



**Facultad de  
Ciencias Sociales y Humanísticas**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Rediseño del portafolio de productos ofertados para el Rancho  
Vasija de Barro, ubicada en la ciudad de Milagro.

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciado en Turismo**

Presentado por:

Farinango García Paula Karina

Peralta Carpio Joselyn Denisse

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

Año: 2020

## DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico con mucho amor y satisfacción a las personas más importantes de mi vida, mi familia.

A mis padres por su total confianza y apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de estos años, sin ellos no hubiera sido posible alcanzar esta meta.

A mis hermanos quiénes han sido mi ejemplo a seguir, estando siempre allí para apoyarme en los momentos más importantes de mi vida.

A mi mejor amiga por tranquilizarme en ocasiones de dicha y nostalgia en el trayecto de mi carrera.

**Joselyn Peralta Carpio**

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi total y profundo agradecimiento a Dios y a la virgen María por estar presentes en cada segundo de mi vida.

A mis padres quienes han velado por mi bienestar y educación a lo largo de estos años. A mi hermana quien me alienta a cumplir con todo lo que me proponga.

A mis profesores y tutores por su tiempo, dedicación y entrega en cada una de sus clases.

A la Ing. Lorena Villagrán, propietaria del Rancho Vasija de Barro quién abrió las puertas de su establecimiento, depositando su confianza permitiéndonos llevar a cabo nuestro proyecto.

A mi compañera de tesis, por la paciencia y el trabajo arduo realizado.

**Joselyn Peralta Carpio**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Farinango Paula, Peralta Joselyn damos nuestro consentimiento para que la ESPOL 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"

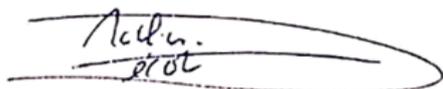


Paula Farinango García



Joselyn Peralta Carpio

EVALUADORES

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Mathías Pecot", enclosed within a large, horizontal, oval-shaped scribble.

Ph.D Mathías Pecot

PROFESOR DE LA MATERIA

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Gabriela Arellano", enclosed within a large, horizontal, oval-shaped scribble.

Ing. Gabriela Arellano

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

El Rancho Vasija de Barro se encuentra ubicado en la ciudad de Milagro y fue abierto al público en 2017. Ofrece actividades agroturísticas, donde se busca que los turistas vivan experiencias únicas e irremplazables en el campo. No obstante, un problema que presenta es el déficit de la formación de productos turísticos, lo cual causa un impacto negativo en el comportamiento de la compra. Es por esto que, se ha tomado en consideración elaborar el rediseño del portafolio de productos turísticos del rancho, con el fin de brindar servicios diferenciados a sus clientes. Como parte de la metodología se realizó observación in situ, entrevista y encuestas con el muestreo no probabilístico consecutivo, a los turistas que hayan visitado el rancho durante el tiempo de la investigación. A continuación, se realizó el modelo de Design Thinking y en base a las preferencias de los turistas se crearon tres prototipos que fueron posteriormente evaluados, con esto se concluyó en prototipos de alta resolución. Finalmente, se desarrolló una proyección de ventas junto al flujo de caja para determinar la viabilidad del proyecto y se pudo definir los precios de los productos. En conclusión, los diseños de los paquetes turísticos incluyen los siguientes datos, servicio de alimentación, servicio de guianza, recorridos agroturísticos, acceso a la granja, acceso a las instalaciones y valores.

**Palabras claves:** Agroturismo, productos turísticos, design thinking.

## **ABSTRACT**

*Rancho Vasija de Barro is a guest ranch located in the city of Milagro and was opened to the public in 2017. It offers agritourism activities, where tourists are offered unique and unforgettable experiences in the countryside. However, there is a lack of tourist products, which causes a negative impact on the clients' buying behavior. That is why the portfolio of the ranch's tourist products was redesigned, providing differentiated services to the customers. As part of the methodology, in situ observation, interviews and surveys were conducted with consecutive non-probabilistic sampling, to tourists who visited the ranch during the investigation. Next, the Design Thinking model was carried out basing on the preferences of the tourists, three prototypes were created, which were subsequently evaluated, and the process was concluded by high-resolution prototypes. Finally, a sales projection was developed along with the cash flow to determine the viability of the project and to define prices for the different products. In conclusion, the design of the tour packages includes catering, guidance, agritourism activities, access to the farm and its facilities, and the price of each of them.*

**Keywords:** Agritourism, tourism products, design thinking.

ÍNDICE	
<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>ABSTRACT</b> .....	II
ÍNDICE DE FIGURAS .....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	VII
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	2
<b>1. Introducción</b> .....	2
<b>1.1 Antecedentes</b> .....	2
<b>1.2 Descripción del problema</b> .....	3
<b>1.3 Justificación del problema</b> .....	3
<b>1.4 Objetivos</b> .....	4
<b>1.5 Marco teórico</b> .....	4
<b>1.5.1 El turismo rural</b> .....	4
<b>1.5.2 El agroturismo</b> .....	5
<b>1.5.3 Productos turísticos</b> .....	6
<b>1.5.4 Diseño de productos turísticos</b> .....	6
<b>1.5.5 Experiencia turística</b> .....	7
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	8
<b>2. Metodología</b> .....	8
<b>2.1 Población y muestra</b> .....	8
<b>2.2 Diseño de la investigación</b> .....	8
<b>2.2.1 Encuesta</b> .....	10
<b>2.2.2 Entrevista</b> .....	11
<b>2.2.3 Observación in situ</b> .....	11
<b>2.2.4 Design Thinking</b> .....	12
<b>2.2.5 Flujo de caja</b> .....	14
<b>2.2.6 Criterios de rigor</b> .....	15
<b>2.2.7 Criterios de ética</b> .....	16
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	17
<b>3. Resultados y Análisis</b> .....	17
<b>3.1 Oportunidades identificadas para el portafolio de productos</b> .....	17
<b>3.2 Probabilidad de pernoctar en el destino: Alto potencial de pasar una noche</b> .....	18

<b>3.3 Probabilidad de realizar viajes educativos .....</b>	<b>19</b>
<b>3.4 Segmento de personas que visitan el Rancho .....</b>	<b>19</b>
<b>3.5 Codificación y hallazgos de la entrevista.....</b>	<b>20</b>
<b>3.6 Análisis de la competencia para el Rancho Vasija de Barro .....</b>	<b>20</b>
<b>3.7 Diagnóstico de los recursos y atractivos - Observación in situ .....</b>	<b>21</b>
<b>3.8 Estructuración de los prototipos en base a las preferencias de los turistas.....</b>	<b>24</b>
<b>3.9 Aceptación del paquete de la AgroDulzura .....</b>	<b>25</b>
<b>3.10 Análisis financiero para conocer la viabilidad del proyecto.....</b>	<b>26</b>
<b>3.10.1 Gastos generales y nómina de pago del Rancho Vasija de Barro.....</b>	<b>26</b>
<b>3.10.2 Proyección de ventas.....</b>	<b>27</b>
<b>3.10.3 Costos directos e indirectos .....</b>	<b>27</b>
<b>3.10.4 Estudio Financiero.....</b>	<b>28</b>
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>32</b>
<b>4. Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Conclusiones .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 Recomendaciones .....</b>	<b>32</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>36</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 2.1 Procedimiento para el diseño de productos turísticos.</b> [Cardet, Palao y González (2018)] .....	9
<b>Figura 2.2 Modelo de sistema de agroturismo.</b> [McGehee, N. G. (2007)] .....	10
<b>Figura 2.3 Malla receptora de información.</b> [Plattner (2018)].....	14
<b>Figura 2.4 Etapas para la construcción de un flujo de caja.</b> [Sapag (2011)] .....	15
<b>Figura 3.5 Paquete de la agro dulzura.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	24
<b>Figura 3.6 Camping Campestre.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	24
<b>Figura 3.7 Escuela de campo.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	25

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2.1 Ficha tick off.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	13
<b>Tabla 3.2 Calificación a la Elaboración del Chocolate.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	28
<b>Tabla 3.3 Calificación a la Elaboración de la Vasija de Barro.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	28
<b>Tabla 3.4 Calificación a La Granja.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	29
<b>Tabla 3.5 Calificación a la Farmacia del Campo.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	29
<b>Tabla 3.6 Probabilidad de pernoctar en el destino.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	29
<b>Tabla 3.7 Relación edad y preferencia.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	30
<b>Tabla 3.8 Relación entre edad y con quién realizó el viaje.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	30
<b>Tabla 3.9 Hallazgos de la entrevista.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	31
<b>Tabla 3.10 Lista de actividades del Rancho Vasija de Barro</b> [Farinango & Peralta (2019)]..	23
<b>Tabla 3.12 Gastos generales del Rancho Vasija de Barro.</b> [Farinango & Peralta (2019)] .....	26
<b>Tabla 3.13 Nómina de pago del Rancho Vasija de Barro.</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	27
<b>Tabla 3.14 Proyección de ventas del Rancho Vasija de Barro</b> [Farinango & Peralta (2019)]	27
<b>Tabla 3.15 Costos directos del Rancho Vasija de Barro</b> [Farinango & Peralta (2019)] .....	27
<b>Tabla 3.16 Costos indirectos del Rancho Vasija de Barro</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	28
<b>Tabla 3.17 Flujo de caja proyectado del Rancho Vasija de Barro</b> [Farinango & Peralta (2019)] .....	28
<b>Tabla 3.18 VAN y TIR</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	28
<b>Tabla 3.19 Payback</b> [Farinango & Peralta (2019)].....	29

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 3.1 Punto de equilibrio del paquete de turistas del tren [Farinango &amp; Peralta (2019)]</b>	29
<b>Gráfico 3.2 Punto de equilibrio del paquete de Campings [Farinango &amp; Peralta (2019)]</b>	30
<b>Gráfico 3.3 Punto de equilibrio de Reservas de eventos [Farinango &amp; Peralta (2019)]</b>	30
<b>Gráfico 3.4 Punto de equilibrio del paquete de la Escuela de campo [Farinango &amp; Peralta (2019)]</b>	30
<b>Gráfico 3.5 Punto de equilibrio del paquete de Full day [Farinango &amp; Peralta (2019)]</b>	31

# CAPÍTULO 1

## 1. Introducción

El presente proyecto está motivado al rediseño del portafolio de productos turísticos del Rancho Vasija de Barro, ubicado en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas en la Vía Mariscal Sucre, a 15 minutos del centro de la ciudad. El cual ofrece servicio de alimentación, alojamientos y recorridos agroturísticos, a los turistas que recorren la ruta del Tren de la Dulzura. También, brinda servicios de excursiones escolares, elaboración de chocolate y la vasija de barro.

Existen distintas formas de llegar al Rancho, entre ellas el tren de la Dulzura, que realiza una parada de dos horas y media aproximadamente en la ciudad de Milagro, donde se les brinda información de los destinos y los turistas tienen la oportunidad de elegir diferentes actividades a su disposición, una de estas, la visita al Rancho Vasija de Barro.

