



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga,  
para su uso en el diseño de productos de agroturismo**

**AUTOR:**

**Zambrano Haro, Kelly Solange**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**TUTOR:**

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Zambrano Haro, Kelly Solange**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa, Phd.**

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Zambrano Haro, Kelly Solange**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga, para su uso en el diseño de productos de agroturismo previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA**

---

**Zambrano Haro, Kelly Solange**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Zambrano Haro, Kelly Solange**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga, para su uso en el diseño de productos de agroturismo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

**Zambrano Haro, Kelly Solange**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga, para su uso en el diseño de productos de agroturismo**, presentado por la estudiante **Zambrano Haro, Kelly Solange**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">Kelly_Zambrano_orkund.docx</a> (D127146803)
Presentado	2022-02-05 23:27 (-05:00)
Presentado por	Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	TT Kelly Zambrano <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	1% de estas 33 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

---

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.**

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi madre por el apoyo incondicional durante mi vida. Le agradezco por convertirme en la mujer que hoy soy, por enseñarme que la motivación por salir adelante y ser mejor que el día anterior es la mejor recompensa.

Agradezco a mi hermano por tolerar a una hermana como yo durante este proceso. Agradezco a las amistades que me acompañaron durante mi proceso de formación, creando recuerdos que me acompañaran siempre.

Agradezco a mi tutora la Miss Shirley Segura por su guía durante la realización de este proyecto, con su acompañamiento este trabajo ha prosperado. Agradezco a todos los profesores que me brindaron su conocimiento durante la carrera para ser profesional.

Agradezco a mi padre, por enseñarme con su ausencia aquella persona que no debo llegar a ser.

**Kelly Zambrano**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi madre, quien desde mi nacimiento vio en mi un futuro brillante y próspero. Me brindó las herramientas necesarias para defenderme en la vida y salir adelante.

Dedico esto a ella, porque deseo convertirme en la mujer que es, visionaria, trabajadora e imponente. Saliendo adelante frente a todo pronóstico y cosechando éxitos.

Se la dedico solo a ella pues ha sido, es y será la constante más relevante en mi vida.

Gracias mami

**Kelly Zambrano**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.**  
TUTOR

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa, Phd.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Medina Crespo, José, Mgs.**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Zambrano Haro, Kelly Solange</b>	

---

**Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.**

**TUTOR**

## Índice General

Introducción .....	2
Objetivo general .....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación.....	6
Capítulo 1: Marcos de la investigación.....	8
Marco teórico .....	8
El sistema turístico .....	8
Producto turístico .....	9
Turismo rural.....	11
Marco referencial .....	14
Finca del Café en Santa Rosa de Cabal, Colombia .....	14
Finca Surá en Sarpiquí, Costa Rica .....	16
Bodegas Benegas en Mendoza, Argentina. ....	17
Hacienda Danesa en Bucay, Ecuador.....	19
Marco conceptual.....	21
Agroturismo .....	21
Atractivos turísticos.....	21
Demanda turística.....	21
Ecoturismo .....	21
Facilidades turísticas .....	21
Hacienda .....	21
Infraestructura desde hacienda .....	22
Oferta turística .....	22
Superestructura desde hacienda .....	22
Turismo .....	22

Turismo rural.....	22
Marco legal.....	23
Capítulo 2: Diagnóstico turístico.....	27
Generalidades del cantón Pallatanga .....	27
Superestructura .....	27
Infraestructura .....	28
Oferta turística.....	29
La comunidad receptora.....	31
Atractivos turísticos.....	32
La demanda .....	33
Diagnostico turístico de la Hacienda Haro.....	33
Accesibilidad parqueadero y transporte .....	33
Recepción, información, servicios .....	34
Facilidades y accesibilidad .....	35
Restaurante, cafetería y snack .....	36
Tienda de recuerdos .....	36
Análisis de la actividad agrícola que se desarrolla actualmente en la Hacienda.....	36
Análisis de la actividad pecuaria que se desarrolla actualmente .....	37
Análisis de la actividad acuicultura que se desarrolla actualmente .....	39
Análisis FODA de la hacienda Haro .....	40
Conclusión.....	41
Capítulo 3: Metodología y análisis de resultados.....	42
Enfoque .....	42
Método de investigación .....	43
Alcance .....	43
Tipo de investigación .....	44

Técnicas e instrumentos .....	45
Población de estudio.....	45
Calculo de la muestra .....	46
Tipo de muestreo .....	47
Diseño de la encuesta .....	47
Análisis de datos de la encuesta .....	47
Análisis y conclusión de resultados .....	56
Capítulo 4: Propuesta de producto turístico .....	57
Componentes del producto turístico en la hacienda.....	57
Accesibilidad parqueadero y transporte .....	58
Recepción, información, servicios .....	58
Facilidades y accesibilidad .....	59
Restaurante, cafetería y snack .....	60
Análisis FODA estratégico.....	62
De la mano con la gobernanza .....	63
Aliados con prestadores de servicios .....	64
Mejorando el servicio turístico.....	64
Producto agroturístico Hacienda Haro .....	65
Taller de elaboración de quesos artesanales.....	65
Como tus ancestros.....	67
Taller de cocina fresca.....	68
Convivencia junto al ganado .....	69
Estrategias de comercialización para los productos turísticos .....	69
Estrategia de Viajes de familiarización y Medios de pagos flexibles ....	71
Tarifas netas preferenciales .....	71
Comisiones .....	72

Descuentos por grupos grandes .....	72
Descuentos por edades menores de 19 años.....	72
Conclusiones .....	73
Recomendaciones .....	74

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Datos Demográficos Del Cantón Pallatanga</i> .....	31
Tabla 2 <i>Nivel De Educación De Los Habitantes Del Cantón Pallatanga</i> .....	31
Tabla 3 <i>Sexo de los encuestados</i> .....	47
Tabla 4 <i>Edad de los encuestados</i> .....	48
Tabla 5 <i>Estado Civil</i> .....	48
Tabla 6 <i>Ocupación de los encuestados</i> .....	49
Tabla 7 <i>nivel de escolaridad</i> .....	49
Tabla 8 <i>ingreso mensual</i> .....	49
Tabla 9 <i>Medio de transporte para viajar</i> .....	50
Tabla 10 <i>época de viaje</i> .....	50
Tabla 11 <i>Frecuencia de viaje</i> .....	51
Tabla 12 <i>Días de estancia en el destino</i> .....	51
Tabla 13 <i>Acompañantes del viaje</i> .....	51
Tabla 14 <i>Número de personas que lo acompañan</i> .....	52
Tabla 15 <i>Visita al cantón Pallatanga</i> .....	52
Tabla 16 <i>Razón de la visita al cantón Pallatanga</i> .....	52
Tabla 17 <i>Conocimiento sobre las haciendas turísticas</i> .....	53
Tabla 18 <i>Actividades preferenciales a realizar en la hacienda</i> .....	53
Tabla 19 <i>Días posibles de estadía en la hacienda</i> .....	54
Tabla 20 <i>Interés de visita al cantón</i> .....	54
Tabla 21 <i>Gasto máximo en la hacienda por día por los servicios ofertados</i> .....	54
Tabla 22 <i>Información de las haciendas turísticas</i> .....	55
Tabla 23 <i>Redes de mayor uso</i> .....	55
Tabla 24 <i>Medio de contratación de paquete para la hacienda turística</i> .....	55
Tabla 25 <i>Costo del equipamiento y remodelación por área</i> .....	61
Tabla 26 <i>FODA cruzado</i> .....	62
Tabla 27 <i>Identificación de productos turístico</i> .....	65
Tabla 28 <i>Producto taller de elaboración de quesos artesanal</i> .....	66
Tabla 29 <i>Como tus ancestros</i> .....	67
Tabla 30 <i>Taller de cocina fresca</i> .....	68
Tabla 31 <i>Convivencia junto al ganado</i> .....	69

Tabla 32 *Estrategia establecida para cada producto turístico*..... 70

## Índice de Figuras

Figura 1 Componentes de un producto turístico .....	11
Figura 2 Hotel de la Finca del Café.....	15
Figura 3 Ruta del Tour del Café en la Finca.....	15
Figura 4 Comedor de Finca de Sura. ....	16
Figura 5 Adaptado de Finca Sura Costa Rica.....	17
Figura 6 Cava Bodega Benegas. ....	18
Figura 7 Finca La Encerrada.....	18
Figura 8 Adaptado de taller de chocolate 'from bean to bar'. ....	19
Figura 9 Adaptado de google maps Cantón Pallatanga .....	27
Figura 10 Equipamiento energía pública.....	29
Figura 11 Chanco al horno .....	30
Figura 12 Plato de hornado .....	30
Figura 13 Parque acuático de Pallatanga .....	31
Figura 14 garita de entrada a la urbanización del valle.....	34
Figura 15 Portón de entrada a la hacienda .....	35
Figura 16 Casa de los cuidadores de la hacienda. ....	35
Figura 17 Casa principal de la hacienda .....	35
Figura 18 Campo de césped de la hacienda.....	36
Figura 19 Plantaciones de tomate de árbol y limón.....	37
Figura 20 Nacimiento de un ternero .....	38
Figura 21 Estanque de tilapias grandes .....	38
Figura 22 Croquis actual de la hacienda .....	57
Figura 23 Ubicación de parqueadero para la hacienda .....	58
Figura 24 Recepción renovada.....	59
Figura 25 Reformas de la cocina-comedor de la casa principal .....	60
Figura 26 Espacio cocina abierta .....	60



