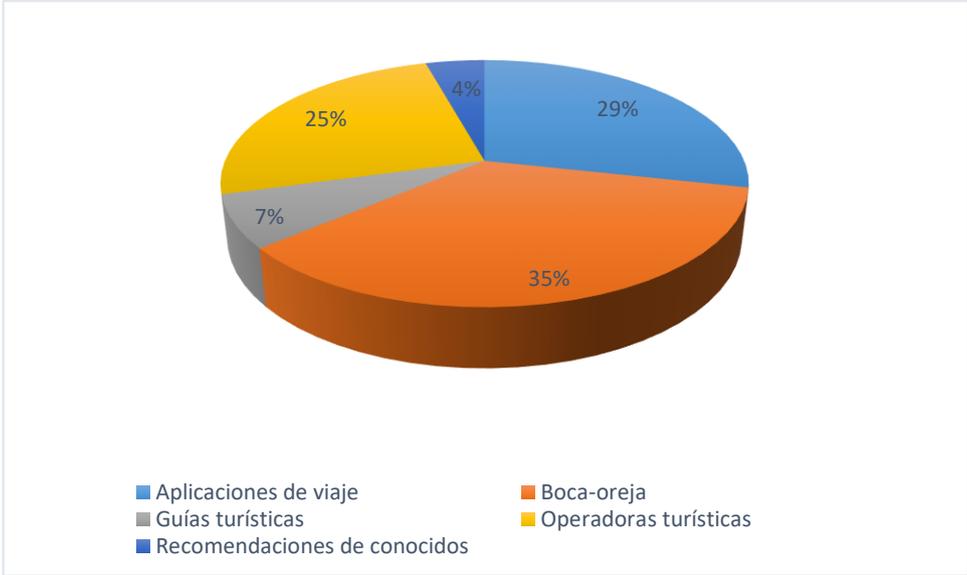


Fuente: Elaboración propia (2019)

El de compartir en familia tiene 47% siendo el de mayor %, pero no se puede dejar atrás la suma de las otras formas de compañía ya que ellos representan el 53% del total de los encuestados.

Pregunta 20: *¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted se informa o se guía para comprar un producto turístico?*

Gráfico B.21 Medio por el cual se informa de productos turísticos

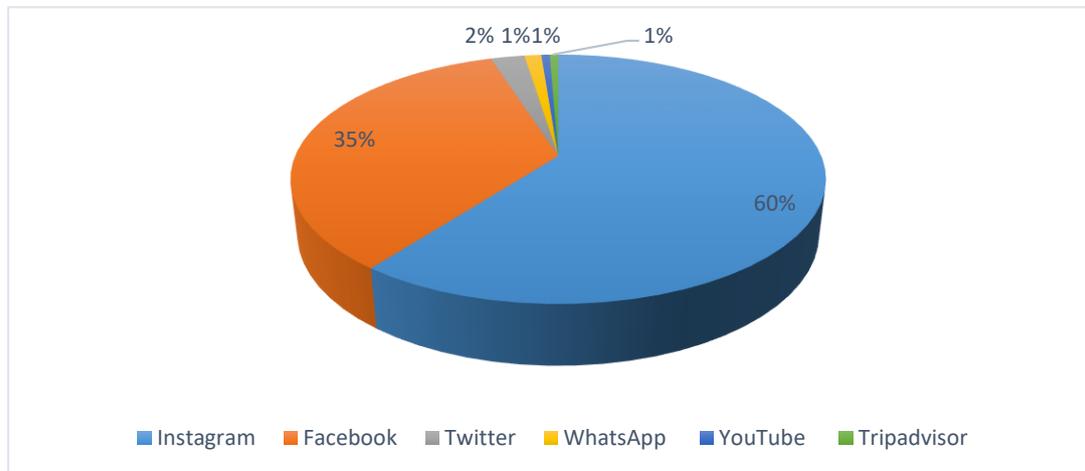


Fuente: Elaboración propia (2019)

El medio de comunicación que más utiliza la muestra son: el de boca oreja con 35% como primer lugar, seguido el de aplicaciones de viaje con 29%, también las operadoras turísticas con 25% dejando como último lugar a las recomendaciones de conocidos.

Pregunta 21: *¿Cuál es la red social por la que usted usualmente conoce nuevos productos turísticos?*

Gráfico B.22 Red social por la que conoce productos turísticos



Fuente: Elaboración propia (2019)

Siendo Instagram el de mayor % con 60%, no se puede descuidar las otras redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube que representa 39%, lo cual sirve para elegir la red social más usada para una estrategia de promoción del producto turístico.

Bibliografía

Banco Central del Ecuador (2019). Obtenido del Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacionecono>

Gobierno Provincial del Guayas (s.f.) Haciendas Turísticas del Guayas. Obtenido de: https://issuu.com/pgamba/docs/prefectura_guayas-haciendas-turisticas-el-guayas-2

Hacienda Caco & Mango Farm (2020). Obtenido de Ecuador travel on line: <https://www.ecuadortravelonline.com/product/cacao-mango-farm/>

Hacienda Cañas (2020). Obtenido de Hacienda Cañas: <http://www.haciendacanas.com/web/home.html>

Hacienda la Danesa (2020). Obtenido de Hacienda la Danesa: <https://www.haciendaladanesa.com/es/experiencias/>

g

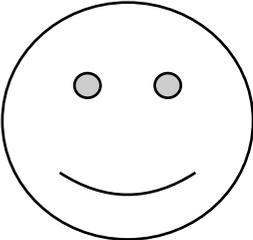
INEC. (2010). Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo Provincial del Guayas. Obtenido de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

APÉNDICE C

3. DISEÑO DE EXPERIECIA TURÍSTICA

3.1. Mapa de empatía

Tabla C.1 Mapa de empatía

Piensa y siente		
Tiene necesidades biológicas. Necesita sentirse seguro Desea conocer algo nuevo y llevarse un buen recuerdo. Desea mantenerse en contacto con sus familiares y amigos. Espera recibir un excelente servicio.		
¿Qué ve?		¿Qué escucha?
Los recursos naturales e instalaciones de la finca. Vías de acceso. La maquinaria utilizada durante el taller de chocolate. La limpieza del taller al realizar las actividades. Condiciones del sendero por las plantaciones de cacao. La presencia del guía y los trabajadores de la finca. Las promociones en internet sobre la visita a la finca.		La guianza brindada por el mediador en la finca y durante el viaje de ida. Indicaciones del chocolatero durante el taller de chocolate artesanal. Reseñas de personas que ya han visitados la finca.
Dice y hace		
Debilidades	Fortalezas	
Miedo de no recibir los servicios prometidos. Le frustra no tener conexión a internet No le resulta fácil realizar actividades agroturísticas en zonas cercanas a Guayaquil.	Le motiva compartir su experiencia con familiares y amigos. Sale del estrés de la ciudad visitando la naturaleza. Le gusta aprender cosas nuevas.	