En reuniones convocadas previamente con la propietaria del rancho, se reconoció que su formación académica es Ingeniería en Comercio exterior, es por esto que, las actividades ofertadas por el rancho no han sido programadas y organizadas en un itinerario.

Con la información obtenida, se tiene como objetivo, rediseñar el portafolio de productos del Rancho Vasija de Barro, de esta manera, podrá exponer la variedad de servicios que ofrece al turista, a la demanda apropiada. Así mismo, establecer los precios adecuados para cada uno de sus programas, y verificar la rentabilidad.

Rancho Vasija de Barro, además de sus actividades agroturística, refuerza la concientización de los turistas que lo visiten, con actividades educativas que permitan involucrarse más con la naturaleza y con las personas que en la actualidad viven de la actividad agrícola. Igualmente, de esta manera, se puede promover la economía local y activación del comercio en los diferentes negocios familiares de la zona.

En primer lugar, se menciona en los antecedentes la evolución del agroturismo a nivel nacional y a nivel cantonal en Milagro, también se habla sobre el Rancho Vasija de barro.

En segundo lugar, se define el principal problema que presenta el Rancho y las actividades que realiza en la actualidad.

En tercer lugar, se describe la importancia del proyecto en la justificación, sobre el agroturismo a nivel global y a nivel nacional, además de los productos turísticos.

En cuarto lugar, se determinan los objetivos, general y específicos.

Por último, se identifican las palabras claves en el marco teórico para el desarrollo de las ideas en base al ámbito general e individual del proyecto.

## **1.1 Antecedentes**

El agroturismo, día a día ha tenido más acogida dentro del país y en el mundo entero, esto se debe, a las numerosas actividades que se pueden realizar fuera de las grandes ciudades, lo que provoca que los turistas colaboren con la conservación y el aprovechamiento de los recursos naturales.

En el cantón San Francisco de Milagro, se ha identificado un tipo de turismo que es el rural, enfocado en la fincas, haciendas y ranchos que predominan en la zona. Rancho Vasija de Barro es una de las fincas agroturísticas ubicada en la Vía Mariscal Sucre a 15 minutos del centro de la ciudad de Milagro. Es un negocio familiar, en el cual sus miembros provienen de la ciudad de Quito.

Rancho Vasija de Barro hace 7 años atrás, solamente era un terreno de donde se extraía tierra. Al pasar los años, su propietaria fue sembrando diferentes plantas, entre ellas el cacao, la banana, el mango, la piña etc. Con el tiempo, el rancho empezó a ser visitado por personas de afuera, por lo cual, su propietaria junto al resto de su familia, decidieron aumentar sus instalaciones con piscina, cancha y juegos, y así abrirlo hacia el turista en general. Rancho Vasija de Barro tiene dos años funcionando como un destino turístico en la ciudad de Milagro.

Los turistas que deseen visitar el rancho tienen 3 opciones para llegar a este, a través de un vehículo propio, en taxi desde el centro de la ciudad (aprox. \$5) o como última opción, tomar la Ruta de la Dulzura de Trenes Ecuador y contratar el paquete dentro del mismo.

La Ruta del tren de La Dulzura, realiza el recorrido Durán – Yaguachi – Naranjito – Milagro – Durán. Hace paradas en cada de uno de sus puntos, dando a conocer sobre la historia, costumbres y ciertos datos curiosos de estos sitios.

La parada más extensa de dos horas y media se la realiza en la ciudad de Milagro. En este punto las diferentes haciendas del sector aprovechan para dar a conocer sus instalaciones; pero antes, ya ofrecen sus productos dentro del tren, en donde les dan un espacio para que puedan promocionar lo que cada hacienda ofrece.

## **1.2 Descripción del problema**

Rancho Vasija de Barro abre sus puertas de viernes a domingos de 10:00-17:00, la mayoría de los turistas que reciben hasta ahora son usuarios de Trenes del Ecuador. También, es reservado por grupos escolares que desean profundizar las materias dictadas en clases con la práctica.

Cuenta con espacios para realizar eventos como, cumpleaños, integraciones, convivencias, bodas etc.; excursiones escolares, servicios de restauración, hospedaje, recorrido por senderos, elaboración del chocolate, piscinas, cancha de fútbol, y sobre todo la elaboración de la vasija de barro.

En un diálogo previo con la propietaria, se identificó que el Rancho ofrece todas las actividades ya antes mencionadas, pero no las tiene establecidas como un producto. Esto causa un impacto negativo en el comportamiento de la compra, debido a que no existe una oferta clara y se crea confusión en el turista. Por lo tanto, se pierden oportunidades de ventas.

## **1.3 Justificación del problema**

El presente proyecto sobre el rediseño del portafolio de productos ofertados del Rancho Vasija de Barro ha sido motivado debido a que, no cuenta con productos turísticos definidos, por lo tanto, no tiene clasificados sus principales atractivos, actividades e instalaciones. Al no tener este punto establecido, no cuenta con un nicho de mercado objetivo, al cual pueda generar valor.

El proyecto, contribuye de manera positiva al desarrollo del Rancho Vasija de Barro, con información técnica sobre la creación de productos turísticos integrados, para así brindar a los turistas programas detallados, específicos y fácil de entender. Así mismo, establecer los precios adecuados para cada uno de sus programas, y verificar la rentabilidad.

También, se analizará las preferencias de la demanda, enfocadas en sus gustos, considerando los servicios a incluirse y fijando los tiempos. Rancho Vasija de Barro, refuerza la concientización de los turistas que lo visiten, con actividades educativas que permitan involucrarse más con la naturaleza y con las personas que en la actualidad viven de la actividad agrícola. Además, de esta manera, se puede promover la economía local y activación del comercio en los diferentes negocios familiares de la zona.

## **1.4 Objetivos**

### **Objetivo General**

- Rediseñar el portafolio de productos turísticos para el Rancho Vasija de Barro, en la ciudad de Milagro con la finalidad de ofrecer servicios diferenciados a los turistas.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar las oportunidades existentes para el rediseño del portafolio de productos, analizando los recursos del rancho, su entorno y la demanda, a través de investigación cualitativa y cuantitativa.
- Estructurar productos turísticos por medio del modelo Design Thinking mejorando la calidad del servicio.
- Establecer el precio de los productos turísticos, mediante el análisis financiero conociendo la viabilidad económica.

## **1.5 Marco teórico**

En el marco teórico se abordan conceptos y aspectos relevantes para el desarrollo del tema, sobre el turismo rural y el agroturismo, argumentos y definiciones que respaldan el propósito del problema. De igual forma, se detallan explicaciones de diseños de productos turísticos, el producto turístico como tal y la experiencia turística que se crea después del viaje.

### **1.5.1 El turismo rural**

La definición de turismo rural es amplia y varía según las diferencias y normativas de cada país, según Lebe y Milfelner (2006), está comprendido por personas que viajan a

zonas rurales, y que no es precisamente un turismo de masas, ni su entorno habitual. Rancho Vasija de Barro se encuentra ubicado en una zona rural, rodeado de fincas, algunas de ellas dedicadas al mismo tipo de turismo. En estas zonas se pueden realizar diferentes actividades, relacionadas a la naturaleza y de ocio. El turismo rural brinda a los visitantes un contacto particular, participativo en las diferentes actividades de campo, tradiciones y costumbres de la localidad. (Aref & Gill, 2009). De igual manera, Rancho Vasija de Barro busca crear ese contacto con sus visitantes, un trato personal con cada uno, elaborando diferentes actividades que incluyen, la participación individual en estas. Según Viljoen y Tlabela (2007) se pueden realizar diferentes tipos de turismo dentro de este, son diversos, pero entre los principales se encuentran, turismo cultural, turismo de aventura, ecoturismo. Estos tipos de turismo incluye, actividades relacionadas con las que ya cuenta el Rancho, entre ellas la elaboración del chocolate a partir del cacao, sembrar pequeños árboles y la tarabita familiar.

### **1.5.2 El agroturismo**

Según GEOTEE (2000) el agroturismo se lo desarrolla en espacios rurales, alejados del estrés de la ciudad, está vinculada con las principales actividades de la agricultura, como el uso del suelo para sembrar y cosechar alimentos por parte de los residentes, que hacen de esta actividad su ingreso económico principal. De esta forma Rancho Vasija de Barro se centra en la agricultura de la costa, mantiene plantas y árboles esenciales para la explicación en sus charlas realizadas por los moradores de la zona, que conocen cada una de las técnicas para el desarrollo del producto final. Blanco y Riveros (2003) describen a la actividad agroturística, como un nuevo emprendimiento que debe ser administrado por los mismos propietarios de las fincas, para generar un valor agregado al servicio y conservar las tradiciones agroindustriales, gastronómicas y culturales. Rancho Vasija de Barro se caracteriza, por la calidad de servicio que ofrecen sus propietarios, manteniendo sus costumbres y tradiciones de sus antepasados, como la fabricación de la vasija de barro

Ollenburg y Buckley (2007) definen al agroturismo como turismo comercial, Rancho Vasija de Barro recibe a turistas nacionales e internacionales que desean descubrir un tipo de turismo diferente, relacionado con la naturaleza y los animales. Choo (2012) comenta que el agroturismo se enfoca en las actividades de tiempo libre en áreas rurales, alojamiento, restauración e instalaciones recreativas conectadas con una granja y sus alrededores inmediatos.

### **1.5.3 Productos turísticos**

Según, Kotler y Armstrong (2008) productos turísticos son paquetes de elementos tangibles e intangibles, con los cuales se pueden satisfacer las necesidades de los visitantes. Estos elementos pueden ser bienes, servicios, eventos, lugares o personas. Es decir, estos elementos tienen que beneficiar de una u otra manera al turista o visitante. Lo ofrecido en el Rancho, cumple con estos requerimientos, los servicios ofertados son tangibles e intangibles en cuanto a la calidad. Como mencionan Hu y Ritchie (1993) los productos turísticos deben tener atributos multidimensionales, cualidades únicas que lo diferencien del resto, en este aspecto Rancho Vasija de Barro obedece a estas cualidades, debido a que en la localidad es el único que cuenta con un mayor número de actividades y espacios recreativos para satisfacer a la demanda. Este es un aspecto positivo, ya que según Zeithaml (1988) la evaluación del turista es subjetiva y depende de su experiencia con el producto turístico que ha consumido. El turista siente que ha pagado por un precio justo y ha aprovechado de los servicios.