## **Resumen**

El agroturismo es un tipo de turismo el cual, en Ecuador, no tiene el desarrollo o implementación que se esperaría de un país dedicado a la agricultura, considerando que es una posibilidad para que los pequeños productores generen fuentes de ingresos continuando con sus actividades habituales. Por lo que el presente trabajo se enfocó en el diseño de un producto agroturístico para la hacienda Haro ubicada en el cantón Pallatanga de la provincia de Riobamba, para lo cual se realizó un análisis situacional del cantón Pallatanga basados en los componentes del sistema turístico además de contar con el análisis de la hacienda mediante los elementos que componen un atractivo turístico. Esa información proporcionó una base con la cual trabajar, asimismo las encuestas complementaron la información para el diseño del producto agroturístico basado en las preferencias de los encuestados, adecuando los espacios en la hacienda y creando subproductos que sean capaces de prosperar en este ambiente. Del mismo modo se propusieron estrategias que permitirán al producto trascender y perdurar en el tiempo.

*Palabras Clave: agroturismo, producto agroturístico, Pallatanga, Sistema turísticos*

## **Abstract**

Agrotourism is a type of tourism, which in Ecuador does not have the development or implementation that would be expected in a country dedicated to agriculture. Considering that it is a possibility for small producers to generate sources of income while continuing with their usual activities. Therefore, this study focused on the design of an agro-tourism product for the Haro farm located in the Pallatanga canton of the province of Riobamba. For this purpose, a situational analysis of the Pallatanga canton was carried out based on the components of the tourism system, in addition to the analysis of the farm through the elements that make up a tourist attraction. This information provided a basis with which to work, and the surveys complemented the information for the design of an agro-tourism product based on the preferences of the respondents, adapting the spaces on the farm and creating by-products that are able to thrive in this environment. Strategies were also proposed that will allow the product to transcend and endure over time.

**Keywords:** *agrotourism, agrotourism product, agrotourism product, Pallatanga, Tourism systems*

## Introducción

El año 2020 trajo consigo cambios inimaginables afectando a la población mundial en todos los ámbitos. Wuhan, el 22 de enero del 2020 cerró sus aeropuertos, con ello el ingreso a sus fronteras limitándose a la humanidad, así daría inicio una consternación donde el mundo el cual estaba acostumbrado a un ritmo de vida acelerado, un estilo de vida al límite y el uso imparable de recursos, se vio obligado a detenerse. El confinamiento y la restricción de movilidad mostraron la fragilidad de la economía de varios países perjudicando a los estratos sociales más vulnerables.

En Ecuador, a un año y medio de esta crisis sanitaria, el 2021 inició con una considerable reducción de restricciones que han facilitado la movilidad progresiva para retornar a los lugares de trabajo, reabrir negocios y reactivar el turismo. Para ingresar al país se deberá presentar el carnet de vacunación de 14 días de vigencia, si el pasajero no consta con ello se le hará válida la prueba PCR 72 horas previo al vuelo, además del uso de mascarilla y protección de bioseguridad requerida en el aeropuerto.

Por otra parte, dentro del país se eliminó la restricción vehicular por placa, las restricciones en el horario laboral, así como el porcentaje de aforo requerido en varios establecimientos fue modificado permitiendo en el área de alimentos y bebidas hasta el 75% de clientela en los locales. Las normas de bioseguridad se siguen aplicando en espacios cerrados, en cambio, en los espacios abiertos, sin estructuras alrededor para uso público, las personas se retiran las mascarillas al conocer que existe una menor probabilidad de contagio en estas zonas.

El turismo en Ecuador se ha ido reactivando gracias a la ágil vacunación establecida por el gobierno y motivando el turismo mediante los días de feriado o descanso. Previo a la pandemia el turismo de naturaleza tomó relevancia e importancia en su estudio y dentro de las formas de turismo a promover, pero no era de las actividades preferidas como el turismo de sol y playa; no obstante, el temor al contagio y contacto cercano con las personas hizo que se generara una alta demanda por los espacios poco concurrido.

“Las provincias con mayor ocupación turística fueron Azuay, Napo y Pastaza, cada una con un 54%” durante el feriado del 9 de octubre (Ministerio de Turismo, 2021). De modo que la afluencia de turistas sea redirigida a varios espacios en el país, uno de ellos la región interandina, por su manejo en la oferta turística de sus atractivos más reconocidos enfocados en el turista interno, la seguridad que se debería ofertar para el descanso del visitante. El Ministerio de Turismo (2021) lanzó el ENTUR 2021 (Encuentro Nacional de Turismo Interno), buscando repotenciar la cadena de valor turística del país, haciendo uso de la promoción y la presentación de destinos y nuevos productos turísticos teniendo como sede a la Provincia de Chimborazo, aprovechando la oportunidad el Presidente del Comité de Gestión Turística de Chimborazo Luis Falconí, para lanzar la campaña “Chimborazo tu destino” (Ministerio de Turismo, 2021).

El representante de la Asociación de Haciendas y Turismo Rural Jaime Arturo Pallares, menciona que las personas “Buscan estar en contacto con el aire puro, con la naturaleza, con el silencio, con la luz de la montaña, con los atardeceres, con los animales... con mejorar la calidad de vida” (2021), y llevan a la implementación del mes de las Haciendas y el Turismo Rural declarado en agosto por el Ministerio de Turismo con ello “promover la ruralidad a través de una campaña, en el marco de “Me Quedo en Ecuador”, para incentivar el turismo interno a las zonas rurales, que brindan nuevas opciones de experiencias a los viajeros” (2021), instruyendo al turista las actividades que desarrollan en esa comunidad como base económica.

Así el Ministerio de Turismo diseña la Ruta de las Haciendas a más de 3200 metros por su ubicación principalmente en la Sierra Ecuatoriana atravesando la vía Panamericana con dirección a Machachi, algunas a mencionar son Hacienda La Alegría, Sierra Alisos, Hotel de campo, Hacienda El Rejo, Hostería PapaGayo. Una hacienda turística da la posibilidad para que el turista se puede relajar, desconectarse del mundo y de todo lo acontecido durante esta alerta de salud mundial, por lo cual, las haciendas turísticas se han vuelto populares como destino, pues permite el descanso, la diversión y el aprendizaje de varias actividades en un solo espacio dándole la confianza necesaria y disfrutando del destino.

En el cantón Pallatanga existen varios Atractivos Turísticos como El mirador la Cocha, la Cascada San Rafael, El Rio Pangor, Senderos como la Tigrera, Santa Ana y San Carlos; los cuales se encuentran en nivel de jerarquización I, II o hasta recursos. Sin llegar a su totalidad como Producto turístico tomando el concepto dado por la OMT es:

El producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que, de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes. (2008, s. p.)

Por lo que proponer incorporar una Hacienda Turística permite ampliar la oferta de productos turísticos e incluir un establecimiento de categorización no aprovechado en el cantón Pallatanga. Por este motivo se desea incorporar a la oferta turística una hacienda turística en la región interandina considerando el aumento de preferencia en su selección por los turistas.

El proyecto busca motivar el turismo del cantón Pallatanga para llegar a ser un destino, no solo una vía de paso hacia la sierra ecuatoriana, así permitirá abrir un abanico de posibilidades al cantón en el cual se desarrolla, la región en la que se encuentra y al país que está concibiendo la reactivación turística como una realidad por lo que es correcto preguntar. ¿Cuáles son los parámetros que debe cumplir la Hacienda Haro del cantón Pallatanga para convertirse en un producto de agroturismo?

## **Objetivo general**

Desarrollar un diagnóstico turístico para la Hacienda Haro del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo mediante el método DEP (DAFO y Delphi) para identificar la propuesta de valor para el diseño de un producto de agroturismo.

## **Objetivos específicos**

- Revisar el marco teórico referencial del agroturismo para identificar los elementos que deben estar presentes en el diseño de un producto agroturístico.
- Realizar un análisis situacional de la hacienda para evaluar su potencial como producto agroturístico.
- Examinar el perfil del consumidor mediante un análisis del mercado por medio de encuestas para identificar sus preferencias y gustos en relación a las actividades y servicios en haciendas turísticas.
- Diseñar un producto agroturístico adaptado a los gustos del consumidor y la estructura de la hacienda para ser ofertado turísticamente.

## Justificación

Con el 2021 en curso, el uso del tiempo libre para visitar o disfrutar en espacios abiertos donde el contacto con la naturaleza fuera lo primero en tener, es una de las ventajas para facilitar la interacción reduciendo el contacto producto de la aglomeración. Los destinos naturales que incluyen las haciendas turísticas como la hacienda La Danesa, hacienda San Francisco, Bodega dos hemisferios, han atraído a los turistas gracias a sus paisajes, su oferta variada y principalmente su apertura en la naturaleza.