Fuente: Elaboración propia (2019)

3.2. Itinerario de experiencia

Tabla C.2 Itinerario de experiencia

HORA	DURACIÓN	EPISODIO/ ACCIÓN	LUGAR/ RECURSOS	CONTENIDOS	EFFECTOS EN LOS PARTICIPANTES
07h00	2 horas y media	Recogida de visitantes en punto de encuentro y viaje hacia la finca.	Punto de encuentro definido. Vehículo. Conductor. Guía	Verificación de la identidad de los participantes. Presentación del guía. Durante el viaje charla sobre el cacao en Ecuador, importaciones y exportaciones y el sector agrícola en el Guayas al pasar por escenarios que lo ejemplifiquen.	Establecer el vínculo entre el guía y los visitantes. Ajustar expectativas. Introducir a los participantes en el tema del cacao y sobresalir la identidad cacaotera. Mantener la expectación.
09h30	10 minutos	Bienvenida a las visitantes	Recepción. Panel informativo. Guía.	Descripción breve de las actividades a realizarse e instrucciones de seguridad.	Entregar claves generales de interpretación de la experiencia.
09h40	media hora	Desayuno montubio	Cocina. Personal de cocina. Comedor. Mesero.	Comentario sobre el origen de los alimentos a servirse y su relación con la comunidad.	Vinculación emocional de los participantes con la localidad. Ampliación de conocimientos sobre el sector agropecuario del cantón, festivales, lugares turísticos, gastronomía, etc.
10h10	1 hora y media	Recorrido por las plantaciones	Plantaciones de cacao. Senderos (4 paradas). Señalética. Panel de	Historia de la finca, Proceso de germinación de la semilla de cacao.	Involucrar a los participantes en las actividades cotidianas de un agricultor y las efectuadas en la finca. Entregar

		de cacao y exhibición de árboles frutales.	interpretación. Guía. Cámara fotográfica.	<p>Variedades del cacao y tipo plantado en la finca.</p> <p>Manera correcta de cortar el cacao (Demostración e invitación a participar). Depositar cacao en canasta (Demostración e invitación a participar). Forma de abrir mazorca de cacao con machete (demostración).</p> <p>Degustación de la pepa del chocolate recién extraída de la mazorca.</p> <p>Plagas del cacao.</p> <p>Operaciones de cosecha y poscosecha del cacao: Fermentación, secado, etc.</p> <p>Árboles frutales de la finca.</p> <p>Requisitos para certificación de cacao orgánico.</p> <p>Parada para toma de fotografías.</p>	<p>claves de interpretación de los procesos productivos del cacao.</p> <p>Mantener la expectativa.</p>
11h40	1 hora y media	Taller de chocolate.	Fogón. Instructor. Mandiles, mallas para cabello y guantes. Maquinaria para elaborar	<p>Cultura del chocolate en Ecuador.</p> <p>Explicación de cómo se produce el chocolate.</p>	Relacionar a los participantes con la textura, el olor y el sabor de una pepa de

			chocolate. Utensilios de cocina. Ingredientes para la elaboración de barras de chocolate y mendiants.	Características especiales de los productos de la finca. Beneficios del consumo de chocolate para la salud. Explicación sobre la pureza del chocolate. Tostado de cacao en fogón. Retiro de cáscara (Demostración e invitación a participar). Brindar instrucciones a los participantes para la elaboración de una barra de chocolate y mendiants.	cacao antes de ser procesada para la elaboración de chocolate. Dar a conocer a los participantes la forma de elaborar un chocolate de exportación. Promocionar los productos de la finca, incentivando su compra por parte de los visitantes como souvenirs. .
13h10	1 hora	Almuerzo montubio.	Cocina. Personal de cocina. Comedor. Mesero.	Explicación del menú a servirse y comentario sobre el origen y relación con la localidad.	Descanso después de las actividades realizadas.
14h10	2 horas y media	Regreso al punto de encuentro en Guayaquil.	Vehículo. Conductor. Guía Encuesta de satisfacción. Esferos.	Retroalimentación de las actividades efectuadas. Invitación a seguir página de Instagram para conocer promociones	Repaso de momentos más destacados. Aceptación de sugerencias para próximos recorridos.

Fuente: Elaboración propia (2019)

3.3. Encuesta de satisfacción

Para evaluar la satisfacción de los visitantes después de realizar las actividades propuestas y recolectar comentarios y sugerencias de su experiencia se elaboró una corta encuesta compuesta de un cuestionario breve.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte				
Alimentación				
Guianza				
Taller de chocolate				

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

APÉNDICE D

4. ESTUDIO FINANCIERO

Para el estudio financiero se debe tomar en cuenta que el proyecto no va a tener una inversión muy relevante ya que la finca posee una infraestructura adecuada por su primera actividad que es la agricultura, además tiene construcciones e instalaciones de vivienda y otras aéreas en buen estado para implementar lo que se necesita para la parte turística que se detalla en los siguientes temas financieros:

Balance de Inversión

Tabla D.1 Inversión fija

Inversión inicial del proyecto

INVERSIÓN FIJA				
<i>Descripción de Activos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>	<i>Subtotal</i>
<i>Muebles y enseres</i>				\$ 210,00
Mesa para el taller de chocolate	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Silla	1	\$ 60,00	\$ 60,00	
<i>Equipos de oficina</i>				\$ 350,00
Caja Registradora	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
<i>Equipos de computación</i>				\$ 500,00
Computadora portatil	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Router wi-fi			\$ -	
Switch para conexiones de red			\$ -	
<i>Edificio</i>				\$ 3.000,00
Obra física	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				\$ 4.060,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.2 Obra física

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>	<i>Subtotal</i>
<u>SENDEROS</u>				\$ 400,00
Senderos en la plantación	2	\$ 100,00	\$ 200,00	
Otros senderos en la finca	2	\$ 100,00	\$ 200,00	
<u>SEÑALETICA</u>				\$ 720,00
En la plantación de cacao	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
en la finca	8	\$ 80,00	\$ 640,00	
<u>ADECUACION DEL TALLER</u>				\$ 580,00
Adecuación del taller	1	\$ 580,00	\$ 580,00	
			\$ -	
<u>OTRAS AREAS</u>				\$ 900,00
PARQUEO	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
AREA DE RECREACION	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
<u>SEGURIDAD</u>				\$ 400,00
GARITA	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				\$ 3.000,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.3 Inversión diferida

<i>Descripción de Activos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>	<i>Subtotal</i>
<u>Gastos Legales de Constitución</u>				\$ 1.350,00
Aprobación del nombre de la compañía	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Integración de la cuenta capital	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Elevar escritura pública	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Aprobación de la escritura pública			\$ -	
Anotaciones marginales			\$ -	
Publicación en diarios	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
Inscripción de la constitución de la cía en el Registro Mercantil	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
Nombramiento del representante legal	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
Inscripción del nombramiento del representante en el R. Merc.	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
Certificados profesionales del personal			\$ -	
Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 60,00	\$ 60,00	
Registro de Marcas			\$ -	
Obtención del RUC			\$ -	
Registro del Empleador en el IESS			\$ -	
Obtención del permiso de funcionamiento en el Municipio	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
<u>Gastos de Instalación y Adecuación</u>				\$ 150,00
Adecuación de la Oficina	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Desarrollo de página web	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS				\$ 1.500,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.4 Depreciación y Amortización

DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	10	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00
Equipos de oficina	10	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Equipos de computación	3	\$ 500,00	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ -	\$ -
Edificio	20	\$ 3.000,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
DEPRECIACIÓN ANUAL		\$ 4.060,00	\$ 372,67	\$ 372,67	\$ 372,67	\$ 206,00	\$ 206,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA			\$ 372,67	\$ 745,33	\$1.118,00	\$ 1.324,00	\$ 1.530,00
DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Legales de Constitución	5	\$ 1.350,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Gastos de Instalación y Adecuación	5	\$ 150,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
AMORTIZACIÓN ANUAL		\$ 1.500,00	\$ 300,00				
AMORTIZACIÓN ACUMULADA			\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 900,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.5 Resumen de Inversión

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL	% PART.
INVERSIÓN FIJA		\$ 5.098,00	60,01%
Muebles y enseres	\$ 210,00		2,47%
Equipos de oficina	\$ 350,00		4,12%
Equipos de computación	\$ 500,00		5,89%
Edificio	\$ 4.038,00		47,53%
INVERSIÓN DIFERIDA		\$ 1.500,00	17,66%
Gastos Legales de Constitución	\$ 1.350,00		15,89%
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 150,00		1,77%
INVERSIÓN CORRIENTE		\$ 1.897,16	22,33%
Capital de Trabajo	\$ 1.897,16		22,33%
TOTAL DE INVERSIÓN		\$ 8.495,16	100,00%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.6 Financiamiento de la inversión

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	APORTE	% PART.	TASA DSCTO.	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	\$ 800,00	9,42%	12,98%	1,22%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 7.695,16	90,58%	13,75%	12,46%
TOTAL	\$ 8.495,16	100,00%	TMAR	13,68%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Balance del financiamiento del Proyecto

La institución financiera a la cual se realizara el préstamo para la inversión seria a la CFN, con una tasa de interés anual de 13.75% a un plazo de 5 años, siendo esta la mejor opción por ser un proyecto relacionado con el cacao.