### **1.5.4 Diseño de productos turísticos**

El diseño de productos turísticos es el proceso que busca optimizar la satisfacción del consumidor y la rentabilidad de la empresa, a través, del uso creativo de los principales elementos de diseño. (Espeso, 2016). Según, la OMT (2018) se requieren varios vínculos en el proceso del diseño, en primer lugar, se debe realizar el diagnóstico de los recursos con los que se cuenta para desarrollar el producto, posteriormente se debe analizar el mercado y su macroentorno. La siguiente etapa se basa en, la estructuración como tal del producto, definir las ideas y darle un nombre al producto. Posterior a esto, se debe verificar las facilidades que se están ofreciendo al turista, ya sean técnicas o de accesibilidad, de infraestructura o conectividad. La etapa de comercialización es clave en este proceso, de esta manera se determinan las estrategias de posicionamiento, los canales de distribución, y, sobre todo, el precio. El desarrollo de productos turísticos tiene que respetar varios principios fundamentales, primero, debe contar con el apoyo de la comunidad receptora, reflejar sus cualidades únicas, respetar la naturaleza sin perjudicarla. (OMT, 2013). Estos principios fundamentales son ejecutados por el Rancho, cuenta con el apoyo de las fincas alrededor, su producto es único en la zona y, ante todo, respetan y cuidan el entorno natural donde se encuentran.

### **1.5.5 Experiencia turística**

Tian-Cole y Crompton (2003) hace referencia de la experiencia turística, a la cortesía creada por la calidad de los servicios, equipamientos y atenciones recibidas durante un viaje o visita. Rancho Vasija de Barro crea emociones y recuerdos cuando los turistas conocen el sitio, dado que dentro de los recorridos participan en los juegos tradicionales y demás actividades. Pine y Gilmore (1999) y Gram (2005) tiene ideas similares a la experiencia turística, ellos la clasifican por eventos como emocional, físico, espiritual que crean impresiones memorables.

Ellis y Rossman, Mossberg, Prebensen & Foss, Stamboulis & Skayannis (2011) consideran que los turistas buscan vivir experiencias únicas e irremplazables de destinos diferentes, crear expectativas correspondientes de acuerdo con la imagen del destino. Rancho Vasija de Barro, pretende enamorar a los turistas a través de imágenes, videos o palabras con la finalidad de despertar curiosidades en familias, amigos y parejas que quieran desconectarse de su vida ordinaria.

# CAPÍTULO 2

## 2. Metodología

Para el rediseño del portafolio de productos ofertados del Rancho Vasija de Barro, se desarrollará investigación cuantitativa y cualitativa para la obtención de información con el uso de herramientas de recolección de datos.

A través de estas, se resolvieron los objetivos específicos del proyecto y se obtuvieron resultados valiosos para el diseño de los productos turísticos.

En el capítulo se redacta la población y muestra, y el diseño de la investigación; en este último se encuentran las herramientas seleccionadas para la investigación, entre ellas está la observación in situ junto a la ficha de caracterización de atractivos y recursos, entrevista con sus respectivas codificaciones, las encuestas con el sistema estadístico SPSS, el modelo del Design Thinking y por último la elaboración del flujo de caja.

Los criterios de ética y rigor que fueron puestos en práctica en esta investigación son, la confirmabilidad, consentimiento informado y confidencialidad.

### 2.1 Población y muestra

Para la recolección de información primaria, se utilizó el muestreo no probabilístico consecutivo, según Otzen y Manterola (2017) consiste en reunir información de las personas que se encuentren disponibles en el destino.

Puesto que no se conocía la población para el estudio, se decidió estudiar a las personas que visiten el Rancho Vasija de Barro, en los meses de noviembre y diciembre 2019, que tengan 18 años en adelante y padres de familia de los estudiantes que reservan la Escuela de Campo.

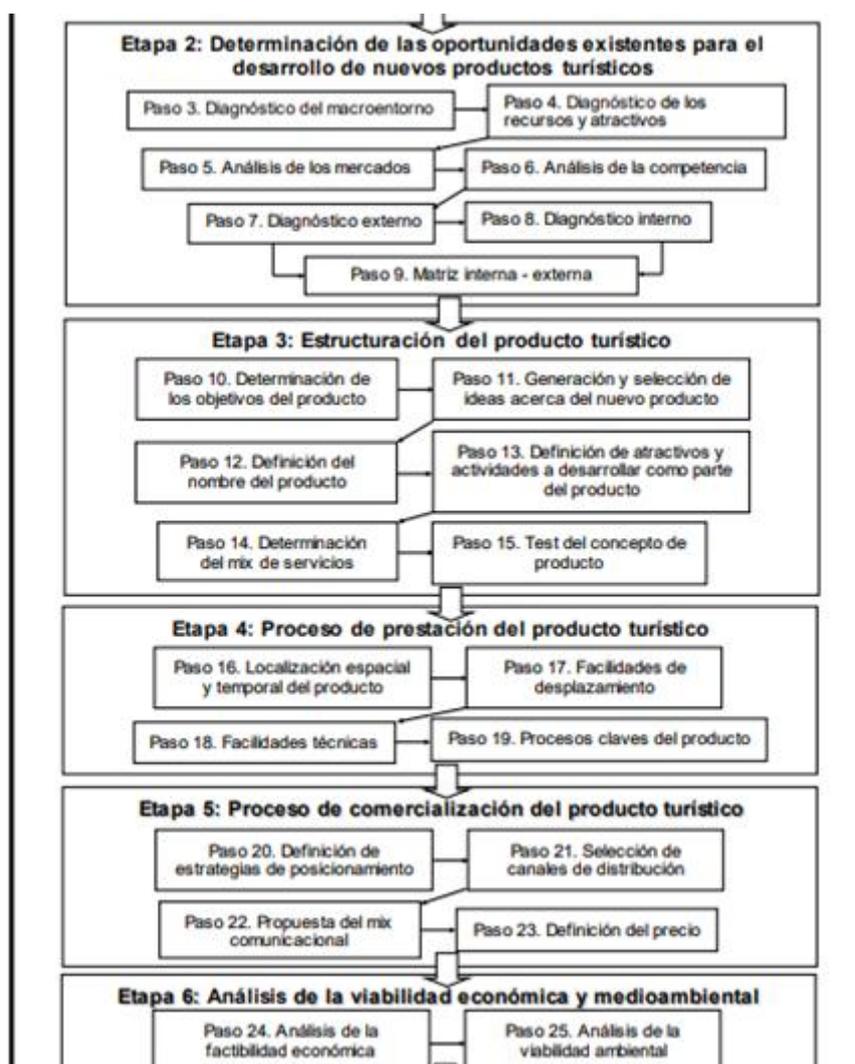
### 2.2 Diseño de la investigación

Para el presente proyecto, se aplicó el Modelo de Diseño de Productos Turísticos de la OMT (2018) considerando etapas fundamentales, en las cuales se realizará investigación cualitativa y cuantitativa con el objetivo de recoger información valiosa para el desarrollo del portafolio de productos turísticos para el Rancho Vasija de Barro.

En la investigación cualitativa se realizó observación in situ y, además, se llevó a cabo una conversación con una especialista en productos turísticos.

Con las técnicas de recolección de datos, se desarrollaron 3 etapas del Modelo del Diseño del Producto Turístico, las cuales consisten en la determinación de las oportunidades existentes para el diagnóstico del macroentorno, de los recursos, atractivos, diagnóstico interno y el análisis del mercado; también, se generaron ideas para el diseño del producto, definición del nombre, localización espacial, temporal y facilidades de desplazamiento.

Para la investigación cuantitativa, se emplearon encuestas físicas y adicional, se realizó el método del flujo de caja para analizar la parte financiera del negocio. Para culminar con las etapas, se definirá el precio y se analizará la factibilidad económica.



**Figura 2.1 Procedimiento para el diseño de productos turísticos.** [Cardet, Palao y González (2018)]

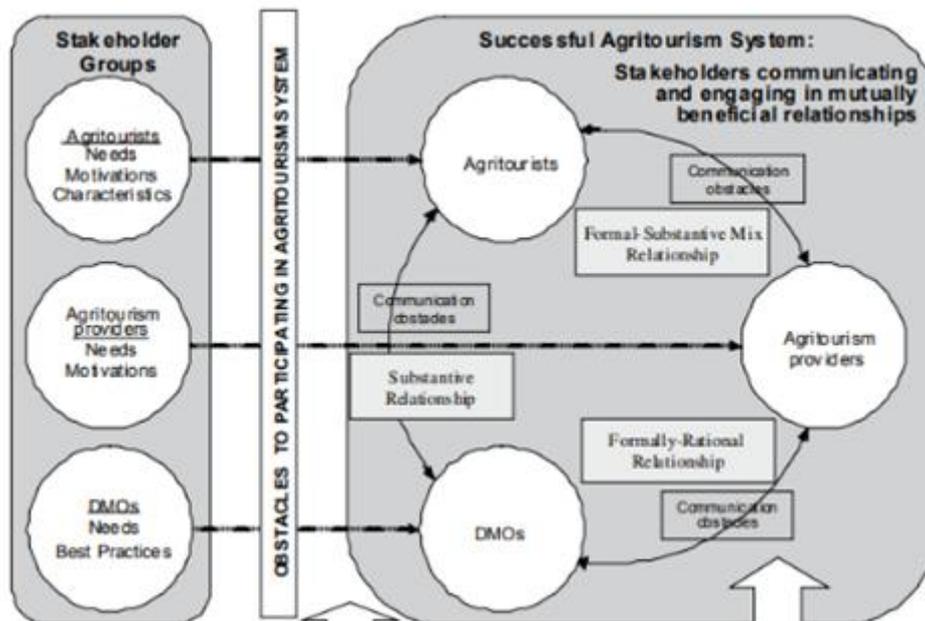
## 2.2.1 Encuesta

Para cumplir con el objetivo 1 “Determinar las oportunidades existentes para el rediseño del portafolio de productos, analizando los recursos del rancho, su entorno y la demanda, a través de investigación cualitativa y cuantitativa”, se aplicó encuestas físicas a turistas, las cuales fueron tabuladas y analizadas mediante la plataforma SPSS.

Las encuestas se realizaron los días 23, 30 de noviembre y 7 de diciembre se obtuvo un total de 103 personas encuestadas. Se logró conocer información importante acerca de sus preferencias

Según Batthyány y Cabrera (2011) consideran que una encuesta es el método preciso para obtener información a través de los individuos, que forman parte de una muestra representativa, por medio de cuestionarios estandarizados previamente, con el objetivo de analizar los resultados cuantitativos.

Según el modelo de sistema de agroturismo de McGehee (2007) existen tres factores importantes a tomar en cuenta al momento de conocer a la demanda. Estos tres factores son las necesidades, motivaciones y características.



**Figura 2.2 Modelo de sistema de agroturismo.** [McGehee, N. G. (2007)]

Las familias de agricultores necesitan más información sobre las necesidades y preferencias del visitante de agroturismo (Thurston et al., 2002) Por lo tanto, la encuesta se ha dividido en 4 secciones: la sección A sobre la motivación del viaje, la sección B evaluará la experiencia con el agroturismo, la sección C acerca de la probabilidad de compra y la sección D sobre datos demográficos. (Ver formato en anexo B)

## **2.2.2 Entrevista**

Continuando con el objetivo 1 y su ejecución, se realizaron entrevistas semi estructuradas. Según Corbetta (2007) una entrevista es una conversación entre el entrevistador y el entrevistado, es guiada con un cuestionario de preguntas. Esta entrevista estará dirigida a la Ingeniera Ma. Gabriela Arellano profesional en turismo. Se obtendrán resultados acerca de la importancia de la creación de productos turísticos a partir de su experiencia en el campo laboral de agencias de viajes, donde el principal producto a los turistas son programas o paquetes turísticos. (Ver formato en anexo C)

### **2.2.2.1 Codificación**

Según Gil y Cano (2010) con la técnica de codificación, es posible segmentar los datos obtenidos de la entrevista y resaltar la información que tenga mayor connotación para el proyecto y sea relevante para la resolución del primer objetivo específico.