Viendo este auge y resurgimiento que está tomando el turismo se considera como una oportunidad de negocio la adecuación de la hacienda Haro para presentar a los visitantes un servicio turístico con enfoque agroturista motivando las experiencias del aprendizaje de la producción de variedades de queso y de las diferentes actividades a realizar en el campo.

El cantón Pallatanga es considerado una ruta de paso, para acceder a otros sitios turísticos de la región interandina, por lo que ha tenido desde hace 10 años cambios en su imagen para motivar al turista a quedarse y que consideren a Pallatanga como un lugar para pernoctar y consumir la variada oferta turística.

La adición de una nueva oferta turística permitirá generar actividad económica para el sector ya que los visitantes de la hacienda, además de consumir el servicio que se entregará en la hacienda, se unirán a las actividades disponibles a su alrededor, brindando oportunidades de mejora en la calidad de vida y demostrar las actividades agrícolas que se realizan, dando la posibilidad de vivir del sector turístico.

La hacienda Haro para estar en funcionamiento requerirá de la contratación de personas de la comunidad, al ser ellos quienes mejor conocen las técnicas y conocimiento agrícola, ganado y pesca para las diferentes actividades que se ofertaran en la hacienda, generando fuentes de empleo e ingresos para la comunidad local a quienes se los capacitará en temas de calidad de servicio cual hará más atractivo el destino.

En relación con el Plan Nacional de Turismo del 2030 sus objetivos se encuentran alineados con los objetivos de Desarrollo Sostenible dadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas, se encuentran centrados en el objetivo 8 el cual promueve el crecimiento económico sostenible e inclusivo, con lo que el turismo en Ecuador busca promover estas prácticas que generen valor de la cultura local y de los

productos locales, estas son características estarían presentes en los objetivos de la Hacienda Turística. Así también con el objetivo 12 cual garantiza las modalidades de consumo y producción sostenible, el Ministerio de Turismo explica que esto generaría para las 2030 posibilidades de empleo y prácticas productivas adecuadas en el turismo, en la hacienda toda actividad buscará la demostración correcta y que mayor representación del cantón convenga, para la cual la contratación de gente del cantón será lo ideal. De acuerdo a lo expuesto el Plan Nacional del Turismo 2030 ha sido considerado para el proyecto permitiendo que contribuya al objetivo establecido.

La línea de investigación de la carrera que se relaciona con el proyecto es desarrollo y crecimiento económico, pues además de que busca la sostenibilidad cultural manteniendo las tradiciones del cantón, la sostenibilidad económica es un eje a considerar pues la hacienda generara plazas de empleo, la creación de este espacio amplía la oferta turística y mayor enfoque al cantón permitiendo redistribuir la riqueza, trayendo consigo una mejora en la calidad de vida de las personas del cantón que desarrollan actividades relacionadas o vinculadas al turismo.



## Capítulo 1: Marcos De La Investigación

### Marco teórico

#### *El sistema turístico*

El desarrollo del tema está fundamentado en el Sistema Turístico y los componentes necesarios para generar un producto turístico atractivo por ello se debe definir que es un sistema turístico. Para Boullon es “El encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” (2006, p. 24). Este encuentro como lo define el autor, se genera por la existencia de una necesidad en el mercado turístico donde para satisfacer esa demanda se ofertan opciones que posiblemente superen sus ideales, con una estructura turística adecuada y eficiente para el desarrollo de la actividad. Mientras que otro autor (Molina, 1996) ve un sistema dinámico, en cual las experiencias que se dan en el espacio turístico son únicas y variables pues “El sistema turístico es abierto y relacionado con su medio ambiente” (p. 36)

En relación a la estructura o conformación del sistema turístico, éste “está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se interrelacionan e interactúan con el fin de alcanzar un objetivo común” (Molina, 1996, p. 28). Todas las partes que forman el sistema turístico cuentan con sus procesos y objetivos, considerando su efectividad aislados, como grupo promoviendo la elección por parte de las personas para vivir y repetir la experiencia.

Definido el concepto de Sistema Turístico es necesario comprender las partes que lo integran, en este caso se examinan los componentes que Molina detalla:

**Superestructura** Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes.

**Demanda** Está constituida por los turistas, los individuos en sí, y por sus necesidades físicas y espirituales.

Atractivos Son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico.

Equipamiento Comprende el conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan

Infraestructura Es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico.

Comunidad Receptora Está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos (1996, p. 38-39)

### ***Producto turístico***

La estructuración de un Producto Turístico efectivo y exitoso se da por la correcta interrelación que los componentes de sistema turísticos tienen, Nasimba y Cejas (2015) profundizan en estos conceptos otorgándoles categorías como recursos:

Recursos Naturales: aquellos asociados a la geografía y la ecología, como los relacionados con las playas, el mar, la costa, el clima, el sol, la orografía, las montañas, los ríos, la flora, la fauna. Recursos asociados al ocio: instalaciones existentes para la práctica de diferentes tipos de deportes. Recursos Culturales e históricos: monumentos arqueológicos, religiosos, museos, cascos antiguos, entre otros. Recursos para la celebración de Ferias, Congresos y Negocios. Elementos de infraestructura: se incluye toda la estructura y parques de transporte, como las de las líneas aéreas, marítimas, de carreteras. Alojamiento y restauración: instalaciones para el alojamiento y la alimentación, así como los elementos relacionados con ambos. Elementos complementarios: como bares, tabernas, cafés, instalaciones de divertimento, parques y jardines. (2015, p. 27)

Lo que se rescata de estos autores es la base del turismo, el recurso necesario que podría generar una motivación para desplazarse por parte del visitante, siendo naturales que ya se encontraban en este espacio o culturales construidos por el hombre. Todos estos atractivos respaldados por una infraestructura; ya sean los sitios para pernoctar, establecimientos de alimentos y bebidas o vías de acceso; que permita la ejecución del turismo de forma favorable.

Se desarrolló una metodología de diseño de producto turístico dado en etapas y con las actividades fundamentales este fue organizado en tablas por Cristina Nasimba y Magda Cejas.

En primer lugar, debemos generar ideas que permita sacar nuevas soluciones a lo que el turista aspira aplicando distintos métodos, técnicas y procedimientos. El tamizado de las ideas reduce las ideas planteadas menos viables y selecciona las alternativas más factibles. Luego abordar estrategias de marketing y análisis económico, un estudio de la Estrategia comercial, desarrollo del producto o el prototipo. Finalmente permitiendo el lanzamiento y comercialización midiendo la aceptación. (2015, p. 36-37)

En Ecuador para la estructuración de productos turísticos el Ministerio de Turismo brinda un documento explicando los componentes que son necesarios para que el atractivo se convierta en un producto de calidad que comercializar.

La Accesibilidad al atractivo: carreteras, estacionamientos, servicio de transporte públicos o privado, señaléticas de aproximación o ingreso al sitio. La Recepción e información tendrá: material informativo, punto de venta de tickets, servicios complementarios. Las facilidades tales como: baterías sanitarias limpias con sus respectivos accesorios, áreas de descanso, paneles de información, facilidades de acceso para personas con discapacidad. Un restaurante o cafetería esto dependerá del volumen de turistas y demanda,

dando un valor agregado al lugar. Una Tienda de recuerdos para cerrar el recorrido. El Talento Humano es el nivel de capacitación del personal para la atención al cliente. (2019, p.7-13).



*Figura 1* Componentes de un producto turístico. Adaptado de Componentes principales del producto turístico con base a un atractivo turístico, Ministerio de Turismo, 2019.

### ***Turismo rural***

Al tener los aspectos más amplios del turismo definidos es adecuado continuar con la línea del trabajo definiendo el turismo rural pues es donde se asentará el proyecto, se define como un:

Tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (OMT, s.f)

Este tipo de turismo se desenvuelve en la naturaleza o áreas alejadas de lo urbanístico. Castrillón aporta al concepto detallando que el turismo rural se da:

En los procesos productivos o en la expresión de la cotidianidad de los grupos sociales mediando prácticas ancestrales para la generación de manifestaciones que reafirman su identidad -artesañías, ritos, medicina tradicional, entre otras-,

y que pueden convertirse en un producto turístico altamente motivador para determinado segmento del mercado. (2010, p.295)

Reflexionando sobre lo aportado por estos dos autores es conveniente traer a la conversación el Turismo Sostenible pues como Pérez De las Heras indica es: “aquél que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro” (2008, p.22). Las actividades turísticas tienen un impacto en la naturaleza, dependiendo del control que se tenga será controlado o en casos indeseables negativos, deteriorando el destino. Una de las principales búsquedas con el turismo rural es cuidar el espacio donde se da la actividad sin impactar tanto en esta.