Tabla D.7 Financiamiento del proyecto

INSTITUCION FINANCIERA:	CFN
MONTO:	\$ 8.495,16
TASA:	13,75% anual
PLAZO:	5 años
FRECUENCIA PAGO:	12 meses
CUOTA MENSUAL:	\$ 196,57

1,15%	MENSUAL
60	MESES

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.8 Detalle de financiamiento

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACIÓN
0				\$ 8.495,16
1	\$ 99,23	\$ 97,34	\$ 196,57	\$ 8.395,93
2	\$ 100,36	\$ 96,20	\$ 196,57	\$ 8.295,56
3	\$ 101,51	\$ 95,05	\$ 196,57	\$ 8.194,05
4	\$ 102,68	\$ 93,89	\$ 196,57	\$ 8.091,37
5	\$ 103,85	\$ 92,71	\$ 196,57	\$ 7.987,52
6	\$ 105,04	\$ 91,52	\$ 196,57	\$ 7.882,47
7	\$ 106,25	\$ 90,32	\$ 196,57	\$ 7.776,22
8	\$ 107,47	\$ 89,10	\$ 196,57	\$ 7.668,76
9	\$ 108,70	\$ 87,87	\$ 196,57	\$ 7.560,06
10	\$ 109,94	\$ 86,63	\$ 196,57	\$ 7.450,12
11	\$ 111,20	\$ 85,37	\$ 196,57	\$ 7.338,92
12	\$ 112,48	\$ 84,09	\$ 196,57	\$ 7.226,44
13	\$ 113,77	\$ 82,80	\$ 196,57	\$ 7.112,67
14	\$ 115,07	\$ 81,50	\$ 196,57	\$ 6.997,61
15	\$ 116,39	\$ 80,18	\$ 196,57	\$ 6.881,22
16	\$ 117,72	\$ 78,85	\$ 196,57	\$ 6.763,50
17	\$ 119,07	\$ 77,50	\$ 196,57	\$ 6.644,43
18	\$ 120,43	\$ 76,13	\$ 196,57	\$ 6.523,99
19	\$ 121,81	\$ 74,75	\$ 196,57	\$ 6.402,18
20	\$ 123,21	\$ 73,36	\$ 196,57	\$ 6.278,97
21	\$ 124,62	\$ 71,95	\$ 196,57	\$ 6.154,35
22	\$ 126,05	\$ 70,52	\$ 196,57	\$ 6.028,30
23	\$ 127,49	\$ 69,07	\$ 196,57	\$ 5.900,81
24	\$ 128,95	\$ 67,61	\$ 196,57	\$ 5.771,85
25	\$ 130,43	\$ 66,14	\$ 196,57	\$ 5.641,42
26	\$ 131,93	\$ 64,64	\$ 196,57	\$ 5.509,49
27	\$ 133,44	\$ 63,13	\$ 196,57	\$ 5.376,05
28	\$ 134,97	\$ 61,60	\$ 196,57	\$ 5.241,09
29	\$ 136,51	\$ 60,05	\$ 196,57	\$ 5.104,57
30	\$ 138,08	\$ 58,49	\$ 196,57	\$ 4.966,49
31	\$ 139,66	\$ 56,91	\$ 196,57	\$ 4.826,83
32	\$ 141,26	\$ 55,31	\$ 196,57	\$ 4.685,57
33	\$ 142,88	\$ 53,69	\$ 196,57	\$ 4.542,69
34	\$ 144,52	\$ 52,05	\$ 196,57	\$ 4.398,18
35	\$ 146,17	\$ 50,40	\$ 196,57	\$ 4.252,01
36	\$ 147,85	\$ 48,72	\$ 196,57	\$ 4.104,16
37	\$ 149,54	\$ 47,03	\$ 196,57	\$ 3.954,62
38	\$ 151,25	\$ 45,31	\$ 196,57	\$ 3.803,36
39	\$ 152,99	\$ 43,58	\$ 196,57	\$ 3.650,37
40	\$ 154,74	\$ 41,83	\$ 196,57	\$ 3.495,63
41	\$ 156,51	\$ 40,05	\$ 196,57	\$ 3.339,12
42	\$ 158,31	\$ 38,26	\$ 196,57	\$ 3.180,81
43	\$ 160,12	\$ 36,45	\$ 196,57	\$ 3.020,69
44	\$ 161,96	\$ 34,61	\$ 196,57	\$ 2.858,73
45	\$ 163,81	\$ 32,76	\$ 196,57	\$ 2.694,92
46	\$ 165,69	\$ 30,88	\$ 196,57	\$ 2.529,23

47	\$	167,59	\$	28,98	\$	196,57	\$	2.361,65
48	\$	169,51	\$	27,06	\$	196,57	\$	2.192,14
49	\$	171,45	\$	25,12	\$	196,57	\$	2.020,69
50	\$	173,41	\$	23,15	\$	196,57	\$	1.847,27
51	\$	175,40	\$	21,17	\$	196,57	\$	1.671,87
52	\$	177,41	\$	19,16	\$	196,57	\$	1.494,46
53	\$	179,44	\$	17,12	\$	196,57	\$	1.315,02
54	\$	181,50	\$	15,07	\$	196,57	\$	1.133,52
55	\$	183,58	\$	12,99	\$	196,57	\$	949,94
56	\$	185,68	\$	10,88	\$	196,57	\$	764,25
57	\$	187,81	\$	8,76	\$	196,57	\$	576,44
58	\$	189,96	\$	6,61	\$	196,57	\$	386,48
59	\$	192,14	\$	4,43	\$	196,57	\$	194,34
60	\$	194,34	\$	2,23	\$	196,57	\$	0,00
	\$	8.495,16	\$	3.298,93	\$	11.794,09		

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.9 Capital de trabajo

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 1.268,72	\$ 1.090,10	\$ 2.358,82
2	\$ 1.454,59	\$ 904,23	\$ 2.358,82
3	\$ 1.667,69	\$ 691,12	\$ 2.358,82
4	\$ 1.912,02	\$ 446,80	\$ 2.358,82
5	\$ 2.192,14	\$ 166,68	\$ 2.358,82
60	\$ 8.495,16	\$ 3.298,93	\$ 11.794,09

Fuente: Elaboración propia (2019)

Balance de la venta del producto (full day)

Tabla D.10 Costo Unidad

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	SUMA DE COSTOS
FULL DAY		\$25,11		\$25,11
-				
DESAYUNO	1	\$1,50	\$1,50	
ALMUERZO	1	\$2,50	\$2,50	
TRANSPORTE	1	\$15,00	\$15,00	
OTROS	1	\$6,11	\$6,11	

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.11 Precio de Venta

DESCRIPCION	COSTO	P.V.	IVA	TOTAL IVA	PRECIO FINAL	TOTAL
FULL DAY						\$85,00
<u>VISITANTES</u>		\$81,03				
DESAYUNO	\$1,50	\$5,00	12%	\$0,60	\$5,60	
ALMUERZO	\$2,50	\$8,33	12%	\$1,00	\$9,33	
TRANSPORTE	\$15,00	\$47,98	0%	\$0,00	\$47,98	
OTROS	\$6,11	\$19,71	12%	\$2,37	\$22,08	

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.12 Punto de equilibrio

Anual		
	TURISTAS	Total
	D1	
Unidades a Vender	23	23
% de Participación	1,00	1,00
Precio de Venta Unitario	\$81,03	\$81,03
Costo Variable Unitario	\$25,11	\$25,11
Margen de Contribución por Producto	\$55,92	
Margen de Contribución Ponderado	55,92	55,92
Costo Fijo	\$9.900,00	
Punto de Equilibrio (Unidades)	177	177
Punto de Equilibrio (\$)		

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.13 Proyección de ventas

DESCRIPCIÓN	CANT. DE VISITAS PROYEC.	UNIDADES MES	P.V.P.	TOTAL VENTA MES	VENTA Año 1	IVA SOBRE VENTAS
VISITANTES	23	23	\$81,03	\$1.863,72	\$22.364,62	\$223,65
			\$81,03	\$1.863,72	\$22.364,62	\$223,65
		0	\$0,00	\$-	\$-	\$0,00
TOTAL		23	\$ 81,03	\$ 1.863,72	\$ 22.364,62	\$ 223,65