### **2.2.3 Observación in situ**

La técnica de observación in situ es aplicada para recolectar datos mediante información primaria. Para el proyecto, fue aplicada la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos de la Doctora Carla Ricaurte (2009). Se realizó una visita el día 16 de noviembre, en la cual se hizo partícipe de las actividades y recursos del Rancho Vasija de Barro. (Ver formato en anexo D)

En la participación directa con el objeto de estudio, se elaboró una lista identificando las actividades ofertadas del rancho.

## **2.2.4 Design Thinking**

Para Castillo, Álvarez y Caban (2014) el Design Thinking es una metodología que se centra en el hombre, su fortaleza se crea por la capacidad de solucionar problemas de manera convencional y comercial.

Por tanto, para el cumplimiento del objetivo 2 “Estructurar productos turísticos por medio del modelo Design Thinking mejorando la calidad del servicio” se utilizó este modelo con el propósito de entender a la demanda, formar ideas innovadoras y considerar factores para reducir riesgos en su desarrollo. El cual, que desarrolla 5 etapas, para la creación del producto turístico, que son, empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar

### **2.2.4.1 Empatizar**

Se desarrollaron fichas para conocer la experiencia de los visitantes que se encontraban en el Rancho Vasija de Barro, con la intención de profundizar las preferencias o conformidades que buscan al momento de comprar un producto turístico, beneficios que desean recibir del mismo y la experiencia que esperan crear.

Según el método de Zieliński y Studzińska (2015) una manera de crear diseños es usando “tick off” o en español marcar la casilla, de esta manera se elaboró una lista de características basadas en la experiencia de los visitantes del rancho Vasija de Barro. Lo que se busca con esta ficha es entender y ponerse en el lugar de la otra persona, conocer sus necesidades y motivos, con el fin de hacer entender que “nos hacemos cargo” de lo que han pedido. (Arias, Jadán & Gómez, 2019)

En la siguiente ficha la metodología se trata de señalar la casilla verde si está de acuerdo, la casilla roja en caso de que crea que se puede mejorar ese aspecto.

**Tabla 2.1 Ficha tick off.** [Farinango & Peralta (2019)]

<b>CARACTERISTICAS</b>		
<b>Precio</b>		
<b>Tiempo</b>		
<b>Charla</b>		
<b>Participación</b>		
<b>Vivencia</b>		
<b>Actitud del personal</b>		
<b>Calidad del servicio</b>		
<b>Se cumplió lo ofrecido</b>		
<b>Guianza</b>		

#### **2.2.4.2 Definir**

Gracias a las encuestas y a las fichas que se aplicaron para determinar el perfil y las preferencias de las demandas, se definió a qué tipos de usuarios están dirigidos los productos. De esta manera, los productos a desarrollarse están basados en las necesidades de los clientes. El primero, el cual está dirigido a los turistas del tren es el Paquete de la AgroDulzura, el segundo dirigido a estudiantes es la Escuela de Campo y el tercer producto dirigido a grupos es el Camping Campestre.

#### **2.2.4.3 Idear**

Debido al diseño de productos a desarrollarse en el proyecto, se reunió información precisa a través del brainstorming para cada uno de ellos. Se enfocó en el turista, sus deseos y prioridades para alcanzar el objetivo del rediseño de un producto agroturístico acorde.

El brainstorming se efectuó de manera amigable junto a la cooperación de la propietaria del Rancho.

#### **2.2.4.4 Prototipar**

Con la elaboración de la lluvia de ideas, se obtuvo una visión amplia sobre lo que desea el turista para finalmente crear los productos. El prototipo ayudará a ordenar las ideas expuestas en el brainstorming, clasificándolas conforme el producto a establecer.

El prototipo del producto se clasificará en individuales y grupos:

Los individuales se encuentran dirigidos a las personas del tren, donde les incluye transporte, alimentación, recorrido y la guianza dentro del rancho.

Los de grupos están enfocados a los estudiantes, incluyendo la alimentación, recorrido en el rancho, uso de instalaciones, charla sobre el cacao; y los grupos para realizar camping, lo cual incluye desayuno y almuerzo para el siguiente día, recorrido en el rancho, uso de instalaciones y actividades adicionales por un costo extra.

El día 21 de diciembre se realizó el primer prototipo del Paquete de la AgroDulzura, por factores de tiempo, este es el único prototipo que se realizó y evaluó posteriormente.

#### 2.2.4.5 Evaluar

Cada producto turístico debe ser experimentado en los diferentes segmentos identificados para conocer el nivel de aceptación. Luego de esto, se pueden corregir errores si se presenta el caso, realizando una retroalimentación en los productos que lo necesiten.



**Figura 2.3 Malla receptora de información.** [Plattner (2018)]

#### 2.2.5 Flujo de caja

Para el cumplimiento del objetivo 3. "Establecer el precio de los productos turísticos, mediante el análisis financiero conociendo la viabilidad económica" se revisará los ingresos y gastos de la empresa, para ello se elaborará un flujo de caja. Según Sapag (2011) el flujo de caja permite conocer la rentabilidad de un proyecto, ya sea que esté relacionado a un nuevo emprendimiento o a una empresa en funcionamiento.



**Figura 2.4 Etapas para la construcción de un flujo de caja.** [Sapag (2011)]

### **2.2.5.1 Valor actual neto**

Según Sapag (2011) este método es usado para evaluar proyectos, puesto que mide el excedente después de adquirir la rentabilidad que se desea y amortizar la inversión.

### **2.2.5.2 Tasa interna de retorno**

El TIR (Tasa interna de retorno) es usado para descubrir el porcentaje de rentabilidad del proyecto, se la realiza junto a la VAN (Valor actual neto). Si la VAN y el TIR son mayores a 0, significa que la rentabilidad será mayor a la deseada, por lo tanto, el proyecto es viable. (Sapag, 2011)

### **2.2.5.3 Punto de equilibrio**

Es el punto de actividad que existe cuando los costos y los ingresos se equiparan; en este punto la empresa no experimenta pérdidas ni tampoco utilidades. (Martínez, Val, Tzintzun, Conejo, Tena, 2014)

### **2.2.6 Criterios de rigor**

El rigor permite crear valor a la investigación, a las técnicas para la obtención de información y el análisis; para este punto, se utilizó la confirmabilidad puesto que, los resultados que se obtengan de las entrevistas y de las encuestas, representan la veracidad y la transparencia de la información, mostrando un contraste con la literatura existente, los objetivos y con lo investigado.

### **2.2.7 Criterios de ética**

De acuerdo con los criterios de ética de Noreña (2012), la presente investigación se basó en dos: el consentimiento informado, dado que es necesario la autorización de los informantes para el uso de los resultados que se obtienen a través de las entrevistas, dando a conocer cuáles son sus derechos y responsabilidades al aceptar participar; y la confidencialidad, para asegurar y proteger la identidad del informante.

# CAPÍTULO 3

## 3. Resultados y Análisis

### 3.1 Oportunidades identificadas para el portafolio de productos

En las encuestas realizadas los días 23, 30 de noviembre y 7 de diciembre se obtuvo un total de 103 personas encuestadas. Se logró conocer información importante acerca de sus preferencias.

Los resultados fueron que, entre las actividades mejor calificadas se encuentran la elaboración de chocolate, elaboración de la vasija de barro y observación de fauna y flora. Por lo tanto, estas son las actividades que se usaron en el prototipo del Paquete de la “AgroDulzura”.

**Tabla 3.2 Calificación a la Elaboración del Chocolate.** [Farinango & Peralta (2019)]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	2	1,9	2,0	2,0
	4	8	7,8	7,8	9,8
	5	92	89,3	90,2	100,0
	Total	102	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,0		
Total		103	100,0		

**Tabla 3.3 Calificación a la Elaboración de la Vasija de Barro.** [Farinango & Peralta (2019)]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	1	1,0	1,0	1,0
	4	12	11,7	11,9	12,9
	5	88	85,4	87,1	100,0
	Total	101	98,1	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,9		
Total		103	100,0		

**Tabla 3.4 Calificación a La Granja.** [Farinango & Peralta (2019)]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	3	2,9	3,1	3,1
	2	4	3,9	4,1	7,1
	3	2	1,9	2,0	9,2
	4	25	24,3	25,5	34,7
	5	64	62,1	65,3	100,0
	Total	98	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	5	4,9		
Total		103	100,0		

**Tabla 3.5 Calificación a la Farmacia del Campo.** [Farinango & Peralta (2019)]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	2	1,9	2,0	2,0
	2	1	1,0	1,0	2,9
	3	5	4,9	4,9	7,8
	4	15	14,6	14,7	22,5
	5	79	76,7	77,5	100,0
	Total	102	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,0		
Total		103	100,0		

### 3.2 Probabilidad de pernoctar en el destino: Alto potencial de pasar una noche

Gracias a esta pregunta, se determinó que sí se puede realizar un programa donde incluya dos días y una noche, para la cual se va a realizar el “Camping Campestre”.

**Tabla 3.6 Probabilidad de pernoctar en el destino.** [Farinango & Peralta (2019)]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	102	99,0	99,0	99,0
	No	1	1,0	1,0	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

### 3.3 Probabilidad de realizar viajes educativos

Las personas de más de 53 años son quienes más visitan el rancho y están de acuerdo en que las escuelas realicen viajes educativos, es por esto, que se realizó un paquete para niños de escuela “La escuela de Campo”. Las personas entre 32-38 años que también son padres de familia, afirman que los estudiantes deben realizar viajes de aprendizaje en el campo.

**Tabla 3.7 Relación edad y preferencia.** [Farinango & Peralta (2019)]

Recuento		Edad					Total	
		18 - 24	25 - 31	32 - 38	39 - 45	46 - 52		Más de 53
¿Le gustaría que las escuelas realicen viajes de aprendizaje en el campo?	Si	20	13	22	11	11	26	103
Total		20	13	22	11	11	26	103

### 3.4 Segmento de personas que visitan el Rancho

Se logró determinar que quienes más visitan el rancho son familias de la costa ecuatoriana. Esto puede ser a causa del Tren de la Dulzura o por familias de las ciudades de Guayaquil, Milagro, Machala y otras cercanas.