### **Agroturismo**

Dentro del Turismo Rural se encuentra el agroturismo que Budowski (2001) lo define como “la actividad que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los diferentes procesos de producción en las actividades agropecuarios y agrícolas, terminando el recorrido con una degustación de todo lo visto” y Andrade y Ullauri concluyeron que el Agroturismo es:

La práctica desarrollada en el área rural de un territorio determinado, en la cual el agricultor ofrece servicios de alojamiento y alimentación, pudiendo estar complementado por otras actividades. El visitante o turista puede participar activamente de las tareas del campesino o ser mero espectador. (2015, p. 1200)

Las concordancias entre los autores de que esta actividad es motivada por la participación de los turistas en la realización de las actividades que día a día los habitantes de la zona desempeñan. Buscan experiencias más reales en actividades como lo son la ganadería, agricultura, acuicultura y pesca. Estas actividades están sujetas al lugar que se esté enfocada la oferta turística.

El Ministerio de Turismo (2016) en su Reglamento de Alojamientos Turísticos cataloga como Hacienda Turística estos espacios destinados al agroturismo:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. (p.9)

Cuentan con características diferenciadores frente a otras ofertas turísticas y alojamientos previstos pues además de generar recursos como el alojamiento y la alimentación, su principal objetivo será “la venta directa de los productos o de artesanías o la prestación de servicios como alquiler de caballos, guías, prácticas de siembras o cosechas, pesca o preparación de alimentos entre muchos otros” (Vinasco, 2017, p. 104).

La tendencia de ser partícipe en la elaboración de aquello que adquiere o de la experiencia que podría solo ser espectador proviene de un estudio realizado por el Ministerio de Turismo el cual indica que “menos, es más, los consumidores están rechazando los productos genéricos y fabricados en masa. Ahora buscan productos hiper-locales, artesanales, eco-friendly y que tengan cierto estatus” (2019, p.3) y son más conscientes del consumismo y de aquellos ingredientes en su dieta diaria por lo que ver estos procesos les resulta interesantes para invertir en un producto turístico con estas características. De ese mismo reporte se tiene las experiencias más demandadas son seis:

Experiencias únicas, donde los turistas quieren ser los primeros en explorar destinos exóticos; Tours ecológicos, que son altamente preferidos a destinos que reflejen no tener una causa aparente; Experiencias locales, que identifica a turistas que quieren vivir como residentes locales en términos de comida, vivencias, entre otros; Aventuras; Tours y actividades de varios días; Destinos que reflejen una herencia cultural fuerte. (Ministerio de Turismo, 2019, p.5)

En definitiva, se puede rescatar del marco teórico cada aspecto detallado, desde el sistema turístico siendo un conjunto de varias piezas que se completaran para que al momento de ejecutarse el sistema funcione de la manera adecuada, aportando una grata

experiencia al turista, resaltando así la importancia de cada una de las partes que lo componen y a su vez que los determina como tales. Para adentrarse a conocer sobre el agroturismo y cuál será el tipo de turismo que se trabaja en el proyecto, se considera importante para el diseño de la propuesta basarse en los requerimientos principales necesarios para la implementación de este tipo de proyecto. Esto beneficia al direccionamiento de lo que se realizara en el proyecto, además de que la información previamente recolectada da mayor comprensión del área que se trabaja y se aportara.

## **Marco referencial**

### ***Finca del Café en Santa Rosa de Cabal, Colombia***

La finca del café se encuentra en Santa Rosa de Cabal, Risaralda en Colombia. Dentro del área declarada Patrimonio de la Humanidad "Paisaje Cultural Cafetero", a 20 minutos de las aguas Termales de Santa Rosa de Cabal, 30 minutos del Aeropuerto Internacional Matecaña de la ciudad de Pereira y 45 minutos del Aeropuerto La Nubia de la ciudad de Manizales. Esta finca ofrece el servicio de hospedaje con ello varias actividades que se pueden realizar dentro la principal es su "coffee tour" impartida en una finca productiva del paisaje cafetero, donde se conocerá todo el proceso a llevar para obtener un café sostenible. Además, la enseñanza de los métodos de filtrado y preparación del café.

Esta finca se enfoca en la producción por lo que al momento de la visita varios de los productores y trabajadores de la misma se encuentren cumpliendo sus actividades, quienes junto a los guías especializados dan la información del café cumpliendo con el talento humano que será necesario para la actividad. Cuenta con hospedaje adecuado a la temática, con 8 habitaciones cada una con las facilidades y equipamiento requerido para el agroturismo. Ofrecen varias experiencias y dimensiones en el mismo espacio para que varias personas puedan convivir esperando que las necesidades y expectativas sean cumplidas. Pues si no pudieran estar en el recorrido, pueden asistir a talleres que brindan en la finca tanto de café como de cocina.



Figura 2. Hotel de la Finca del Café. Adaptado de Finca del Café, Instagram Finca del Café, 2021, <https://www.instagram.com/p/CVagpmfrC2V/>.



Figura 3. Ruta del Tour del Café en la Finca. Adaptado de Ruta del tour del Café, Finca del Café, 2021, <https://fincadelcafe.com/coffee-tour/>



## ***Finca Surá en Sarapiquí, Costa Rica***

Esta es una granja orgánica de gestión familiar en Sarapiquí, Costa Rica. En esta finca se cultiva, cosecha y procesa la vainilla, el pimiento, el cacao y la piña como principal producción, desde su punto inicial hasta su elaboración final de cada producto. Mediante un paseo por la plantación de piñas con la bromelia se da la explicación de cada uno de estos además las etapas de crecimiento hasta su cosecha. Luego del recorrido los dueños de la plantación orgánica pueden preparar un almuerzo con lo recolectado.

El origen de la Finca es de un proyecto de Turismo Rural Comunitario del cual participan 5 familias las cuales se encargan de la atención a los visitantes, la producción que se realizan en esta finca siendo su producto estrella la producción de piña. Aquí se realiza un tour donde se presenta las actividades que realizan desde tomar caña de azúcar hasta plantar una piña si es que el turista lo desea. Este tour presenta una dificultad media por el espacio donde se desarrolla y este lugar busca que las personas conozcan como hacen sus trabajos y de que viven.



*Figura 4.* Comedor de Finca de Sura. Adaptado de Finca Sura Costa Rica, Tripadvisor, 2019. [https://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g1993188-d12794006-ReviewsFinca\\_SuraPuerto\\_Viejo\\_de\\_Sarapiqui\\_Sarapiqui\\_Province\\_of\\_Heredia.html](https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g1993188-d12794006-ReviewsFinca_SuraPuerto_Viejo_de_Sarapiqui_Sarapiqui_Province_of_Heredia.html)



*Figura 5.* Adaptado de Finca Sura Costa Rica. Adaptado de Tripadvisor, 2019, [https://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g1993188-d12794006-Reviews-Finca\\_Sura-Puerto\\_Viejo\\_de\\_Sarapiqui\\_Sarapiqui\\_Province\\_of\\_Heredia.html](https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g1993188-d12794006-Reviews-Finca_Sura-Puerto_Viejo_de_Sarapiqui_Sarapiqui_Province_of_Heredia.html)

### ***Bodegas Benegas en Mendoza, Argentina.***

Ubicados en Luján de Cuyo, Mendoza, Argentina. Se oferta un recorrido por la bodega y sus orígenes, desde los inicios de Don Tiburcio, hasta la reconstrucción de la edificación histórica donde se encuentra Bodega Benegas, seguido de una degustación de una selección de los vinos más emblemáticos de su producción, en la cava rodeada de paredes de piedra de más de 100 años.

Esta finca inicialmente solo se dedicaba a la producción de vinos, con el paso del tiempo el interés de sus allegados les motivo a ir a la finca y con ellos la familia de Tiburcio daba una explicación del vino y todo lo que sabían del tema gracias a su continuo trabajo. Así más personas se sumaron a estos recorridos aportando económicamente y con esto adecuar el lugar las vistas, baños, entradas, caminos todo lo que corresponde a infraestructura para su funcionamiento turístico.



*Figura 6.* Cava Bodega Benegas. Adaptado de Experiencia Mendoza, benegaswinery, 2019, <https://benegaswinery.com/mendoza/>



*Figura 7.* Finca La Encerrada. Adaptado de Experiencia Mendoza, benegaswinery, 2019, <https://benegaswinery.com/vinedos/#1612383364169-55dc6e3b-e822>

### ***Hacienda Danesa en Bucay, Ecuador.***

Se encuentra ubicada a 1 hora en auto de Guayaquil entre Naranjito y Bucay. Esta es accesible desde la carretera principal, en tren o helicóptero. Helee Olsen-Friis, de Copenhague, se trasladó a Ecuador después de la Segunda Guerra Mundial se unió a Pilar Pons y adquirió una propiedad de 500 hectáreas hoy llamada Hacienda La Danesa. En 1977, la hacienda fue heredada por Niels Olsen Pons y Sonia Peet; disfrutaron con sus 3 hijos durante 25 años este espacio hasta que Niels Jr. abrió las puertas de su casa de campo a un número limitado de invitados.