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.14 Escenario - Cálculo de la demanda

DEMANDA PROYECTADA		MERCADO OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
CLIENTES POTENCIALES	16% Clientes mensuales	30	70,00	25200,00
CRECIMIENTO DEL MERCADO		7%		

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.15 Descripción de proyección de ventas

DESCRIPCION	VENTA Año 1	VENTA Año 2	VENTA Año 3	VENTA Año 4	VENTA Año 5
VISITANTES	\$ 22.364,62	\$ 23.930,15	\$ 25.605,26	\$ 27.397,62	\$ 29.315,46
TOTAL	\$ 22.364,62	\$ 23.930,15	\$ 25.605,26	\$ 27.397,62	\$ 29.315,46

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.16 Capacidad en base a proyección

PROYECCIÓN	CAPACIDAD MÁXIMA	META	% COBERTURA
Mensual	2100,00	630,00	30,00%
Año 1	25200,00	7.560,00	30,00%
Año 2	25200,00	8.089,20	32,10%
Año 3	25200,00	8.655,44	34,35%
Año 4	25200,00	9.261,33	36,75%
Año 5	25200,00	9.909,62	39,32%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.17 Balance del presupuesto

	Mensual	IVA	RET.FTE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>COSTOS OPERATIVOS</u>								
Visitantes	\$ 577,56	\$ 80,86	\$ 5,78	\$ 6.930,67	\$ 7.128,22	\$ 7.331,40	\$ 7.540,38	\$ 7.755,31
SUBTOTAL	\$ 577,56	\$ 80,86	\$ 5,78	\$ 6.930,67	\$ 7.128,22	\$ 7.331,40	\$ 7.540,38	\$ 7.755,31

Fuente: Elaboración propia (2019)

	MENSUAL	IVA	RET.FTE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>								
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ 494,60			\$ 5.935,20	\$ 6.116,91	\$ 6.269,83	\$ 6.426,58	\$ 6.587,25
Servicios Contables y Tributarios		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo del local	\$ 200,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 2.400,00	\$ 2.468,41	\$ 2.538,77	\$ 2.611,14	\$ 2.685,56
GUARDIA	\$ 400,00	\$ 48,00	\$ 8,00	\$ 4.800,00	\$ 4.936,82	\$ 5.077,54	\$ 5.222,27	\$ 5.371,13
LICENCIA	\$ 50,00	\$ 6,00	\$ 1,00	\$ 600,00	\$ 617,10	\$ 634,69	\$ 652,78	\$ 671,39
Teléfono + Internet								
CNT+celular	\$ 30,00	\$ 4,20	\$ 0,60	\$ 360,00	\$ 370,26	\$ 380,82	\$ 391,67	\$ 402,83
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 4,20	\$ 0,30	\$ 360,00	\$ 370,26	\$ 380,82	\$ 391,67	\$ 402,83
Materiales de limpieza	\$ 15,00	\$ 2,10	\$ 0,15	\$ 180,00	\$ 185,13	\$ 190,41	\$ 195,84	\$ 201,42
SUBTOTAL	\$ 1.219,60	\$ 88,50	\$ 26,05	\$ 14.635,20	\$ 15.064,90	\$ 15.472,88	\$ 15.891,95	\$ 16.322,41

	MENSUAL	IVA	RET.FTE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS DE VENTAS								
Publicaciones en redes sociales	\$ 60,00	\$ 8,40	\$ 1,20	\$ 720,00	\$ 740,52	\$ 761,63	\$ 783,34	\$ 805,67
Folletería	\$ 40,00	\$ 5,60	\$ 0,80	\$ 480,00	\$ 493,68	\$ 507,75	\$ 522,23	\$ 537,11
SUBTOTAL	\$ 100,00	\$ 14,00	\$ 2,00	\$ 1.200,00	\$ 1.234,21	\$ 1.269,38	\$ 1.305,57	\$ 1.342,78

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.18 Costos fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo del local	\$ 2.400,00	\$ 2.468,41	\$ 2.538,77	\$ 2.611,14	\$ 2.685,56
Guardia	\$ 4.800,00	\$ 4.936,82	\$ 5.077,54	\$ 5.222,27	\$ 5.371,13
Licencia	\$ 600,00	\$ 617,10	\$ 634,69	\$ 652,78	\$ 671,39
Teléfono + Internet CNT+celular	\$ 360,00	\$ 370,26	\$ 380,82	\$ 391,67	\$ 402,83
Suministros de Oficina	\$ 360,00	\$ 370,26	\$ 380,82	\$ 391,67	\$ 402,83
Materiales de limpieza	\$ 180,00	\$ 185,13	\$ 190,41	\$ 195,84	\$ 201,42
Publicaciones en redes sociales	\$ 720,00	\$ 740,52	\$ 761,63	\$ 783,34	\$ 805,67
Folletería	\$ 480,00	\$ 493,68	\$ 507,75	\$ 522,23	\$ 537,11

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.19 Balance de pérdidas y ganancias

PROYECCIÓN DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 22.364,62	\$ 23.930,15	\$ 25.605,26	\$ 27.397,62	\$ 29.315,46
Costos Operativos	\$ 6.930,67	\$ 7.128,22	\$ 7.331,40	\$ 7.540,38	\$ 7.755,31
Utilidad Bruta	\$ 15.433,96	\$ 16.801,93	\$ 18.273,85	\$ 19.857,24	\$ 21.560,15
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 8.700,00	\$ 8.947,99	\$ 9.203,04	\$ 9.465,37	\$ 9.735,17
Gastos de Venta	\$ 1.200,00	\$ 1.234,21	\$ 1.269,38	\$ 1.305,57	\$ 1.342,78
Depreciaciones	\$ 372,67	\$ 372,67	\$ 372,67	\$ 206,00	\$ 206,00
Amortizaciones	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Total Gastos de Operación	\$ 10.572,67	\$ 10.854,86	\$ 11.145,09	\$ 11.276,93	\$ 11.583,95
Utilidad Operacional	\$ 4.861,29	\$ 5.947,07	\$ 7.128,76	\$ 8.580,31	\$ 9.976,20
Gastos Financieros	\$ 1.026,63	\$ 851,58	\$ 650,89	\$ 420,79	\$ 156,97
Utilidad Antes de Participación	\$ 3.834,65	\$ 5.095,49	\$ 6.477,87	\$ 8.159,53	\$ 9.819,22
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 575,20	\$ 764,32	\$ 971,68	\$ 1.223,93	\$ 1.472,88
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 3.259,46	\$ 4.331,16	\$ 5.506,19	\$ 6.935,60	\$ 8.346,34
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 717,08	\$ 952,86	\$ 1.211,36	\$ 1.525,83	\$ 1.836,19
Utilidad Neta	\$ 2.542,38	\$ 3.378,31	\$ 4.294,83	\$ 5.409,77	\$ 6.510,14
Dividendos repartidos		\$ 1.271,19	\$ 2.324,75	\$ 3.309,79	\$ 4.359,78
Utilidad Retenida	\$ 2.542,38	\$ 2.107,12	\$ 1.970,08	\$ 2.099,98	\$ 2.150,37

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.20 Capital de trabajo por áreas

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.402,56
C. OPERATIVO	\$ 577,56
G. ADMINISTRATIVO	\$ 725,00
G. VENTAS	\$ 100,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.21 Proyección de flujo de caja

PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$ 22.364,62	\$ 23.930,15	\$ 25.605,26	\$ 27.397,62	\$ 29.315,46
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$ 6.930,67	\$ 7.128,22	\$ 7.331,40	\$ 7.540,38	\$ 7.755,31
Gastos Administrativos		\$ 8.700,00	\$ 8.947,99	\$ 9.203,04	\$ 9.465,37	\$ 9.735,17
Gastos de Venta		\$ 1.200,00	\$ 1.234,21	\$ 1.269,38	\$ 1.305,57	\$ 1.342,78
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 575,20	\$ 764,32	\$ 971,68	\$ 1.223,93
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 717,08	\$ 952,86	\$ 1.211,36	\$ 1.525,83
Subtotal		\$ 16.830,67	\$ 18.602,69	\$ 19.521,01	\$ 20.494,36	\$ 21.583,02
Flujo Operativo		\$ 5.533,96	\$ 5.327,46	\$ 6.084,25	\$ 6.903,27	\$ 7.732,44
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$ (5.098,00)					
Inversión Diferida	\$ (1.500,00)					
Inversión Corriente	\$ (1.402,56)					
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (1.194,85)	\$ (1.369,90)	\$ (1.570,60)	\$ (1.800,70)	\$ (2.064,51)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (1.026,63)	\$ (851,58)	\$ (650,89)	\$ (420,79)	\$ (156,97)
DP		\$ -	\$ (1.271,19)	\$ (2.324,75)	\$ (3.309,79)	\$ (4.359,78)
Flujo Neto Generado	\$ (8.000,56)	\$ 3.312,47	\$ 1.834,78	\$ 1.538,02	\$ 1.371,99	\$ 1.151,17
Saldo Inicial de Caja	\$ 1.402,56	\$ 1.402,56	\$ 4.715,03	\$ 6.549,81	\$ 8.087,83	\$ 9.459,82
Saldo Final de Caja	\$ 1.402,56	\$ 4.715,03	\$ 6.549,81	\$ 8.087,83	\$ 9.459,82	\$ 10.611,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.22 Balance general final proyectado

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 1.402,56	\$ 4.715,03	\$ 6.549,81	\$ 8.087,83	\$ 9.459,82	\$ 10.611,00
IVA en compras		\$ 183,36	\$ 188,58	\$ 193,96	\$ 199,49	\$ 205,17
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 1.402,56	\$ 4.898,39	\$ 6.738,40	\$ 8.281,79	\$ 9.659,31	\$ 10.816,17
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
Equipos de oficina	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Equipos de computación	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Edificio	\$ 4.038,00	\$ 4.038,00	\$ 4.038,00	\$ 4.038,00	\$ 4.038,00	\$ 4.038,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ (372,67)	\$ (745,33)	\$ (1.118,00)	\$ (1.324,00)	\$ (1.530,00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 5.098,00	\$ 4.725,33	\$ 4.352,67	\$ 3.980,00	\$ 3.774,00	\$ 3.568,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos Legales de Constitución	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
(-) Amortización Acumulada		\$ (300,00)	\$ (600,00)	\$ (900,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.500,00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 900,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 8.000,56	\$ 10.823,72	\$ 11.991,06	\$ 12.861,79	\$ 13.733,31	\$ 14.384,17
PASIVOS						
Pasivos Corto Plazo	\$ 1.194,85	\$ 1.369,90	\$ 1.570,60	\$ 1.800,70	\$ 2.064,51	\$ -
Retención en la fuente por pagar		\$ 33,83	\$ 34,79	\$ 35,78	\$ 36,80	\$ 37,85
IVA en ventas		\$ 149,53	\$ 153,80	\$ 158,17	\$ 162,68	\$ 167,32
Beneficios Sociales por Pagar		-	-	-	-	-
Impuesto a la renta por pagar		\$ 717,08	\$ 952,86	\$ 1.211,36	\$ 1.525,83	\$ 1.836,19
Participación de trabajadores por pagar		\$ 575,20	\$ 764,32	\$ 971,68	\$ 1.223,93	\$ 1.472,88
Pasivos a Largo Plazo	\$ 6.005,71	\$ 4.635,81	\$ 3.065,21	\$ 1.264,51	\$ (800,00)	\$ (800,00)
TOTAL DE PASIVOS	\$ 7.200,56	\$ 7.481,34	\$ 6.541,57	\$ 5.442,20	\$ 4.213,75	\$ 2.714,25

PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Utilidad del Ejercicio		\$ 2.542,38	\$ 3.378,31	\$ 4.294,83	\$ 5.409,77	\$ 6.510,14
Utilidades Retenidas		\$ -	\$ 1.271,19	\$ 2.324,75	\$ 3.309,79	\$ 4.359,78
TOTAL PATRIMONIO	\$ 800,00	\$ 3.342,38	\$ 5.449,49	\$ 7.419,58	\$ 9.519,55	\$ 11.669,92
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 8.000,56	\$ 10.823,72	\$ 11.991,06	\$ 12.861,78	\$ 13.733,31	\$ 14.384,17

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.23 Análisis TIR y VAN del proyecto

DESCRIPCIÓN	FLUJOS OPERATIVOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$8.000,56	-\$8.000,56
AÑO 1	\$3.312,47	-\$4.688,08
AÑO 2	\$5.327,46	\$639,37
AÑO 3	\$6.084,25	\$6.723,62
AÑO 4	\$6.903,27	\$13.626,89
AÑO 5	\$7.732,44	\$21.359,32

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.24 Cálculo del costo promedio ponderado de capital

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
Recursos Propios	\$ 800,00	10,00%	12,98%	1,298%
Préstamo Bancario	\$ 7.200,56	90,00%	13,75%	12,375%
TMAR				13,67%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.25 Rentabilidad

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	13,67%
TIR	55,36%
VAN	\$11.387,41

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla D.26 CAPM

CÁLCULO DEL CAPM	
$Kr = Krf + \beta (Km - Krf) + i$	
Krf (tasa libre de riesgo)=	2,49%
Km (rendimiento de mercado) =	9,03%
β (beta del mercado) =	0,76
Tasa de interés pasiva	5,52%
Kr (tasa esperada de retorno) =	12,98%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Bibliografía

Banco Central del Ecuador (2019). Obtenido del Banco Central del Ecuador:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

APÉNDICE E

5. Guía para las entrevistas semiestructuradas

Director técnico de la finca

Objetivo: Conocer el punto de vista de la administración de la finca con respecto a la creación de un producto agroturístico.

1. ¿Cómo nació la finca “Hayak” y donde se encuentra ubicada?
2. ¿A qué actividad se dedica principalmente la finca?
3. ¿Aparte de la producción de cacao, realiza alguna otra actividad?
4. ¿Cómo desea aprovechar su finca?
5. ¿Qué servicios le gustaría ofrecer a los visitantes?
6. ¿Cómo surgió la idea del chocolate “Hayak”?
7. ¿A qué mercado vende su producto?
8. ¿Usted ha buscado apoyo del GAD de Balzar?
9. ¿Cómo cree que le ayudaría la aplicación de este proyecto a la finca y localidad?

Entrevista al GAD de Balzar

Objetivo: Conocer sobre proyectos de desarrollo turístico aplicados o desarrollándose en el cantón Balzar.

1. ¿Cuenta el cantón Balzar con un plan de turismo?
2. ¿Qué proyectos tiene a futuro el GAD del cantón Balzar relacionados con turismo?
3. ¿Qué necesitan para desarrollar el turismo en el cantón?
4. ¿En que se enfocaría el GAD de Balzar para dar a conocer el cantón?
5. ¿Cuáles son los atractivos naturales y culturales principales que posee Balzar?
6. ¿Qué actividades turísticas se pueden realizar en Balzar?
7. ¿Cómo cree que el turismo rural puede relacionarse con Balzar?
8. ¿Qué necesitan para llegar a un mercado nacional o internacional?
9. ¿De qué manera los habitantes de Balzar podrían ayudar al desarrollo del turismo?

10. ¿Qué pasos debería seguir un agricultor interesado en aprovechar turísticamente su finca?
11. ¿Cómo se puede solicitar el apoyo del GAD del cantón Balzar en caso de falta de servicios básicos, accesibilidad, infraestructura con la finalidad de desarrollar un proyecto agroturístico en una finca cacaotera?

Propietaria de operadora turística

Objetivo: Conocer los requisitos de una operadora turística para comercializar al turista nacional e internacional un producto agroturístico basado en la producción y procesamiento del cacao.