**Tabla 3.8 Relación entre edad y con quién realizó el viaje.** [Farinango & Peralta (2019)]

Recuento		Realizó este viaje:				Total
		Sólo	En pareja	En familia	Con amigos	
Seleccione su región	Costa	1	2	67	25	95
	Sierra	0	0	1	0	1
	Amazonía	0	0	2	0	2
	América	0	0	0	3	3
	Europa	0	0	1	1	2
Total		1	2	71	29	103

### 3.5 Codificación y hallazgos de la entrevista

**Tabla 3.9 Hallazgos de la entrevista.** [Farinango & Peralta (2019)]

Temas	Hallazgos	Citas
Importancia	Un recurso necesita infraestructura, servicios e instalaciones	"Si, por supuesto, (...), un recurso para empezar no tiene... su infraestructura o tipo de servicios"
Beneficios	Aporta a la economía de un país y brinda trabajo a la localidad	"Una empresa privada va a aportar a la economía de un país, pagamos los impuestos con el MIESS, pagamos sueldos"
Participación de la comunidad	La comunidad aprende sobre el turismo y vende artesanías	"Van a aprender más, de cómo es el trato hacia las personas, como es el servicio, de que se trata el turismo"
Participación de los estudiantes	Considera un buen proyecto ofrecer productos agroturísticos a estudiantes de escuelas.	"Para los niños si creo que es una buena idea por la vivencia la experiencia"

### 3.6 Análisis de la competencia para el Rancho Vasija de Barro

La demanda existente en el Rancho Vasija de Barro se debe a las familias que buscan desconectarse de su vida rutinaria y encontrarse con la naturaleza, a la misma vez, instituciones educativas que desean reforzar sus materias en el campo. Los competidores directos con los que se encuentra el Rancho, en el cantón Milagro, son piscinas, canchas y ríos que están abiertos de lunes a domingo para todo tipo de turistas. También, existe otra finca agroturística dentro de la ciudad, que es La Orilla, pero cabe recalcar que ambas tienen su producto estrella. La Quinta La Orilla se caracteriza por ofrecer la melcocha de miel de caña y Rancho Vasija de Barro ofrece la degustación del cacao y la reconocida Vasija de Barro.

Dada la ubicación del Rancho Vasija de Barro, no muy alejado de la ciudad de Guayaquil, se puede considerar que existen otros sustitutos en cuanto a la oferta. La Hacienda la Danesa en el cantón Naranjito, ofrece un servicio de lujo y de arquitectura tradicional. De la misma forma, Parque Lago, ubicado en el kilómetro 23 vía a la Costa, ofrece deportes acuáticos, espacios verdes para paseos familiares, picnic, caminar o

montar en bicicleta. El Parque Cultural Garza Roja es un parque ubicado en el km. 37 del cantón Nobol, ofrece piscinas, museo, recorridos para observar los animales y canchas. Zoológico el Pantanal, situado a 15 minutos de la ciudad de Guayaquil, considerado un turismo ecológico y educativo en el que se encuentra gran parte de la flora y fauna nativa del Ecuador.

A pesar de contener una alta competencia, Rancho Vasija de Barro se caracteriza por rescatar las tradiciones y costumbres de los antepasados, aprender el proceso del chocolate, permitir tocar a los animales y crear tu propia vasija.

### **3.7 Diagnóstico de los recursos y atractivos - Observación in situ**

Rancho Vasija de Barro se encuentra ubicado en la ciudad de Milagro, vía Mariscal Sucre. La parroquia Mariscal Sucre, es la comunidad más cercana al Rancho con 5 minutos de distancia, a su vez el centro de Milagro está a 10 minutos de las instalaciones.

Las características culturales con las que cumple el rancho son en artesanía y comida y/o bebida típica. Rancho Vasija de Barro tiene abiertas sus puertas al público durante todo el año. No tiene un uso por parte de la comunidad local.

Según la propietaria, Rancho Vasija de Barro tiene una demanda aproximadamente de 30 visitantes los sábados, 30 visitantes los días domingos y 100 visitantes los días de feriados. La frecuencia de la demanda es permanente durante todo el año. El tipo de demanda que posee el Rancho es de origen nacional, regional e internacional.

Rancho Vasija de Barro se encuentra actualmente conservado, está a cargo de la Ing. Lorena Villagrán y el número de teléfono es 0986708007. La Ing. Villagrán ha realizado gestiones para su conservación, ha aumentado las plantaciones de flores, ha construido nuevas cabañas y adecuó la piscina para los turistas. Rancho Vasija de Barro, es un atractivo privado, por lo tanto, posee políticas y restricciones que se deben cumplir al momento de ingresar.

Los impactos sociales positivos que se pueden resaltar son la activación de la economía local en la comunidad. Los pequeños kioscos alrededor del Rancho se benefician gracias a las compras que hacen los turistas. En cuanto a impactos ambientales positivos se puede recalcar la concientización por el cuidado del medio

ambiente con las charlas educativas que se dictan en el recorrido. Aunque un impacto ambiental negativo podría ser el uso del espacio de la naturaleza para la creación de mayor infraestructura dentro del rancho, es contrarrestado con la plantación de cultivos dentro del mismo en otras zonas.

Las vías de acceso que conducen al Rancho Vasija de Barro son accesibles durante todo el año. Las principales vías de acceso al Rancho son de tierra (carrozable). Para llegar al Rancho existe señalización vial y turística. Los medios de transporte que se pueden utilizar son: bus, camioneta y taxi. La compañía de buses Mariscal Sucre es de tipo inter-cantonal y permite llegar con facilidad al Rancho.

Los servicios turísticos que existen actualmente en el Rancho son servicio de guianza local, restaurante y alojamiento. Las actividades recreativas que se pueden realizar en el Rancho son natación, deportes de cancha, caminatas, paseos en caballo, visitas guiadas, observación de flora y/o fauna, gastronomía, conocimiento antropológico, eventos programados y camping. Las instalaciones con que cuenta actualmente el Rancho para la realización de actividades recreativas y turísticas son piscina, vestidores, canchas deportivas y circuitos de senderos.

## Lista de actividades que se realizan en el Rancho Vasija de Barro

**Tabla 3.10 Lista de actividades del Rancho Vasija de Barro [Farinango & Peralta (2019)]**

#	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Duración	Tipo de servicio
1	<b>Juegos tradicionales</b>	Se cruza un puente, se observan peces, se juega a la rayuela, trompo, hula-hula y el disco chino	15 minutos	Participativo
2	<b>Casa montubia</b>	Historia Comparación de lo moderno y antiguo	15 minutos	Charla
3	<b>Observación fauna</b>	Presentación de especies Gallinas, cuyes, conejo, gansos y chivo	10 minutos	Participativo
4	<b>Observación plantas medicinales</b>	Explicación de las plantas medicinales más usadas en la costa	10 minutos	Charla
5	<b>Casa Don Cacao</b>	Historia del cacao y elaboración del chocolate	15-20 minutos	Participativo
6	<b>Sendero de palmas</b>	Explicación de palmas endémicas de la ciudad de Milagro	5 minutos	Charla
7	<b>Columpio familiar</b>	Lanzarse en la tarabita desde la casa del árbol	10 minutos	Participativo
8	<b>Recorrido a los cultivos</b>	Yuca, arroz, maní, caña de azúcar, camote, maíz y café	10 minutos	Charla
9	<b>Ciudadela de los pájaros</b>	Descripción de las aves que frecuentan en la zona	5 minutos	Charla
10	<b>Casa del alfarero</b>	Historia y elaboración de la vasija de barro	20 minutos	Participativo
11	<b>Frutales</b>	Demostración y degustación de las frutas típicas de la zona	10 minutos	Participativo

### 3.8 Estructuración de los prototipos en base a las preferencias de los turistas

Después de la información obtenida en los análisis previos, se realizaron tres prototipos de baja resolución, de los cuales, se evaluó el paquete de la AgroDulzura el sábado 21 de diciembre en el rancho. Se consideró este prototipo para la evaluación debido a los contratiempos que presentaba al momento de la práctica. El tiempo de estadía de este grupo de turistas es limitado por el tren, por lo tanto, se hizo modificaciones en los tiempos para que la experiencia sea placentera.

#### PAQUETE DE LA AGRODULZURA



12:20 Llegada del tren a la estación de Milagro  
12:30 Bienvenida a la ciudad más dulce  
13:00 Llegada al Rancho  
13:05 Presentación del personal  
13:15 Inicio de actividades

- Almuerzo
- Recorrido: Charla del Chocolate, Elaboración de la Vasija, Visita a la Granja y Farmacia del Campo

14:15 Despedida  
14:20 Salida del Rancho  
14:40 Llegada a la estación del tren

*Figura 3.5 Paquete de la agro dulzura. [Farinango & Peralta (2019)]*

#### CAMPING CAMPESTRE



**DÍA 1**

16:30 Ingreso al Rancho

- Bienvenida y presentación del personal
- Armada de Carpas
- Fogata

**DÍA 2**

09:00 Desayuno montubio (Tortilla de verde o bolón, huevo, jugo, café o chocolate)

11:30 Inicio del recorrido

- Juegos tradicionales
- Visita a la granja

- Visita a la farmacia del campo
- Elaboración de la Vasija
- Charla de chocolate
- Visita al jardín tropical
- Tarabita
- Visita a cultivos
- Visita a la ciudad de los pájaros
- Visita a frutales

13:30 Almuerzo Tarde libre  
16:30 Salida del Rancho

*Figura 3.6 Camping Campestre. [Farinango & Peralta (2019)]*

<b>ESCUELA DE CAMPO</b>	
10:00 Llegada al Rancho	
10:10 Bienvenida y presentación del personal	
10:20 Entrega de Snack	13:15 Continuación de actividades
10:30 Inicio de actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla de chocolate</li> <li>• Jardín tropical</li> <li>• Tarabita</li> <li>• Recorrido cultivos</li> <li>• Tarde recreativa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos tradicionales</li> <li>• Visita a la granja</li> <li>• Visita a la farmacia del campo</li> <li>• Elaboración de la Vasija</li> </ul>	15:50 Despedida
12:40 Almuerzo	16:00 Salida del Rancho

**Figura 3.7 Escuela de campo.** [Farinango & Peralta (2019)]

### 3.9 Aceptación del paquete de la AgroDulzura

El prototipo de la AgroDulzura fue aceptado por parte de los turistas, los comentarios recibidos fueron positivos respecto a las actividades y al manejo del tiempo, por consiguiente, se procedió a elaborar el prototipo de alta resolución. (Ver anexo E)

**Tabla 3.11 Evaluación del prototipo del Paquete de la AgroDulzura** [Farinango & Peralta (2019)]

Cosas interesantes 	Críticas constructivas 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vasija de Barro</li> <li>• Rescate de tradiciones</li> <li>• Conservación de especies</li> <li>• Plantas medicinales               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granja</li> </ul> </li> <li>• Recorrido con la guianza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toda la comida debería entregarse al mismo tiempo               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación en guianza</li> </ul> </li> </ul>
¿Preguntas? 	Nuevas ideas 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hubo preguntas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más publicidad</li> <li>• Actividades deportivas</li> </ul>

### 3.10 Análisis financiero para conocer la viabilidad del proyecto

#### 3.10.1 Gastos generales y nómina de pago del Rancho Vasija de Barro

Se realizó el respectivo análisis en base a los gastos necesarios para la producción de los paquetes. Estos datos fueron de ayuda para calcular los costos directos e indirectos.