Hacienda La Danesa es también una granja lechera tradicional que produce alrededor de 2000 litros de leche por día y produce queso fresco para sus huéspedes todas las mañanas. También cultiva plantaciones de teca y cría caballos cuarto pintos. Incluido en la visita está: andar en bicicleta, tubing en río, ordeñando en los jardines, experiencia de cacao, caminatas, degustación de producto. Ofrece varios talleres adicionales como lo son taller chocolatero, de cocina e inmersión apícola



*Figura 8.* Adaptado de taller de chocolate 'from bean to bar'. Adaptado de: Hacienda La Danesa, 2020, <https://www.haciendaladanesa.com/experiences/from-bean-to-bar/>

Todas las haciendas que se han considerado en el proyecto como referencia tiene su particularidad que su fin inicial, no era turístico pues estas se encontraban generando para el sector productivo así contribuir a sus ingresos y sustentar su economía familiar. Con el tiempo estos lugares fueron visitados por familiares o invitados de los dueños de las haciendas, dando opiniones de que resultaba interesante el conocer sobre estas prácticas agrícolas y que más personas deberían verlo. Así con el tiempo personas iban visitando estos lugares y de forma natural se iba dando esta unión con el turismo sin que los dueños de las haciendas lo tuvieran como principal

actividad. Luego de que iban adecuando las instalaciones y planificando actividades que involucren las haciendas generaron una oportunidad de negocio que funciona en algunos casos, paralelamente a su producción de productos. Resultando así en una práctica adecuada la transformación de las haciendas familiares en ofertas turísticas atrayentes al público.

## **Marco conceptual**

### ***Agroturismo***

“Actividades se desarrollan en explotaciones agropecuarias, granjas o fincas de pequeño-medio tamaño, dónde el turismo no es la actividad económica principal de las personas prestadoras del servicio, sino que supone un ingreso extra” (Izcara, 2020).

### ***Atractivos turísticos***

“Son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico” (Molina, 1996).

### ***Demanda turística***

“Total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y los ingresos que generan” (Boullon, 2016, p.32).

### ***Ecoturismo***

“Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales y genera beneficios económicos” (OMT,2002).

### ***Facilidades turísticas***

“Es un elemento espacial de complemento y apoyo, cuyo objetivo es dotar con infraestructura y equipamiento al destino turístico, a fin de reforzar la experiencia turística del público objetivo, minimizar el impacto ambiental y convertirlo en un producto competitivo” (MINTUR, 2014)

### ***Hacienda***

“Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados” (MINTUR, 2016)

### ***Infraestructura desde hacienda***

“Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación” (Varisco, 2013, p.68).

### ***Oferta turística***

“La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico” (Boullon, 2016, p.36-37).

### ***Superestructura desde hacienda***

“Integrada por organismos públicos, privados y del sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema. Públicos como Organismos Municipales de Turismo, jurisdicciones provinciales y nacionales, Secretarías de Cultura. El privado instituciones como Asociaciones de Hoteles, Agencias de Viajes, Empresas de Transportes” (Varisco, 2013, p.68-69).

### ***Turismo***

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2008).

### ***Turismo rural***

“Tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (OMT, s. f.).

## Marco legal

Los artículos de La Ley de Turismo que sustentan el proyecto son las siguientes:

Art. 42.- Actividades turísticas. - Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

a) Alojamiento;

b) Servicio de alimentos y bebidas;

c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se

considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones. (2004, p.10)

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin



alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (2004, p.11)

En el Reglamento de Alojamiento Turístico se toma el artículo 12 que se refiere a las Haciendas Turísticas que indican:

Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (2018, p. 9)

Considerando que se debe tener un espacio de alimentos y bebidas se debe incluir artículos del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas como lo son:

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca
- e) Establecimiento móvil
- f) Plazas de comida

g) Servicio de Catering

a) Cafetería: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. (2018, p. 7-8)

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;

b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría. (2018, p.10)

## Capítulo 2: Diagnóstico Turístico

### Generalidades del cantón Pallatanga

Pallatanga consta como uno de los 10 cantones de la provincia de Chimborazo. Su creación corresponde al 13 de mayo de 1986, con una extensión de 377 kilómetros cuadrados. Su cabecera cantonal posee el mismo nombre Pallatanga. Los límites del cantón Pallatanga son al Norte, con el Cantón Colta; al Sur, con el cantón Alausí; en el punto cardinal del Este se encuentra el cantón Guamote y por último tenemos el Oeste encontrándonos con el Río Chimbo separándolo de la Provincia de Bolívar

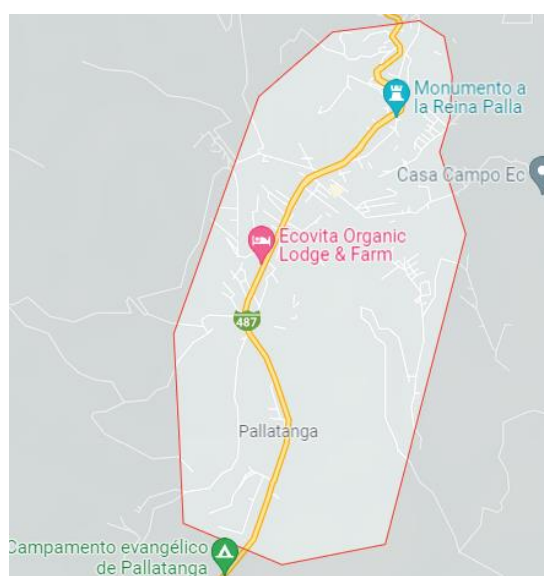


Figura 9. Adaptado de google maps Cantón Pallatanga Adaptado de: Google Maps Cantón Pallatanga, 2022.

### *Superestructura*

A nivel de cantón existen varias instituciones que permiten el progreso en las diferentes áreas que genera Pallatanga, más por el enfoque agroturístico que se requirió del proyecto, solo se tomaron datos que tenga alcance a esta área. Por lo que conoce que el GAD municipal de Pallatanga en su “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial” correspondiente a la administración del 2019-2023 propone programas de reactivación turística además de la feria agropecuaria el cual como propuesta que se alinea con el agroturismo es el desarrollo de la feria turística en el recientemente inaugurado parque acuático. Algunas de las organizaciones que aportan al sector

agroturístico con su manejo son el Consejo cantonal de GADMP, Consejo de planificación cantonal, Gestión de planificación y proyectos.

### ***Infraestructura***

El cantón cuenta con vías de acceso internas y externas de tercer orden, pues su flujo de carros es menor de 150 al día y son para conexión con otras vías de segundo orden, las cuales en época de verano se encuentran en correcto estado mientras que el 56% que son de tierra o lastradas sufren por el mal tiempo del invierno. En lo que corresponde al transporte dentro del cantón para uso de los ciudadanos o usuarios están los taxis convencionales, con dos compañías diferentes. Además de dos cooperativas de carga liviana. Pallatanga no cuenta con terminal terrestre para recibir a los pasajeros inter cantonales, al llegar ellos piden que los conductores se detengan en la vía panamericana dependiendo del lugar estratégico que tengan y así llegar a su destino.

En las comunicaciones el servicio telefónico lo abarcan cuatro compañías diferentes Claro, Movistar, CNT y Tuenti. Sus sedes se encuentran en Riobamba por lo que para realizar algún tipo de trámite presencial se debe movilizar a el mismo. Cuenta con dos lugares que prestan servicio de cabinas telefónicas de estas cuatro compañías. En el caso de cibercafés existen tres lugares que ofertan el servicio de internet a los clientes que lo requieran junto a eso disponen de snacks, bebidas de cafeterías en los establecimientos.

En el aspecto de sanidad un estudio del equipo técnico del GADMP indica que un 82,3% de las viviendas cuentan con red pública sanitaria además cuentan con una red de alcantarillado en el cantón de 15km de esta la mayoría pertenece al área urbana del cantón mientras que el área rural hace uso del pozo ciego. La recolección de residuos sólidos se la realiza dos días a la semana en el área urbana.

Hay un centro de salud tipo B con atención al público en horario fijo de 08h00 – 20h00, mientras que la atención por emergencias es de 24 horas. Sus dos gasolineras funcionan 24 horas ubicadas en la vía panamericana.

La energía eléctrica con la que cuentan las viviendas del cantón Pallatanga proviene de la empresa eléctrica Riobamba según datos presentados en el “Plan de desarrollo Y Ordenamiento Territorial” un 94,7% de las viviendas ubicadas en el cantón tienen acceso a la energía eléctrica. Su cobertura de luminarias y energía pública es amplia.

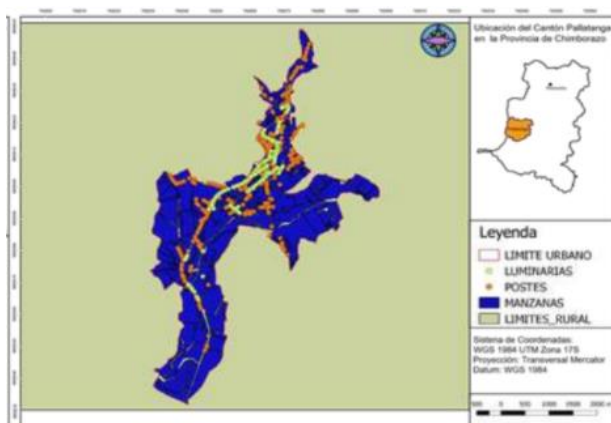


Figura 10. Equipamiento energía pública. Adaptado del Plan de desarrollo Y Ordenamiento Territorial. 2019.