1. ¿La operadora cuenta con algún paquete que involucre actividades agroturísticas?
2. ¿Ha visto de una u otra manera si el cacao cuenta con alguna popularidad sea algún tipo de demanda específica?
3. ¿La operadora actualmente tiene alguna oferta relacionada a la producción y al procesamiento del cacao?
4. ¿Qué opinas sobre este tipo de experiencia que se pueda vender con este tipo de programa?
5. ¿Por medio de qué redes difunden actualmente sus programas?
6. ¿Qué piensa que debe cumplir una finca que oferte una experiencia basada en la producción y procesamiento de cacao para ser promocionado por una operadora?

Propietario de negocio de restauración

Objetivo: Conocer la opinión del administrados de un establecimiento de restauración que vende productos centrados en el chocolate.

1. ¿Qué tipo de productos vende en su cafetería y donde se encuentra ubicada?
2. ¿Qué tipo de clientes recibe en su establecimiento, nacional o extranjero?
3. ¿Alguna vez algún cliente le ha consultado sobre el origen de la materia prima que utiliza?

4. ¿Cómo usted ve la demanda de chocolate en su local?
5. ¿Qué piensa acerca de que su cliente tenga una experiencia acerca del cultivo del cacao?
6. ¿Actualmente su cafetería tiene alguna alianza estratégica con una finca que ofrezca la experiencia del Cacao?
7. ¿Estaría dispuesto a ofrecer a sus clientes la experiencia cacaotera si se le ofrece comercializar este producto turístico?
8. ¿Qué beneficios obtendría usted al comercializar este producto turístico?
9. ¿Usted como empresario que utiliza el cacao ecuatoriano como materia prima de alguno de sus productos piensa que se lo está aprovechando totalmente a nivel nacional e internacional?

Turista

Objetivo: Conocer la opinión de un turista sobre la propuesta de agroturismo basado en cacao.

1. ¿Prefiere viajar sola o acompañada?
2. ¿Cómo escoge a qué lugar viajar?
3. ¿Planifica su viaje por su cuenta o compra paquetes de viaje?
4. ¿Qué ha escuchado del cacao ecuatoriano?
5. ¿Estaría dispuesto/a a realizar actividades de agroturismo centradas en la producción y elaboración del cacao?
6. ¿Qué opina sobre el turismo rural o agroturismo?
7. ¿Durante su viaje ha incluido alguna experiencia de agroturismo?
8. ¿Qué servicios le gustaría recibir si visitara una finca cacaotera?
9. ¿Alguna vez ha comprado una experiencia turística por medio de una aplicación?

5.1. Matriz de ideas relevantes de las entrevistas realizadas

Tabla E.1 Resumen de entrevistas

Entrevistado	Papel	Preguntas al Directo Técnico de la finca "Hayak"							
		Historia de la finca y ubicación	Actividad principal	Actividades adicionales	Anhelos de mejora	Servicios que busca ofrecer	Chocolate Hayak y Mercado de venta de chocolate	Apoyo de instituciones	Relevancia
Jorge Triviño	Director Técnico de la finca	La finca se encuentra en el cantón Balzar. En el año 2009 recibió una indemnización por un accidente y decidió invertirlo en la compra de un terreno. Comenzó plantando maíz hasta decidirse por el cacao.	En su mayoría produce cacao pero cuenta con plantas de guanábana, naranja, toronja, limón, plátano y banano.	Debido a su formación él siempre está buscando la manera de agregar valor a todo. El precio del cacao aunque históricamente tiende al alza tiene una serie de fluctuaciones y a veces no es sostenible, por eso comenzó a venderlo como chocolate, pasta de cacao, polvo y manteca porque ahí si te asegura un buen precio.	Considera que el siguiente paso es aprovechar la finca agroturísticamente porque ha visitado fincas ganaderas en una parroquia rural donde hacen este turismo. Quiere replicar el tema en su sector que si bien ha sido una zona maicera y piñera a lo largo de las últimas décadas repunta actualmente en la producción del cacao, por esto tiene que ser un proyecto sustentable y serio donde la gente pueda ir y la zona se pueda beneficiar.	Busca brindar guianza, también que las personas puedan pernoctar y vivir la experiencia de cosechar cacao con las debidas seguridades. Los visitantes podrían procesar el cacao cosechado y llevarse su propio chocolate de la finca.	Se preparó en Argentina como chocolatier. De las pequeñas exportaciones realizadas, se ha mandado a Emiratos Árabes, Estados Unidos, Canadá, Argentina y España	No ha buscado ningún tipo de apoyo todavía pero ha conversado con el alcalde del Balzar y la respuesta obtenida es que estaban llegando a un acuerdo para explotar unas minas y sacar material para poder rellenar los caminos vecinales en mal estado.	La localidad tendría un impacto importante, porque son vecinos quienes están alrededor de la finca, si se potencia la zona como turística, muchas personas estarán dispuestas a trabajar, y emprender, preparar algún tipo de comida, entonces les iría mucho mejor

Entrevistado	Papel	Preguntas Jefe del departamento de turismo del cantón Balzar							
		Planificación turística del cantón	Proyectos futuros	Necesidades para desarrollo	Enfoques principales	Actividades turísticas que se pueden realizar en el cantón.	Relación turismo rural y Balzar	Medios de difusión.	Forma de apoyo
Daver Carreño Ramírez	Jefe del departamento de turismo del cantón Balzar	Balzar no cuenta con un plan de desarrollo de turístico. Dan capacitaciones en la parte gastronómica, hotelera y de atractivos turísticos para que sepan atender al turista.	Se está trabajando con los balnearios de agua dulce e impulsar el agroturismo como se lo ha hecho en el recinto La Monserrate	Se necesita crear una identidad y esta podría ser la montubia. Se necesitan personas que quieran sacar adelante el cantón.	Se busca que Balzar tenga identidad propia promocionando las cabalgatas, los rodeos, la gastronomía criolla y la activación de la visita de balnearios recreativos.	Anualmente se realizan cuatro cabalgatas, diferentes rodeos montubios. Feria ganadera. Fiesta del patrono del cantón. Fiestas de cantonización.	Se puede aprovechar la agricultura para que se hagan productos y las personas puedan saber cómo se elaboran ciertos platos.	Se da a conocer el cantón por medio de flyers, Ministerio de Turismo y redes sociales.	Deben contactar al GAD de Balzar por directrices para hacer de la finca turística. Ellos podrían ayudar abriendo caminos vecinales, llevando alumbrado, haciendo difusión.

Entrevistado	Papel	Preguntas a Prestadores de servicios turísticos en Guayaquil					
		Paquete que involucre actividades agroturísticas	Demanda de actividades agroturísticas.	Opinión sobre el agroturismo en el Guayas	Opinión sobre la venta de productos agroturísticos	Medios de difusión	Variables que se deben cumplir para vender este tipo de experiencias
Dianne Infante	Gerente de la Tour Operadora Summer Vacations	Tienen la opción de visitas a fincas cacaoteras y de banano dirigidas al mercado extranjero que gusta obtener la experiencia de ver cómo se producen estos productos que son bastante apetecidos a nivel internacional.	El cacao no es motivo de visita exclusivo pero considera que es muy reconocido a nivel internacional.	Considera que no se le ha dado mucho impulso pero que sí podría ser un buen producto para promocionar sobre todo en el exterior como recorridos en zonas cercanas a Guayaquil para también ayudar un poco a Guayaquil no sea una ciudad tanto de paso, sino que también tenga muchas más atractivos que recorrer y que sea una ciudad ya de larga estancia	Indica que ahora lo que más llama la atención en el turista son las experiencias porque está un poco cansado de los destinos tradicionales o los de sol y playa y busca tener ese contacto con la naturaleza, tener ese tipo de experiencia que no las va a vivir en su lugar de hábitat natural familiar.	La operadora se da a conocer a través de redes sociales, la página web, ferias, y visitas tanto a nivel nacional como internacional para dar a conocer nuestra oferta turística.	El producto tiene que ser participativo, invitar al turista a que sea participe en la elaboración de un producto, debe haber seguridad, priorizar que sea de fácil acceso, que los caminos sean seguros y que haya un personal capacitado y que sepa lo que está hablando y sean empáticos.