**Tabla 3.12 Gastos generales del Rancho Vasija de Barro. [Farinango & Peralta (2019)]**

<b>GASTOS GENERALES</b>	
<b>ARRIENDO</b>	
ALQUILER TRANSPORTE	\$ 600
ALQUILER VARIOS	\$ 200
<b>TOTAL DE ARRIENDO</b>	<b>\$ 800</b>
<b>INTERNET</b>	
	\$ 0
<b>TOTAL DE INTERNET</b>	<b>\$ 0</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	
GENERAL	\$ 200
<b>TOTAL DE PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 200</b>
<b>SUMINISTROS VARIOS</b>	
Comida	\$ 500
Gastos de eventos	\$ 200
Gastos materiales	\$ 50
Balanceado	\$ 100
Mantenimiento	\$ 150
<b>TOTAL DE SUMINISTROS VARIOS</b>	<b>\$ 1,000</b>
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 2,000</b>

**Tabla 3.13 Nómina de pago del Rancho Vasija de Barro.** [Farinango & Peralta (2019)]

N°	CARGO	DIAS	SUELDO	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL DE INGRESOS	APORTE PERSONAL 9,45%	TORAL DE EGRESOS	TOTAL A RECIBIR
1	Guía (Verónica)	30.00	197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
2	Cocinero (Diana)	30.00	197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
3	Cocinero (Jaime)	30.00	197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
4	Mesero (Jaimito)	30.00	197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
5	Asador (Alberto)	30.00	197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
6	Guardia (Jhon)	30.00	300.00	25.00	32.83	24.99	382.82	28.35	28.35	354.47
7	Propietaria (Betty)	30.00	\$800.00	66.67	32.83	66.64	966.14	75.60	75.60	890.54
8	Vendedora (Lorena)	30.00	\$800.00	66.67	32.83	66.64	966.14	75.60	75.60	890.54
9	Charla tío Pedro	30.00	\$197.00	16.42	32.83	16.41	262.66	18.62	18.62	244.04
TOTALES			3082.00	256.83	295.50	256.73	3891.06	291.25	291.25	3599.81

### 3.10.2 Proyección de ventas

En la siguiente tabla se muestra el número de paquetes que se deben vender, proyectados a un año. Se ha calculado el precio de venta en base al costo unitario y la ganancia que se desea obtener cada año.

**Tabla 3.14 Proyección de ventas del Rancho Vasija de Barro** [Farinango & Peralta (2019)]

DESCRIPCIÓN	UNIDADES MENSUALES POR PAX	UNIDADES ANUALES	PVP UNITARIO	VENTAS MENSUALES POR PAX	VENTAS ANUALES POR PAX
Turistas tren	200	2,400	\$ 25.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Campings	250	3,000	\$ 30.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
Escuelas de campo	200	2,400	\$ 20.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Reservaciones de eventos	400	4,800	\$ 15.00	\$ 6,000.00	\$ 72,000.00
Full day	460	5,520	\$ 30.00	\$ 13,800.00	\$ 165,600.00
TOTALES	1,510	18,120	\$ 120.00	\$ 36,300.00	\$ 435,600.00

### 3.10.3 Costos directos e indirectos

Los siguientes costos muestran en resumen cuál es el gasto que realiza el rancho para mantener su operación. Es necesario que se cumplan para no influir de manera negativa en el flujo de caja.

**Tabla 3.15 Costos directos del Rancho Vasija de Barro** [Farinango & Peralta (2019)]

RESUMEN	TOTALES
Materia Prima	\$0.00
Insumos Directos	1,476.00
Mano de Obra Directa	\$9,456.00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$10,932</b>

**Tabla 3.16 Costos indirectos del Rancho Vasija de Barro [Farinango & Peralta (2019)]**

RESUMEN			TOTALES
Gastos Administrativos			\$27,528
Gastos Generales			\$24,000
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>\$51,528</b>

### 3.10.4 Estudio Financiero

#### 3.10.4.1 Flujo de Caja Proyectado

En la siguiente tabla se ha calculado los ingresos y egresos del Rancho Vasija de Barro en un periodo de cinco años con un incremento del 5% en el flujo neto. Esto resulta beneficioso debido a que, presenta buena liquidez con lo cual se puede adquirir nueva mercadería o maquinaria para el rancho.

**Tabla 3.17 Flujo de caja proyectado del Rancho Vasija de Barro [Farinango & Peralta (2019)]**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas		\$435,600	\$457,380	\$480,249	\$504,261	\$529,475	\$2,406,965
(Costos Directos)	\$28,881	\$10,932	\$11,479	\$12,053	\$12,655	\$13,288	\$60,406
(Costos Indirectos)	\$71,158	\$51,528	\$51,528	\$51,528	\$51,528	\$51,528	\$257,640
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$100,039</b>	<b>\$373,140</b>	<b>\$394,373</b>	<b>\$416,668</b>	<b>\$440,078</b>	<b>\$464,659</b>	<b>\$2,088,919</b>
<b>Ingresos no operativos</b>	<b>\$90,000</b>	<b>\$90,000</b>					<b>\$90,000</b>
Crédito	\$50,000	\$50,000					\$50,000
Aporte Propio	\$40,000	\$40,000					\$40,000
<b>Egresos no operativos</b>	<b>\$103,639</b>	<b>\$183,291</b>	<b>\$98,192</b>	<b>\$103,359</b>	<b>\$108,807</b>	<b>\$114,553</b>	<b>\$602,210</b>
<b>Inversiones</b>	<b>\$90,000</b>	<b>\$90,000</b>					<b>\$84,009</b>
Activos Fijos		\$44,009					\$44,009
Capital de Trabajo	\$40,000	\$40,000					\$40,000
Pago de dividendos	\$13,640	\$13,640	\$13,640	\$13,640	\$13,640	\$13,640	\$68,198
Impuestos		\$79,651	\$84,553	\$89,719	\$95,167	\$100,913	\$450,003
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>-\$13,639</b>	<b>-\$93,291</b>	<b>-\$98,192</b>	<b>-\$103,359</b>	<b>-\$108,807</b>	<b>-\$114,553</b>	<b>-\$512,210</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$86,400</b>	<b>\$285,840</b>	<b>\$296,181</b>	<b>\$313,310</b>	<b>\$331,272</b>	<b>\$350,106</b>	<b>\$1,576,708</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$86,400</b>	<b>\$285,840</b>	<b>\$582,021</b>	<b>\$895,331</b>	<b>\$1,226,603</b>	<b>\$1,576,708</b>	

#### 3.10.4.2 Índices financieros y Payback

Con el análisis de los índices financieros del Valor actual neto y la Tasa de retorno, se ha determinado que el proyecto es viable en su ejecución.

La inversión propia y la inversión adquirida por medio de un préstamo es recuperada en el año 2 de la ejecución del proyecto.

**Tabla 3.18 VAN y TIR [Farinango & Peralta (2019)]**

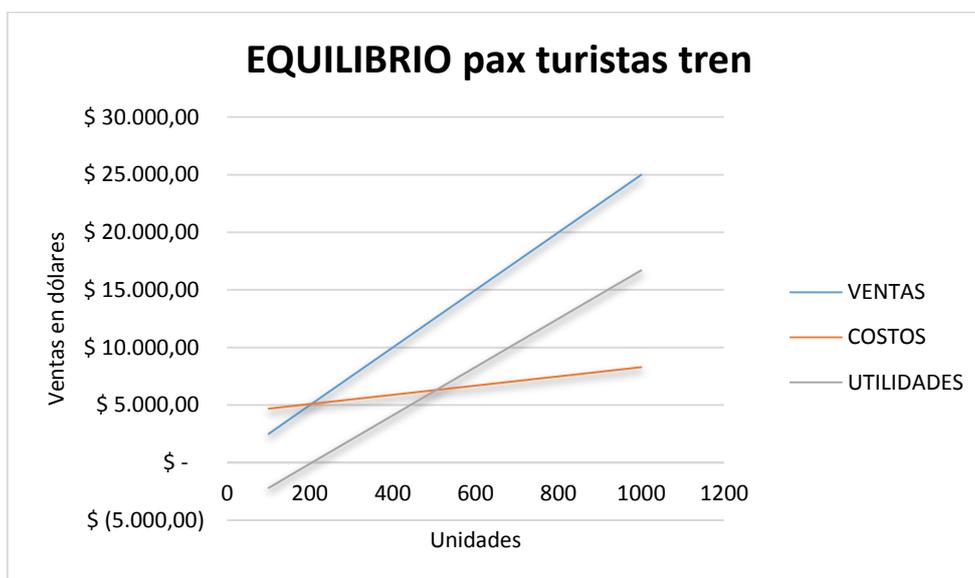
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>(Positivo)</b>	<b>\$786,046</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (Tir)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>5.21%</b>

**Tabla 3.19 Payback** [Farinango & Peralta (2019)]

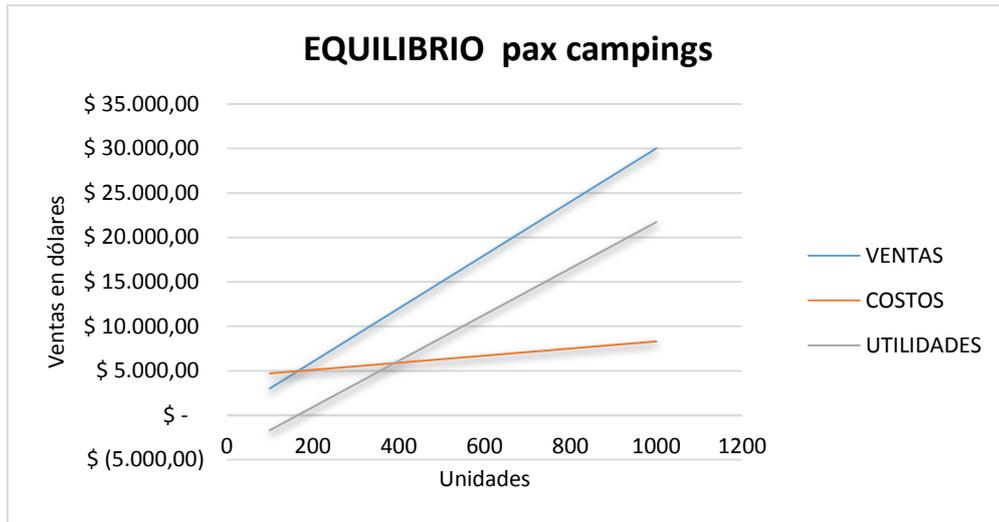
<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>				
<b>Año de Recuperación de la Inversión</b>	<b>Año</b>	<b>2</b>		
<b>Diferencia con Inversión Inicial</b>	\$90,000	<b>\$582,021</b>	<b>-\$492,021</b>	
<b>Flujo Mensual Promedio Año Siguiente</b>	<b>\$313,310</b>	12	<b>\$26,109</b>	
<b>Número de Meses</b>	-\$492,021	\$26,109	<b>-19</b>	
<b>PAYBACK</b>	<b>2</b>	<b>Año (s)</b>	<b>-19</b>	<b>Mes(es)</b>