### ***Oferta turística***

Parte de la oferta turística que presenta el cantón Pallatanga son los Alojamientos, en este poblado solo existen dos categorías de este sector hosterías y hostales. Las hosterías están conformadas por El Pedregal, Ecovita Organic, Milliguayco, El Valle. Mientras que los hostales son las Melita, La Primavera, Midway, Mi Chanita.

En el área de la alimentación la gran mayoría de los establecimientos están asentados en la Panamericana, la vía principal del cantón el cual lo cruza y dirige a Riobamba, para receptar los turistas hacia otros destinos. Muchos de estos basan su carta en la venta de fritada, hornado, empanadas de viento, choclo con queso, batidos, jugos y aguas. Solo tres de estos establecimientos son categorizadas como cafeterías, las cuales tiene sus locales cerca al municipio del cantón.



*Figura 11.* Chanchito al horno Nota. Se horna en el horno de leña.



*Figura 12.* Plato de hornado. Nota. Chanchito, mote, salsa de cebolla y salsa de maní

Como esparcimiento una de las recientes obras realizada en el 2019 es un parque acuático con piscinas con olas, zona de spa, canchas deportivas múltiples este es considerado el más apto pues cumple con la infraestructura necesaria para los visitantes. Las agencias bancarias con las que cuenta Pallatanga son 4 siendo las de mayor reconocimiento a nivel nacional el Banco del pacífico, BanEcuador, Produbanco y el Banco de Guayaquil con sus respectivos cajeros automáticos



*Figura 13.* Parque acuático de Pallatanga. Adaptado del acto de inauguración del parque acuático de Pallatanga, Banco de Desarrollo del Ecuador, 2011.

### ***La comunidad receptora***

El cantón Pallatanga tiene 12.368 habitantes, de los cuales 8.282 pertenecen al área rural y 4.085 son del área urbana. De esta población 6.242 son hombres y 6.242 son mujeres. En su mayoría se identifican como mestizos en un 65,25% mientras que el 30,87% se consideran indígenas.

Tabla 1

#### *Datos Demográficos Del Cantón Pallatanga*

Indicadores	Rural	Urbano	Total
Mujeres	4110	2132	6242
Hombres	4173	1953	6126
Total	8283	4085	12368

Tabla 2

#### *Nivel De Educación De Los Habitantes Del Cantón Pallatanga*

Indicadores	Rural		Urbano	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Educación básica	90,73%	90,27%	94,73%	95,06%
Bachillerato	33,40%	30,54%	55,71%	66,86%
Educación superior	5,79%	7,87%	17,65%	21,56%



Los habitantes del cantón en un alto porcentaje mayor o igual del 90% han recibido una educación de nivel básico, seguido de ello este porcentaje decrece al constatar si los habitantes cuentan con un bachillerato presentando porcentajes mínimos del 30% en el caso de la ruralidad y del 55% en el área urbana, llegando a la educación superior y el área rural presenta los valores más bajos con un porcentaje del 7% como el más alto para las mujeres y en el área urbana las mujeres también tienen el valor más alto con un 21%.

Cabe resaltar que la tasa de analfabetismo en el cantón es de 18,56%. Siendo un punto a considerar junto a el nivel de deserción del cantón del 1,78% esto en su mayoría por el cierre de escuelas en el área rural, los estudiantes al no encontrar escuelas cercanas o medios de transportes que le permitan llegar a estas nuevas instituciones deciden no continuar con sus estudios.

La actividad económica que realiza el cantón Pallatanga se basa en lo agropecuario. Siendo los principales productos agrícolas el tomate riñón, papa, maíz y frejol. En cuanto a lo pecuario tiene su enfoque en los pequeños productores, los cuales no tienen personal contratado para ordeñar, envasar y distribuir la leche para su procesamiento en quesos, en su lugar los miembros de la familia trabajan realizando esas tareas. La actividad más rentable que se desarrolla en el cantón es la comercial, seguida por el alojamiento y servicio de alimentos.

### ***Atractivos turísticos***

Con respecto a los atractivos turísticos uno de ellos es la Ruta San Jorge es el conjunto de 3 senderos: San Jorge Bajo, Guangashi –La Tigra y Chazasal, los cuales comprenden diferentes niveles de dificultad, cada sendero llega a una cascada la cual lleva el mismo nombre del sendero. Al llegar a estas cascadas puede refrescarse con las aguas de esta. Durante todo este trayecto podrá ver la vegetación predominante del cantón y el desarrollo de la actividad agrícola en los alrededores.

Uno de los atractivos característicos culturales es el Monumento a la Reina Palla, ubicado en la cabecera cantonal, una mujer fusionada con una mazorca dejando claro que el cantón se dedica a la agricultura y es un lugar que ha sido liderado por las mujeres en las diferentes actividades. Parte de los diferentes atractivos que tiene el cantón es la gastronomía el cual además del hornado y las empanadas de viento, las

Tortillas de papa china; su principal producto agrícola; es un platillo que debe ser consumido en el paso por el cantón. Hechas en fogón de forma artesanal rescatando sus raíces, junto a una taza de café.

### ***La demanda***

La demanda en la provincia Chimborazo tiene preferencia para visitar la reserva de producción faunística de Chimborazo, seguido por la ruta del tren y en tercer lugar el Parque Nacional Shangay. Estas actividades frecuentemente las desarrollan en época de carnaval o feriado. La demanda que visita el cantón Pallatanga está conformada principalmente de Riobamba, Guayaquil, Quito, Santo Domingo, Cuenca, estos visitantes se enfocan en el servicio de alimentos y bebidas que ofrece el cantón en su mayoría y en un menor porcentaje al alojamiento y actividades de naturaleza.

### **Diagnostico turístico de la Hacienda Haro**

En la hacienda Haro se realizó un diagnóstico turístico para determinar aquellos factores con los que cuenta, siendo un atractivo. Para el análisis se tomó de referencia los componentes que un producto turístico debe tener propuesto por el Ministerio de turismo (2019), dado en su manual de estructuración de productos turísticos en base a un atractivo.

### ***Accesibilidad parqueadero y transporte***

Como uno de los puntos a considerar es la accesibilidad que tiene la hacienda esta se ubica en los límites del cantón para ingresar, junto a la hostería Del Valle, vía a Riobamba. La hacienda se encuentra a una distancia de 4km hasta el parque central de Pallatanga, es decir solo a seis minutos en vehículo. La vía de acceso de la hacienda es de tierra por lo que en época de lluvia presenta baches y hundimientos en su recorrido. Cuenta con un portón y letrero que da la bienvenida a este sector donde se encuentra la Hacienda, se ingresa por este tomando el camino de la izquierda se continua hasta la última Hacienda ubicada la cual presenta un portal junto a una caseta del cuidador.



*Figura 14.* Garita de entrada a la urbanización del valle Nota. Entrada general de todos los residentes y visitantes

El parqueadero que la hacienda actualmente cuenta, es dentro de las instalaciones y solo permite el parqueo de dos autos. Mientras que en los exteriores se cuenta con un terrero el cual puede ser usado para el arribo de los turistas y parqueo de autos de los mismo.

Como medio para llegar a la hacienda se presenta el auto propio con una duración de 2 horas de viaje mientras que un bus interprovincial de la cooperativa Chimborazo o la cooperativa de transporte Colta, ambos viajes con duración de 3 horas del cual al ver el letrero Del Valle deberá bajarse del transporte e ingresar a pie con una caminata de 10 minutos hasta la entrada de la hacienda.

### ***Recepción, información, servicios***

La Hacienda Haro no cuenta con una recepción para el turista, al momento de la llegada existe una casa que es habitada por los cuidadores quienes son los que reciben a los visitantes o dueños de la hacienda. Por aquello la información acerca de la hacienda es brindada por ellos y no presentan algún tipo de servicio a los visitantes como lockers, venta de tickets ni bombas sanitarias.



*Figura 15.* Portón de entrada a la hacienda Nota. Los cuidadores cumplen la función de guardianes, la puerta se mantiene abierta.



*Figura 16.* Casa de los cuidadores de la hacienda. Nota. Casa con 2 cuartos y 1 baño ocupada por los cuidadores de la hacienda

### ***Facilidades y accesibilidad***

Como facilidades que cuenta la hacienda, son las baterías sanitarias una fuera de la casa donde se alojan los dueños y cuatro dentro del alojamiento. Ninguno de estos cuenta con lo necesario para satisfacer las necesidades de personas con discapacidades.



*Figura 17.* Casa principal de la hacienda. Nota. La casa cuenta con 5 habitaciones y 4 baños.

Para descansar cuentan con dos espacios ideales para sentarse en la zona de pesca que tiene la Hacienda incorporada. La hacienda no está adecuada para personas con discapacidad.



*Figura 18.* Campo de césped de la hacienda. Nota. Cancha junto a la casa.

### ***Restaurante, cafetería y snack***

La hacienda Haro es un espacio familiar en la actualidad por lo que no cuenta con restaurante ni cafetería. Pero cuenta con un área externa para cocinar ocupado para la producción de quesos, hornado y humitas, otro espacio para asados y la cocina que pertenece a la infraestructura del alojamiento el cual es ocupado por los dueños de la hacienda para alimentación diaria.