Entrevistado	Papel	Copropietario de la cafetería Ciudad Café					
		Ubicación de la cafetería y misión	Tipo de cliente	Interés en realizar una alianza estratégica	Interés de clientes en el origen de materia prima	Disposición a promocionar la visita a la finca "Hayak"	Beneficios buscados
Rodrigo Perugachi	Copropietario de la cafetería Ciudad Café	<p>Tienen como iniciativa vender producto de calidad, pero ricos en sabores ecuatorianos. La cafetería está ubicada en ceibos y se tiene la proyección de abrir más locales y apuntar a crear una cultura en café y chocolate que son las insignias más importantes como productos en Ecuador y fomentar el agroturismo.</p>	<p>Principalmente nacionales, pero porque están muy cerca del colegio alemán Humboldt, reciben un gran grupo de extranjeros, muchos profesores que vienen del extranjero para enseñar su alemán, también de otros colegios como Liceo Los Andes, COPOL que son profesores que vienen a enseñar lenguas y hay muchos extranjeros del sector también pero principalmente es nacional.</p>	<p>Han iniciado conversaciones con HAYAK y también con la finca Maputo, son dos fincas una de cacao y otra de café, que creen también en temas de agroturismo.</p>	<p>Sí pero muy poco porque hay poca cultura, la gente quiere que sea dulce, hay muy poca cultura en Ecuador. Ecuador es un país productor para más no un país consumidor</p>	<p>Fomentaría la visita a Hayak y lo compartiría con las cafeterías de la zona para promover esa cultura porque considera es importante no solo para su marca sino también para la cultura y eso implicaría crear, unirse con muchas cafeterías venderles la idea y también apoyar este tipo de iniciativa.</p>	<p>Ellos buscarían manejar la marca Hayak, tener productos de calidad que se puedan generar para la cafetería incluso como un chocolate de alta calidad como por ejemplo cápsulas para hacer chocolate caliente que son distintos a los chocolates que uno prueba en otras cafeterías.</p>

Entrevistado	Papel	Preguntas a habitante del principal foco de distribución: Guayaquil								
		Viajes previos	Compañía de viaje	Forma de planificación de viaje	Conocimiento sobre cacao	Interés en realizar actividades agroturísticas	Opinión sobre agroturismo	Experiencias previas	Servicios deseados	Contratación de actividad por aplicación
Oscar Daniel Zamora	Habitante del principal foco de distribución: Guayaquil	Ha viajado a Brasil, Colombia, China, Miami, Chile.	Viaja con familia.	En familia deciden el destino de viaje. Lo planifican con 2 o 3 meses de anticipación y piden a veces asistencia a una agencia de viajes.	Ha escuchado del cacao por el café.	No ha escuchado sobre agroturismo fuera del país o dentro. Estaría dispuesto a participar en actividades agroturísticas a una hora y media de Guayaquil.	No tiene conocimiento sobre el agroturismo.	Ha hecho turismo cultural y gastronómico.	Alojamiento, alimentación, seguridad, servicios básicos.	Lo ha hecho antes y no tuvo ningún problema.

Fuente: Elaboración propia (2019)

Matriz de validación de prototipo de baja fidelidad

Tabla E.2 Ficha de prototipo de baja fidelidad

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	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, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas están acorde a las actividades agroturísticas que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construcción propuestos está acorde con el entorno del lugar	
	4-7	Algunos de los materiales de construcción propuestos no están con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construcción propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
	TOTAL		
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS			
	EVALUADOR	CARGO	FIRMA

Fuente: Elaboración propia (2020).

5.2. Matriz de validación de prototipo de alta fidelidad

Tabla E.3 Ficha de validación de alta fidelidad

FICHA DE VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD					
<i>En una escala del 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto</i>					
ASPECTOS	1	2	3	4	5
<i>Vías de acceso a la finca</i>					
<i>Seguridad en la finca</i>					
<i>Número de actividades</i>					
<i>Guianza</i>					
<i>Alimentación</i>					
<i>Transporte</i>					
<i>Taller de elaboración de chocolate artesanal</i>					
<i>Fotografía</i>					
<i>Servicio al cliente</i>					
<i>Señalética</i>					
<i>Conexión de internet</i>					
<i>Asistencia médica</i>					
<i>Personal</i>					
<i>Servicios básicos</i>					
<i>Baños</i>					
<i>Casa de campo</i>					
<i>Otras instalaciones o construcciones</i>					
<i>Precio del programa estimado \$85</i>					
Después de evaluar lo aspectos					
¿Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados?		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
		SI		NO	
Aspectos que más disfrutaría de la propuesta:			Aspectos que no disfrutaría de la propuesta:		
Observaciones y comentarios:					
Nombre		Lugar de residencia		Firma	

Fuente: Elaboración propia (2020)

APÉNDICE F

6. Certificación de las validaciones

Validación de baja fidelidad

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	10
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	10
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	7
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	9
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			36
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS			
EVALUADOR		Karla Remigio L. Doala UCSP CARGO	FIRMA

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	9
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	10
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	10
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	10
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			39
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS			
EVALUADOR		Marcela Pinos CARGO	FIRMA

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	5/10
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	8/10
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	7/10
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	8/10
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			28
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS	Incluye Seguridad y primeros auxilios		
EVALUADOR	CARGO	FIRMA	

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	7
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	8
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	7
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	9
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			31
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS	Adaptar y especificar servicios basicos principales y secundarios		
EVALUADOR	CARGO	FIRMA	

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			
CRITERIOS	PARAMETROS		CALIFICACION
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	10
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	10
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	10
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	10
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS			
EVALUADOR	CARGO	FIRMA	

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			CALIFICACION
CRITERIOS	PARAMETROS		
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	10
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	10
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	6
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	10
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			36
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS	Souvenir/recuerdos del lugar.		
	Federico Romagosa	Proprietario (aprovecha Ciudad Café)	Federico Romagosa
	EVALUADOR	CARGO	FIRMA

FICHA DE VALIDACION DE PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD			CALIFICACION
CRITERIOS	PARAMETROS		
PERTINENCIA	0-3	Las instalaciones propuestas no estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar	9
	4-7	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar, pero faltan incluir una o varias instalaciones mas	
	8-10	Las instalaciones propuestas estan acorde a las actividades agroturistica que se plantea ofertar y son las necesarias a utilizar	
DISTRIBUCION	0-3	Las instalaciones propuestas se presentan de forma desordenada	7
	4-7	Las instalaciones propuestas se presentan medianamente de forma ordenada	
	8-10	Las instalaciones propuestas se presentan de manera ordenada y correcta acorde a la actividad a desarrollar en el lugar	
ACCESIBILIDAD	0-3	No existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	5
	4-7	Existen caminos o carreteras que faciliten el acceso a las instalaciones	
	8-10	Existen caminos o carreteras que conecten y dan acceso a todas las instalaciones	
USO DE MATERIALES	0-3	Ninguno de los materiales de construccion propuestos esta acorde con el entorno del lugar	8
	4-7	Algunos de los materiales de construccion propuestos no estan con el entorno del lugar	
	8-10	Los materiales de construccion propuestos son los ideales para el entorno del lugar	
TOTAL			29
OBSERVACIONES Y COMENTARIOS			
	Dianne Infante	Gerente GTT	Dianne Infante
	EVALUADOR	CARGO	FIRMA

Validación de alta fidelidad

FICHA DE VALIDACION DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En escala de 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto

ASPECTOS	1	2	3	4	5
VIAS DE ACCESO A LA FINCA		✓			
SEGURIDAD EN LA FINCA				✓	
NUMEROS DE ACTIVIDADES					✓
GUIANZA					✓
ALIMENTACION					✓
TRANSPORTE					✓
TALLER DE ELABORACION DEL CHOCOLATE ARTESANAL				✓	
FOTOGRAFIA					✓
SERVICIO AL CLIENTE					✓
SEÑALETICA					✓
BAÑOS				✓	
CONEXIÓN DE INTERNET			✓		
ASISTENCIA MEDICA	✓				
PERSONAL					✓
SERVICIOS BASICOS				✓	
BAÑOS				✓	
CASA DE CAMPO					✓
LOCAL DEL TALLER DEL CHOCOLATE				✓	
OTRAS INSTALACIONES O CONSTRUCCIONES					✓
PRECIO DEL PROGRAMA ESTIMADO USD85				✓	

Después de evaluar los aspectos

¿Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados? SI NO

Aspectos que más disfrutaría de la propuesta: *El acceso*

Aspectos que no disfrutaría de la propuesta: *Ninguno*

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS:
Es necesario el arreglo del camino rural para no caminar tanto y acortar el tiempo.