### 3.10.4.3 Punto de equilibrio

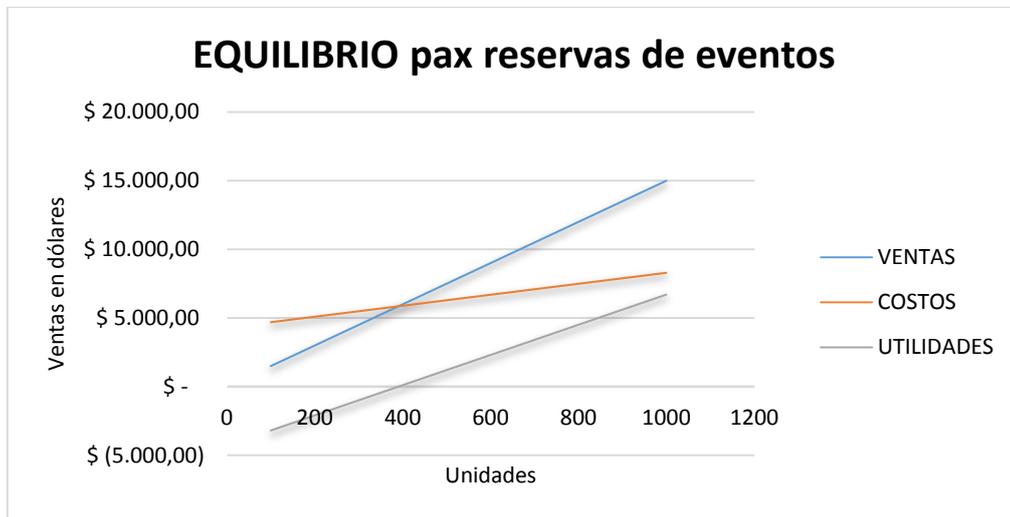
Para el siguiente análisis se ha identificado el tiempo en el cual la empresa obtiene un equilibrio entre pérdidas y ganancias. Para el paquete ofrecido a turistas del tren de la dulzura y a estudiantes, se empieza a percibir utilidades en el tercer mes. Con los paquetes de full day y campings, se perciben utilidades en el segundo mes de operación. Por último, se perciben ganancias a partir del cuarto mes con las reservas para eventos.



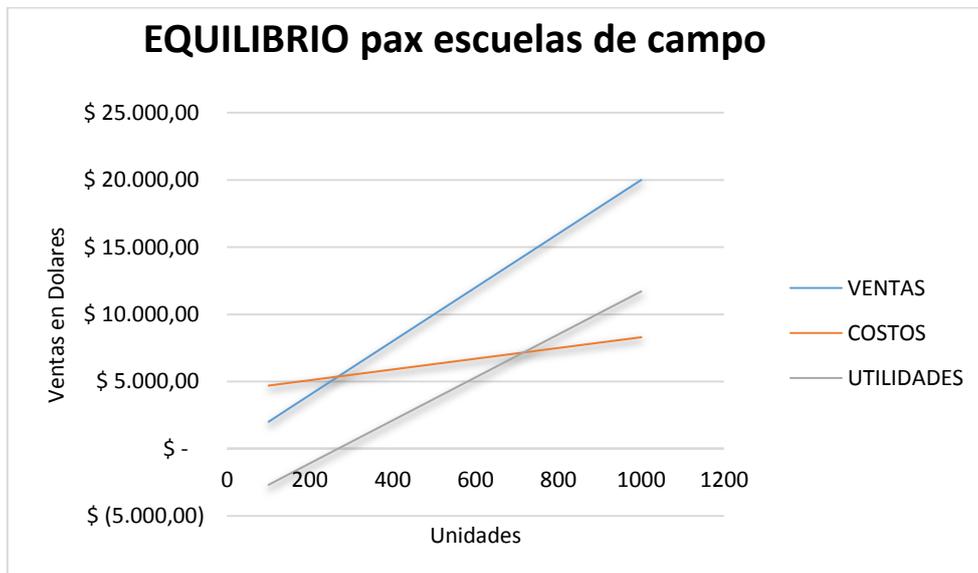
**Gráfico 3.1 Punto de equilibrio del paquete de turistas del tren** [Farinango & Peralta (2019)]



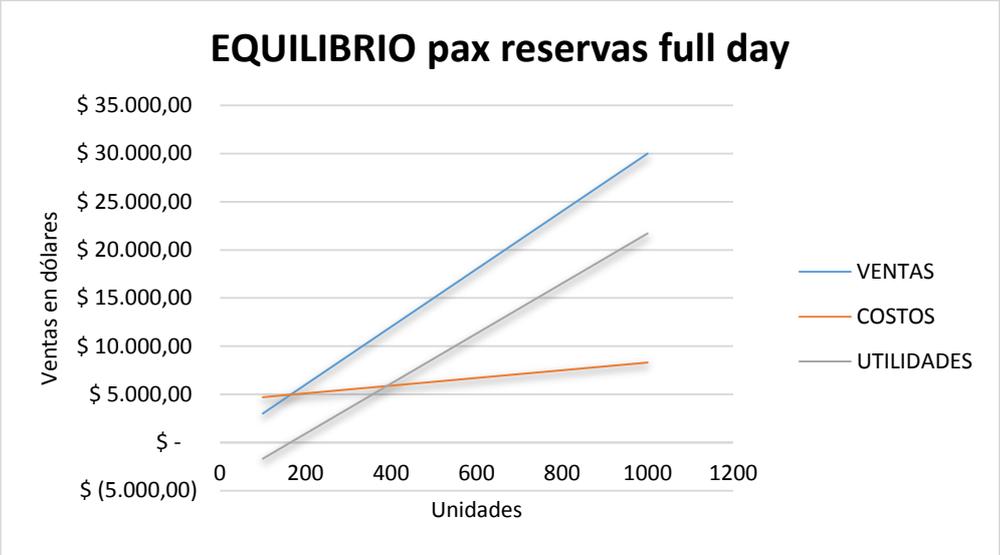
**Gráfico 3.2 Punto de equilibrio del paquete de Campings [Farinango & Peralta (2019)]**



**Gráfico 3.3 Punto de equilibrio de Reservas de eventos [Farinango & Peralta (2019)]**



**Gráfico 3.4 Punto de equilibrio del paquete de la Escuela de campo [Farinango & Peralta (2019)]**



**Gráfico 3.5 Punto de equilibrio del paquete de Full day [Farinango & Peralta (2019)]**

# CAPÍTULO 4

## 4. Conclusiones y recomendaciones

### 4.1 Conclusiones

- Posee demanda por parte de las familias de la costa ecuatoriana, principalmente de las ciudades de Guayaquil, Milagro y Machala.
- En el proceso de observación mediante la ficha de caracterización se identifica el orden de las actividades ofrecidas en el rancho y el tiempo que dura cada una de ellas.
- Mediante el levantamiento de información, se evidencia que las actividades ofertadas son del agrado a sus clientes y satisface su experiencia en el destino.
- Con el modelo de Design Thinking, se descubrió las preferencias de los turistas y con estos resultados se llevó a cabo los prototipos de los paquetes turísticos.
- Los prototipos propuestos son del gusto de los turistas, debido a que, en la evaluación de este con la malla receptora de información, tuvo excelentes comentarios que respaldan la calidad del servicio ofrecido.
- Se pudo determinar con el análisis financiero, que el proyecto es viable en su ejecución, puesto que los índices del TIR y VAN así lo demuestran. Aunque los primeros tres meses no se obtiene ganancia, a partir del cuarto mes éstas se ven reflejadas en las utilidades, debido a que el costo de los paquetes no es alto.

### 4.2 Recomendaciones

- Realizar un plan de marketing que logre captar y llegar a más turistas para que se cumpla con el número estimado de turistas al año y a su vez promocionar el sitio para eventos familiares o institucionales.
- Crear un departamento de ventas, el cual se dedique explícitamente a expender los paquetes, logrando así aumentar el volumen de clientes.
- Establecer alianzas con distribuidoras o comerciales fijos, para la compra de materiales necesarios para la ejecución de las actividades del rancho y así no exceder de la cantidad estimada de gastos en el análisis financiero.
- Cumplir con los prototipos y tiempos establecidos para brindar una excelente experiencia los visitantes.
- Efectuar el registro continuo de los visitantes al rancho, para la identificación de las temporadas altas y bajas del año.

## Referencias

- AIKATERINI, G., IOANNIS, S., & THANASIS, K. (2001). Is Agrotourism “Agro” or “Tourism”? Evidence from Agrotourist Holdings in Lesbos, Greece. *Anatolia*, 12(1), 6–22. doi:10.1080/13032917.2001.9686995
- Arias-Flores, H., Jadán-Guerrero, j. & Gómez-Luna, L. (2019). Innovación Educativa en el aula mediante design thinking y game thinking. *Hamut'ay*, 6(1), 82-95. <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v6i1.1576>
- Batthyány, K., Cabrera, M., Alesina, L., Bertoni, M., Mascheroni, P., Moreira, N., ... & Rojo, V. (2011). Metodología de la investigación para las ciencias sociales: apuntes para un curso inicial.
- Blasco, M. J. V., & González, M. M. (2014). Confort psicológico y experiencia turística. Casos de estudio de espacios naturales protegidos de la Comunidad Valenciana (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (65), 293-316.
- Castillo, Alvarez y Caban (2014). Design thinking: cómo guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362014000300006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000300006)
- Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la dirección*, 12(1), 1-16.
- Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo (2013), Manual de desarrollo de productos turísticos, OMT, Madrid.
- Gil, T., & Cano, A. (2010). Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: Tipos de análisis y proceso de codificación (II). *Nure Investigation*, 45, 1-10.
- Jafari, J. & Xiao, H. (2016). Encyclopedia of tourism.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Loureiro, S. M. C. (2017). *The dimensions of rural tourism experience: impacts on arousal, memory, and satisfaction. Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 189–201

Komppula, R. (2006). *Developing the Quality of a Tourist Experience Product in the Case of Nature-Based Activity Services. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(2), 136–149.

Małgorzata Bajgier-Kowalska, Mariola Tracz & Radosław Uliszak (2017) Modeling the state of agritourism in the Malopolska region of Poland, *Tourism Geographies*, 19:3, 502-524

Martínez, Val, Tzintzun , Conejo , Tena (2014). Competitividad privada, costos de producción y análisis del punto de equilibrio de unidades representativas de producción porcina.

McGehee, N. G. (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111–124.

Morgan, M., Lugosi, P., & Ritchie, J. B. (Eds.). (2010). *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives* (Vol. 44). Channel View Publications.

Manterola, O. y. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Obtenido de Scielo.Conicyt: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Noreña-Peña, A., Moreno, N. A., Rojas, J. G. & Rebolledo-Malpica, D. M. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274.