### ***Tienda de recuerdos***

Considerando que es un espacio diseñado para el descanso y disfrute de una familia no se vio la necesidad de poseer una tienda de recuerdos para adquirir artículos del cantón Pallatanga.

## **Análisis de la actividad agrícola que se desarrolla actualmente en la Hacienda**

Cultivo de frutas como naranja, toronja, tomate de árbol: estas son plantaciones que se encuentran en el perímetro de la hacienda y de las cuales en periodos largos son cosechados por los propios trabajadores de la hacienda para entregárselos a los dueños y que ellos decidan su destino.

Cultivo de plantas como hierbaluisa, valeriana: estas plantas son de uso propio de los habitantes de la hacienda para aguas medicinales.

Cultivo de papa china y yuca: si producción en baja y solo para consumo propio luego de temporadas de cosechas.



*Figura 19.* Plantaciones de tomate de árbol y limón. Nota: se encuentran en la parte trasera de la casa

### **Análisis de la actividad pecuaria que se desarrolla actualmente**

La hacienda familiar cuenta con varios animales estos son adquiridos por medio de vendedores locales en su etapa más joven para su crianza en la hacienda y se use para propio consumo. Entre ellos se encuentran:

Vacas lecheras: son usadas principalmente para la obtención de la leche para consumo de los dueños de la Hacienda y sus familiares, además de la producción artesanal de queso y derivados para uso propio en la preparación de los alimentos a consumir durante la estancia de la familia.

Terneros: son adquiridos para iniciar su crianza en la hacienda o propiamente gestados por las vacas que ya se tenían dentro de la hacienda.

Toros: su presencia para la gestación de terneros junto a las vacas.

Gallinas de engorde: sus adquisiciones en la hacienda son principalmente para el consumo de las personas en la hacienda.

Patos: son parte de los animales que conforman la hacienda. Generalmente no son consumidos por los dueños de la hacienda.

Pavos: estos animales son adquiridos como crías para su alimentación y engorde, para la venta en el pueblo de estas aves.

Elaboración de quesos artesanales: al mencionar la crianza de vacas lecheras dentro de la hacienda la elaboración de quesos es una actividad recurrente en el lugar. La cual por el clima de Pallatanga es ideal para su transformación y enseñanza a los visitantes de la hacienda. Además de que se realizaría desde el primer punto de la obtención de la leche el procedimiento ideal para que un queso sea correctamente consumido y así quienes ayudaron a su procedimiento obtengan el producto.

Pesca vivencial: En el estanque donde se encuentran las tilapias grandes e ideales para su pesca se realiza la pesca usando la red de pesca grande, identificando aquellas que están en su punto para consumo y retirándolas, mientras que las que aún no están desarrolladas del todo o son hembras son liberadas en el estanque de vuelta.



*Figura 20.* Nacimiento de un ternero. Nota. La vaca Rupertina dio a luz a su cría Fidel.



*Figura 21.* Estanque de tilapias grandes Nota. Se encuentran varias especies de tilapia.

## **Análisis de la actividad acuicultura que se desarrolla actualmente**

La hacienda presenta dos espacios destinados al criado de peces, en una de estos estanques se encuentra un criadero de tilapias, y en otra área con cuatro estanques de menor tamaño se encuentran dos especies diferentes de peces separados por su tamaño.



## **Análisis FODA de la hacienda Haro**

### Fortalezas

- La hacienda cuenta con una base de infraestructura para llevar a cabo la actividad turística
- Cuenta con personal oriundos del cantón con tradiciones vigentes.
- Los dueños de la hacienda tienen una reputación de confiabilidad con la comunidad y autoridades del cantón.
- La hacienda se encuentra estratégicamente ubicada para el desarrollo de la actividad con los diferentes atractivos.

### Oportunidades

- Fortalecimiento del cantón en el área turística con la implementación de atractivos turísticos
- La gobernanza ha tomado como prioridad arreglar la infraestructura física de varios puntos de esparcimiento.
- El cantón no cuenta con haciendas turísticas que oferten experiencias vivenciales.
- La vía panamericana-vía Riobamba que cruza el cantón Pallatanga permite la captación de turistas a las visitas a la hacienda.

### Debilidades

- Varios integrantes de la familia dueña de la hacienda no cuenta con conocimientos afines a la agricultura o al turismo.
- Son necesarias reformas a la hacienda para que el servicio sea el adecuado.
- El personal actual de la hacienda presenta deficientes competencias relacionadas a la atención y trato a un turista.

### Amenazas

- El cantón Pallatanga es considerado una conexión para Riobamba, por lo que muchos se detienen solo para paradas para satisfacer necesidades biológicas, mas no realizar turismo.

- La competencia de hosterías y hostales en el cantón llevan varios años creando fidelidad siendo servicio de hospedaje o restauración
- En los planes de la gobernanza presenta mayor enfoque en los mercados y fiestas, sin dar apertura a los prestadores de servicios turísticos.
- La deficiencia de los diferentes servicios básicos actuales en el cantón presentaría un inconveniente en el desarrollo de la actividad

## **Conclusión**

En resumen, el análisis situacional de los factores externos de la hacienda presenta un ambiente controlado y adecuado para el desarrollo de la actividad turística, los servicios básicos en el sector donde se encuentra la hacienda son constantes y no han presentado fallas desde el funcionamiento de la hacienda como un refugio familiar, la comunidad del cantón aunque su actividad principal comercial no sea el turismo, varios se dedican a la oferta de alojamiento y restauración que busca complementar la oferta a promocionarse además de los atractivos turísticos los cuales en conjunto con la gobernanza están en un proceso de remodelación, adaptación, recuperación y actualización para promover su visita, haciendo más variable su cartera de oferta turística.

La hacienda presenta una infraestructura inicial sólida para establecer la gestión de la actividad agroturística, considerando que cuenta con varias actividades que pueden ser realizadas por varios segmentos del mercado, en conjunto con la promoción turística externa, dentro de la hacienda ya que se cuenta con espacios para la realización de pesca vivencial, la crianza pecuaria de varias especies, espacios de cocina para la recuperación de técnicas antiguas culinarias y espacios de esparcimientos.

Así mismo se busca una estrecha relación con los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales para una experiencia completa en el cantón. Se considera que la hacienda Haro cuenta con las características idóneas para ser producto turístico teniendo presente que esta actividad permite experimentar de primera mano la dinámica que una hacienda agroturística desempeña para la generación de productos.

## Capítulo 3: Metodología Y Análisis De Resultados

### Enfoque

El enfoque de este trabajo es mixto por el uso de los dos enfoques cuantitativo y cualitativo, su importancia para el proyecto se describirá a continuación:

El enfoque cuantitativo “es secuencial y probatorio. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.37). Este enfoque se considera en la investigación puesto que el diseño de la propuesta para la hacienda se basa en manuales de estructuración de un producto turístico dado por el Ministerio de Turismo. El cual permite seguir lineamientos y procesos a completar para conseguir que el producto turístico en este caso la hacienda sea operable y apegada a la Ley.

En el libro presentado por Hernández, Fernández y Baptista se indica que “esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos” (2014, p.38). Al ser un producto turístico que busca comenzar en la industria turística para el disfrute de los turistas, debe cumplir con varias características que han sido previamente establecidas y que las entidades competentes han aprobado para su publicación permitiendo el uso a la ciudadanía.

Así también se considera usar el enfoque cualitativo, de la misma forma que el enfoque cuantitativo. Como significado a lo cualitativo se “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.40). El análisis que se debe realizar a cualidades o aspectos sin un proceso establecido será usado. Pues se tendrá que analizar datos que requieran interpretación.

Como en su libro lo mencionan “El investigador hace preguntas más abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula, y reconoce sus tendencias personales” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.41). aunque la base

para la transformación de la hacienda familiar a una turística lleva un proceso, muchas de las implementaciones serán referencias a tendencias o aquello que la gente se siente más atraída, lo cual no corresponde a algo establecido o del cual será una variable constante.

## **Método de investigación**

El método de investigación es deductivo pues, “En este método se parte de un principio de validez general que puede aplicarse a cada uno de los casos particulares. El procedimiento deductivo es válido cuando sus premisas permiten apoyarnos en ellas como fundamento para llegar a una conclusión.” (Muñoz, 2015, p.77). Parte de conceptos generales como lo son el turismo, con lo cual se avanza a guiar el proyecto hacia el agroturismo enfocando se la hacienda turística. Estos conceptos se convierten en la base del proyecto, usando los manuales y planes propuestos por el Ministerio de Turismo, su uso justificado al ser escritos sustentados en previa investigación y prueba de su eficacia para que su ejecución sea adecuada.

## **Alcance**

Este trabajo es descriptivo partiendo de que el sistema turístico de Boullon (2006) elegido para este proyecto ve el producto turístico como varias partes funcionales independientemente que juntas permiten el desarrollo de todo. Estos trabajos:

pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.92).