Alba Garcia NOMBRE *Quayaguil* LUGAR DE RESIDENCIA *Alba Garcia* FIRMA

FICHA DE VALIDACION DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En escala de 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto

ASPECTOS	1	2	3	4	5
VIAS DE ACCESO A LA FINCA				✓	
SEGURIDAD EN LA FINCA					✓
NUMEROS DE ACTIVIDADES					✓
GUIANZA					✓
ALIMENTACION					✓
TRANSPORTE					✓
TALLER DE ELABORACION DEL CHOCOLATE ARTESANAL					✓
FOTOGRAFIA					✓
SERVICIO AL CLIENTE					✓
SEÑALETICA					✓
BAÑOS					✓
CONEXIÓN DE INTERNET				✓	
ASISTENCIA MEDICA				✓	
PERSONAL					✓
SERVICIOS BASICOS				✓	
BAÑOS				✓	
CASA DE CAMPO					✓
LOCAL DEL TALLER DEL CHOCOLATE					✓
OTRAS INSTALACIONES O CONSTRUCCIONES				✓	
PRECIO DEL PROGRAMA ESTIMADO USD85				✓	

Después de evaluar los aspectos

¿Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados? SI NO

Aspectos que más disfrutaría de la propuesta: *El paisaje, la calidad de los propietarios*

Aspectos que no disfrutaría de la propuesta: *Ninguno*

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS:
Tener más botas para los visitantes, ventiladores

Victoria Muñoz NOMBRE *Quayaguil* LUGAR DE RESIDENCIA *Victoria Muñoz* FIRMA

FICHA DE VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En escala de 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto

ASPECTOS	1	2	3	4	5
VIAS DE ACCESO A LA FINCA			X		
SEGURIDAD EN LA FINCA				X	
NUMEROS DE ACTIVIDADES					X
GUIANZA					X
ALIMENTACION					X
TRANSPORTE					X
TALLER DE ELABORACION DEL CHOCOLATE ARTESANAL					X
FOTOGRAFIA					X
SERVICIO AL CLIENTE					X
SEÑALETICA			X		
BAÑOS					X
CONEXIÓN DE INTERNET	X				
ASISTENCIA MEDICA					X
PERSONAL					X
SERVICIOS BASICOS					X
BAÑOS					X
CASA DE CAMPO					X
LOCAL DEL TALLER DEL CHOCOLATE			X		
OTRAS INSTALACIONES O CONSTRUCCIONES			X		
PRECIO DEL PROGRAMA ESTIMADO USD85					X

Despues de evaluar los aspectos
Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados? SI NO

Aspectos que mas disfrutaría de la propuesta _____ Aspectos que no disfrutaría de la propuesta _____

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS:

<i>Luis Valero</i> NOMBRE	<i>Guacacá</i> LUGAR DE RESIDENCIA	<i>[Firma]</i> FIRMA
------------------------------	---------------------------------------	-------------------------

FICHA DE VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD

En escala de 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto

ASPECTOS	1	2	3	4	5
VIAS DE ACCESO A LA FINCA			X		
SEGURIDAD EN LA FINCA					X
NUMEROS DE ACTIVIDADES					X
GUIANZA					X
ALIMENTACION					X
TRANSPORTE				X	
TALLER DE ELABORACION DEL CHOCOLATE ARTESANAL					X
FOTOGRAFIA				X	
SERVICIO AL CLIENTE					X
SEÑALETICA				X	
BAÑOS				X	
CONEXIÓN DE INTERNET		X			
ASISTENCIA MEDICA		X			
PERSONAL					X
SERVICIOS BASICOS			X		
BAÑOS				X	
CASA DE CAMPO					X
LOCAL DEL TALLER DEL CHOCOLATE					X
OTRAS INSTALACIONES O CONSTRUCCIONES				X	
PRECIO DEL PROGRAMA ESTIMADO USD85				X	

Despues de evaluar los aspectos
Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados? SI NO

Aspectos que mas disfrutaría de la propuesta _____ Aspectos que no disfrutaría de la propuesta _____

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS:
Muy buen Ambiente como estar en otro mundo maravilloso

<i>Hector Joel Galarraga Galarraga</i> NOMBRE	<i>Guacacá</i> LUGAR DE RESIDENCIA	<i>Hector Galarraga Galarraga</i> FIRMA
--	---------------------------------------	--

FICHA DE VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD					
En una escala del 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto					
ASPECTOS	1	2	3	4	5
Vías de acceso a la finca			X		
Seguridad en la finca			X		
Número de actividades					X
Guianza					X
Alimentación					X
Transporte					X
Taller de elaboración de chocolate artesanal					X
Fotografía					X
Servicio al cliente					X
Señalética			X		
Conexión de internet			X		
Asistencia médica			X		
Personal					X
Servicios básicos					X
Baños					X
Casa de campo					X
Local del taller de chocolate					X
Otras instalaciones o construcciones					X
Precio del programa estimado \$85					X
Después de evaluar lo aspectos		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
¿Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados?		SI		NO	
Aspectos que más disfrutaría de la propuesta:		Aspectos que no disfrutaría de la propuesta:			
Observaciones y comentarios:					
Milka Patricia Robalino Alvarado		Quayagual		Milka Robalino	
Nombre		Lugar de residencia		Firma	

FICHA DE VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD					
En una escala del 1 a 5, donde 1 es deficiente y 5 óptimo, evalúe los siguientes aspectos del proyecto					
ASPECTOS	1	2	3	4	5
Vías de acceso a la finca			✓		
Seguridad en la finca			✓		
Número de actividades					✓
Guianza					✓
Alimentación					✓
Transporte					✓
Taller de elaboración de chocolate artesanal					✓
Fotografía					✓
Servicio al cliente					✓
Señalética			✓		
Conexión de internet			✓		
Asistencia médica			✓		
Personal					✓
Servicios básicos					✓
Baños					✓
Casa de campo					✓
Local del taller de chocolate					✓
Otras instalaciones o construcciones					✓
Precio del programa estimado \$85					✓
Después de evaluar lo aspectos		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
¿Le gustaría visitar la finca Hayak una vez que se apliquen las mejoras de los aspectos evaluados?		SI		NO	
Aspectos que más disfrutaría de la propuesta:		Aspectos que no disfrutaría de la propuesta:			
Observaciones y comentarios: Personal de primera, Jorge muy Auténtico, le gusta lo que hace. Experiencia Sres. Expertos					
Gabriel Izquierdo		Quayagual		Gabriel Izquierdo	
Nombre		Lugar de residencia		Firma	

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

Mayor Publicidad para que su demanda aumente.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

Ninguna, pero bueno volver a repetir. Una agradable experiencia momentánea.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

Todo Excelente

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia vivida en la finca Hayak?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>			
Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/>			
Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>			
Taller de chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>			

3. ¿Experimentó algún riesgo que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?

- Sí
- No

4. ¿Recomendaría la visita a la Finca Hayak a sus familiares, colegas y amigos?

- Sí
- No

5. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

Solo el camino donde hay tramos un poco asepebi
Para carros pequeños. Si lo barajaven con apalto
Seria una via maravillosa y rapida

Ilustración F.1 Validación del prototipo de baja MSc. Wilmer Carvache



Tomada por: Romero, I. (2020)

Ilustración F.2 Validación del prototipo de alta en Finca “Hayak”



Tomada por: Romero, I. (2020)

Ilustración F.3 Recorrido por las plantaciones de cacao



Tomada por: Romero, I. (2020)