Pilar Espeso-Molinero, Sheena Carlisle & María José Pastor-Alfonso (2016) Knowledge dialogue through Indigenous tourism product design: a collaborative research process with the Lacandon of Chiapas, Mexico, *Journal of Sustainable Tourism*, 24:8-9, 1331-1349

Ricaurte Quijano, C. V. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local.

Riveros, H. y Blanco, M., (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local, Lima, PE, IICA-Prodar, 33 p

Sidali, K. L., & Schulze, B. (2010). Current and future trends in consumers' preference for farm tourism in Germany. *Leisure/Loisir*, 34(2), 207–222.

Solsona Monzones, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y transferencias*, 10(2), 25-35.

Vega, D., Villavicencio, E. (2017). Conteo de la muestra. Cuenca. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/313067913\\_CALCULO\\_DE\\_LA\\_MUESTRA](https://www.researchgate.net/publication/313067913_CALCULO_DE_LA_MUESTRA)

Vikneswaran Nair, Uma Thevi Munikrishnan, Sushila Devi Rajaratnam & Natalie King (2015) Redefining Rural Tourism in Malaysia: A Conceptual Perspective, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20:3, 314-337

Zieliński, G., & Studzińska, M. (2015). Application of design-thinking models to improve the quality of tourism services.

**ANEXOS**  
**ANEXO A**

**Cronograma de actividades para la metodología**

ACTIVIDADES	Noviembre							Diciembre				
	Sáb 16	Lun 18	Mié 20	Jue 21	Vie 22	Dom 23	Sáb 30	Sáb 7	Lun 9	Mar 10	Sáb 21	Mar 17- Mar 24
Observación in situ												
Análisis de contenido												
Entrevista: Ing. Lorena Villagrán – Ing. Gabriela Arellano												
Codificación y resultados												
Diseño de la encuesta												
Encuestas a turistas												
Reunión para el modelo Design Thinking												
Elaboración de prototipos												
Recopilación de documentos contables												
Evaluación del prototipo												
Análisis financiero												

## Anexo B

### Formato de encuesta



**Encuesta dirigida a los visitantes del Rancho Vasija de Barro para conocer su perfil y preferencias**  
**\*Seleccione con una X su respuesta en el paréntesis**

Acepto participar voluntariamente en esta encuesta

**Firma:** \_\_\_\_\_

#### Sección A: Motivación del viaje

##### 1. Principal motivo de viaje

- Viaje de salud  Viaje de negocios   
Viaje de recreación   
Viaje por visitar a un familiar  Otro \_\_\_\_\_

##### 2. ¿Ha visitado antes alguna finca, hacienda o rancho agroturístico?

Si  No

##### 3. ¿Cómo se enteró de Rancho Vasija de Barro?

- Redes sociales  Amigos   
Tren Ecuador

##### 4. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar al Rancho?

- Vehículo propio  Bus público   
 Tren Ecuador

##### 5. ¿Qué características influyen al momento de elegir el destino?

**\*Puede elegir 1 o más opciones**

- Precio  Distancia   
Accesibilidad  Naturaleza   
Otra \_\_\_\_\_

#### Sección B: Experiencia con el agroturismo

##### 6. ¿Cómo evaluaría la gastronomía?

- Muy bueno  Bueno  Regular   
Malo  Muy malo

##### 7. ¿Qué actividades extras recomienda?

- Cabalgata  Camping  Paseo en bicicleta   
Pesca deportiva

##### 8. ¿Le gustaría pasar una noche en el destino?

Si  No

##### 9. ¿Cómo evaluaría las actividades que se realizan en el Rancho? (Donde 1 es la que menos le gustó y 5 la que más le gustó)

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5
Juegos tradicionales					
Historia de la casa montubia					
Observación de fauna					
Observación de plantas medicinales					
Elaboración del chocolate					
Columpio familiar					
Recorrido de cultivos					
Reconocimiento de aves					
Elaboración de la Vasija de barro					
Sendero de frutales					

#### Sección C: Probabilidad de compra

##### 10. ¿Cuánto pagaría por un full day por persona?

\$20

\$25

\$30

##### 11. ¿Cuánto pagaría por un programa de 2D Y 1N por un grupo de 5 personas?

\$80

\$90

\$100

##### 12. ¿Le gustaría que las escuelas realicen viajes de aprendizaje en el campo?

Si

No

##### 13. ¿Cuánto pagaría por un full day en la escuela de campo para los estudiantes?

\$20

\$25

\$30

**Sección D: Demográfica**

**14. Género**

Masculino

Femenino

**15. Edad**

18 - 24     25 - 31     32 - 38

39 - 45     46 - 52     Más de

53

**16. Seleccione su región**

Costa     Sierra     Amazonía

Galápagos     África     América

Asia     Europa

**17. Realizó este viaje:**

Solo     En pareja

En familia     Con amigos

## Anexo C

### Formato de entrevista



#### **Guión: Entrevista para el proyecto de rediseño del portafolio de productos turísticos para el Rancho Vasija de Barro, en la ciudad de Milagro**

#### **PLANTILLA PARA LA ACADEMIA**

**Entrevistador:** Joselyn Peralta

**Asistente del entrevistador:** Paula Farinango

**Entrevistado:** Ing. María Gabriela Arellano Carranza; Mg.

#### **Introducción**

Buenos días, agradecemos el tiempo prestado en esta entrevista, la cual tendrá una duración de 40 minutos aproximadamente. Se espera recopilar información de gran importancia para el desarrollo del proyecto del rediseño de productos turísticos para el Rancho Vasija de Barro, pero, antes que nada, necesitamos su autorización por medio del consentimiento informado para grabar la entrevista.

**Entrevistador:** Para iniciar queremos que nos comente un poco de su profesión y su experiencia en el campo turístico.

**Entrevistado:** Se presenta.

**Entrevistador:** Gracias, debido a su gran experiencia y desarrollo en el ámbito, ha sido considerada como apoyo para nuestro tema.

#### **Diseño de productos turísticos:**

1. ¿Qué es un producto turístico según sus palabras?
2. ¿Considera importante la creación de productos turísticos antes de ofrecer un atractivo o recursos?
3. ¿Cuáles cree usted que son los componentes esenciales al momento de crear un producto turístico?
4. ¿Cuáles considera los beneficios que se pueden obtener de esto?
5. ¿Qué es el agroturismo según sus palabras?
6. En su experiencia, ¿Cree que existe mayor demanda para este tipo de turismo?

#### **Experiencia en el agroturismo:**

1. ¿Ha realizado un viaje basado en el agroturismo?
2. ¿Ha visitado fincas o ranchos agroturísticos?
3. (En caso de que la respuesta anterior haya sido negativa) ¿Le gustaría participar en un programa agroturístico?
4. ¿Qué esperaría de este?
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese viaje?

**Entrevistador:** Agradecemos mucho su colaboración, su aporte será valioso en este proyecto. Que tenga un buen día.

## Anexo D

### Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos

#### FICHA 3

### CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso<sup>3</sup> turístico específicamente.

#### 1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

---

1.2 Ubicación del atractivo

---

---

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es \_\_\_\_\_.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a \_\_\_\_\_ Km.

#### 2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>

<sup>3</sup> Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO  12. OTRO \_\_\_\_\_

2.2 Cultural

1. MUSEO	<input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA	<input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO	<input type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA	<input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITO ARQUEOLÓGICO	<input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO	<input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO	<input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO	<input type="checkbox"/>	12. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)

3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

\_\_\_\_\_

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. SI

2. NO

¿CUAL? \_\_\_\_\_

### 3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

\_\_\_\_\_ VISITANTES DE LUNES A VIERNES

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

\_\_\_\_\_

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)	<input type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>



# Paquete de la AGRODULZURA

**HALF DAY**  
ENTRADA: 13:00 SALIDA: 14:30

**EL PROGRAMA INCLUYE:**

- Servicio de alimentación
- Servicio de guianza y recorrido agroturístico: Charla del chocolate, elaboración de la vasija de barro, visita a la granja y farmacia del campo
- Acceso a las instalaciones
- Transporte Estación - Rancho - Estación

**No INCLUYE:**

- Servicios no mencionados en el programa

**RECOMENDACIONES:**

- Llevar bloqueador, gorra, zapatos cómodos y repelente

**PRECIO POR ADULTO \$25**

**PRECIO POR NIÑO \$15**

**Rancho Vasija de Barro**

Vía Mariscal Sucre Sector de las cataratas KM1  
MILAGRO - ECUADOR

**f RANCHO VASIJA DE BARRO**  
**@RANCHOVASIJADEBARRO2017**



# Escuela de CAMPO

FULL DAY

ENTRADA: 10:00 SALIDA: 16:00

## EL PROGRAMA INCLUYE:

- Servicio de snack y almuerzo
- Servicio de guianza y recorrido agroturístico: Charla del chocolate, jardín tropical, tarabita, visita a la granja, visita a la farmacia del campo y visita a los cultivos
- Acceso a las instalaciones

## NO INCLUYE:

- Servicios no mencionados en el programa

## RECOMENDACIONES:

- Llevar bloqueador, gorra, zapatos cómodos y repelente

PRECIO POR NIÑO **\$20**

## COSTOS ADICIONALES:

- Alquiler de caballo \$3
- Piedras pintadas \$2
- Vasija pintada \$3
- Elaboración de vasija \$3

 RANCHO VASITA DE BARRO  
 @RANCHOVASITADEBARRO2017

Via Mariscal Sucre Sector de las cataratas KM1

MILACRO - ECUADOR



# Camping CAMPESTRE

**2 DÍAS – 1 NOCHE**

**ENTRADA: 16:30 SALIDA: 16:30**

## EL PROGRAMA INCLUYE:

- Noche libre para armar las carpas y fogata
- Servicio de desayuno y almuerzo
- Servicio de guianza y recorrido agroturístico:  
Juegos tradicionales, visita a la granja, visita a la farmacia del campo, elaboración de la vasija, charla del chocolate, visita al jardín tropical, tarabita, visita a cultivos, visita a frutales
- Acceso a las instalaciones

## NO INCLUYE:

- Servicios no mencionados en el programa

## RECOMENDACIONES:

- Llevar bloqueador, gorra, zapatos cómodos y repelente

**PRECIO POR  
PERSONA \$30**

## COSTOS ADICIONALES:

- Alquiler de carpa \$5
- Parrillada personal \$6
- Pizza mediana (8 personas) \$10

 RANCHO VASIJAS DE BARRO

 @RANCHOVASIJASDEBARRO2017

Vía Mariscal Sucre Sector de las cataratas KM1

MILAGRO - ECUADOR



## ANEXO F

### Evidencias fotográficas



**Figura 11. Realización de encuestas** [Farinango & Peralta (2019)]



**Figura 12. Proceso de idear con la propietaria del Rancho [Farinango & Peralta (2019)]**



**Figura 13. Elaboración de la malla receptora de evaluación con turistas del rancho [Farinango & Peralta (2019)]**



**Figura 14. Reunión para definir prototipos finales junto al personal colaborativo**  
[Farinango & Peralta (2019)]