Se debe tomar en cuenta la bibliografía que se recopila a lo largo del trabajo, para complementar las ideas y que estén ayuden a construir la base que tendría la hacienda. Examinando casos de éxito que han tenido otros lugares o destinos que demuestran sus procesos usados para el idóneo complemento de la construcción de la

propuesta de hacienda turística en Pallatanga. Por lo que se busca explicar la bibliografía como la:

reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. Es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. La realización de este tipo de investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Bernal, 2010, p.122).

### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación es documental, descriptiva y no experimental, se pondrá a exposición los siguientes conceptos y comprender mejor porque se da en el proyecto. Se considera como parte del tipo de investigación la investigación documental la cual “es un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (Bernal, 2010, p.111).

Investigación descriptiva es “es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto” (Bernal, 2010, p.113). Es parte del proyecto pues debemos describir todas las partes que conforman el sistema turístico y como serán adaptadas y catalogadas dentro de la Hacienda Haro.

Investigación no experimental se usará en el proyecto ya que “en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza.” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.152). No se busca alterar variables del lugar para generar un resultado, se trabajará con situaciones existentes y realidades actuales, buscando la adaptación hacia un producto turístico, considerando aquello que ya se tiene para punto de inicio, de ahí desarrollar según lo establecido en manuales para su apertura al público.

## **Técnicas e instrumentos**

Para este proyecto se tomaron varias técnicas e instrumentos que midieron varias variables en la investigación para llevar adecuadamente el proceso.

Investigación documental “predomina el acopio de información por medio de una serie de documentos, desde los básicos, como pudiera ser un libro, hasta archivos altamente especializados” (Muñoz, 2015, p.213). Este es primordial para su desarrollo, una base con teoría, datos, registros que presentan un punto de partida para dirigir el proyecto basados en escritos expuestos del Ministerio de Turismo el cual regula la actividad turística en el Ecuador. Por lo que las fuentes que se encontraron son:

a) la biblioteca; b) la hemeroteca; c) archivos que pueden ser históricos, administrativos, particulares; d) fonoteca; d) videoteca, que comprende desde videos hasta películas; e) iconotecas o museos; f) centros de información, y g) documentos electrónicos disponibles en internet (Muñoz, 2015, p.213-214).

La observación es una “técnica de recolección de datos propia de la investigación cuantitativa, cualitativa, de ciencia exacta o social, etc.; es la técnica empleada prácticamente en cualquier ciencia y su finalidad es captar la realidad para obtener información de ella” (Muñoz, 2015, p.187). Entre los medios auxiliares para hacer una observación y registro, se encuentran los siguientes: El diario, cuaderno de notas, cuadro de trabajo.

El cuestionario es un “instrumento fundamental en la investigación de las ciencias sociales, pues resulta primordial para recoger información. Traduce los objetivos de la investigación en preguntas, e formularse de modo que evite distorsiones” (Muñoz, 2015, p.203).

## **Población de estudio**

En el 2018 según el Geoportal de visitas internas turísticas brindado por el Ministerio de Turismo, 51305 personas han pernoctado en el cantón Pallatanga durante ese año siendo sus principales turistas originarios de Quito, Guayaquil, Riobamba y Cuenca. El nivel socioeconómico de esta población se encuentra entre medio bajo,

también sus épocas de mayor auge de visitas se dieron en carnaval y Año nuevo. Este valor será nuestra población al cual se realizó el cálculo de la muestra.

El perfil del consumidor del agroturismo generalmente es de género femenino entre los 45 a 64 años, estudios preferentemente secundarios o con licenciatura universitaria, estos suelen tener empleos como funcionarios o por su rango de edad jubilados, muchas de estas personas realizan el agroturismo con amigos o con aquellos que se encuentren en el mismo tour, mientras que el poder adquisitivo de este grupo es de \$700 - \$3400 considerando esta con media alta como clase social. (Vila y Carril, 2012)

### **Calculo de la muestra**

La muestra se determinó con el uso de estos elementos:

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño de la Población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Nivel de Error

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Aplicando al estudio se obtuvo:

Z = 1,96

N = 51305

p = 0,50

q = 0,50

e = 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 51305}{((1,96)^2 * 0,50 * 0,50) + (51305 - 1) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,50 * 0,50 * 51305}{(3,84 * 0,50 * 0,50) + (51304 * 0,0025)}$$

$$n = \frac{49273,322}{0,9604 + 128,26}$$

$$n = \frac{49273,322}{129,2204} n = 382$$

### Tipo de muestreo

El tipo de muestreo para el proyecto es probabilístico, en este cualquier elemento de la población tiene la posibilidad de ser elegido sin tener en cuenta alguna característica relevante que cuente con diferenciador (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.175-176). Este tipo de muestreo es utilizado en investigaciones descriptivas como la de este proyecto.

### Diseño de la encuesta

La encuesta fue realizada de forma que exista una delimitación de los indicadores para su objetividad en la encuesta, contiene preguntas cerradas y de opción múltiple. Las preguntas fueron elaboradas de forma que su comprensión fuera fácil para quienes la realicen. Se realizaron 382 encuestas. El formato de la encuesta se encuentra en el apéndice A

### Análisis de datos de la encuesta

Tabla 3

*Sexo de los encuestados*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Femenino	192	50,3%
Masculino	187	49%
Prefiero no decirlo	3	0,8%

Según los resultados obtenidos el grupo que domina la encuesta es el sexo femenino con un porcentaje de 50,3%, el sexo masculino continua con 49%, finalmente aquellos que no prefieren decirlo corresponden al 0,8%



Tabla 4

*Edad de los encuestados*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
12 – 18 años	37	9,7%
19 – 26 años	165	43,2%
27 – 59 años	162	42,4%
60 o más años	18	4,7%

Según los datos presentados el mayor porcentaje es de 43,2% este corresponde al rango de edad de 19-26 años de edad de los encuestados, y como segundo valor relevante tenemos 42,4% el cual corresponde al rango de edades de 27-59 años de los encuestados. Seguido por aquellos que tiene 12 – 18 años con un porcentaje de 9,7%. Finalmente, las personas con 60 o más años corresponde al 4,7% de los encuestados.

Tabla 5

*Estado Civil*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Solteros	167	43,7%
Casado	112	29,3%
Unión de hecho	66	17,3%
Divorciado	21	5,5%
Viudo	16	4,2%

Los datos de la encuesta presentan que el 43,7% de las personas son solteras, seguido de un porcentaje relativamente menor de 29,3% el cual corresponde al estado civil de casado, aquellos en unión de hecho con 17,3%. Mientras que los divorciados corresponden a los 5,5% y los viudos con 4,2%.

Tabla 6

*Ocupación de los encuestados*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Desempleados	87	22,8%
Trabajo del sector publico	85	22,3%
Trabajo del sector privado	158	41,4%
Empresario negocio propio	52	13,6%

Los resultados de la encuesta presentan que el 41,4% de los encuestados se encuentran trabajando en el sector privado, el indicador de aquellos que se encuentran desempleados corresponde a un 22,8%, mientras que el trabajador del sector público tiene un porcentaje de 22,3% y aquellos que tienen un negocio propio obtienen un 13,6%.

Tabla 7

*Nivel de escolaridad*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Primaria	7	1,8%
Secundaria	118	30,9%
Universidad	217	56,8%
Posgrado	39	10,2%
Ninguno	1	0,3%

Las personas encuestadas tienen un nivel de escolaridad universitario del 56,8%, el 30,9% es de aquellos con nivel secundario, los encuestados con un posgrado tienen un porcentaje de 10,2%, los de nivel de primaria es de 1,8% y aquellos que no tienen ninguno es de 0,3%.

Tabla 8

*Ingreso mensual*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Menor al sueldo básico	76	19,9%
\$425 - \$600	133	34,8%
\$601 - \$800	76	19,9%
\$801 - \$1000	59	15,4%
Mayor a \$1001	38	9,9%

Según los datos recolectados en la encuesta las personas que tienen un ingreso mensual de \$425 - \$ 600 representa el mayor porcentaje de 34,8%, con un porcentaje de 19,9% las personas que tienen ingresos de \$601 - \$800 y con ese mismo porcentaje las personas que tienen ingresos menores al sueldo básico. Mientras las personas que tienen un ingreso mensual de \$801 - \$1000 representan un 15,4%. finalmente, las personas que ganan más de \$1001 representan el 9,9%.

Tabla 9

*Medio de transporte para viajar*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Propio	211	55,2%
Alquilado	86	22,5%
Transporte interandino	58	15,2%
Bus turístico	27	7,1%

Las encuestas reflejan que las personas en un 55,2% usan transporte propio para viajar, quienes usan un transporte alquilado para viajar correspondiente al 22,5%. aquellos que usan transporte interandino corresponde a un 15,2%, finalmente los que usan bus turístico en un 7,1%.

Tabla 10

*Época de viaje*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Vacaciones	163	42,7%
Feridos	121	31,7%
Fines de semana	88	23%
Otro	10	2,6%

Los datos reportaron que las personas encuestadas prefieren viajar en época de vacaciones esto corresponde al 42,7%, las personas que prefieren viajar los feriados son del 31,7%. las personas que prefieren viajar en los fines de semana son del 23%. Finalmente, aquellos que usan otros días corresponden al 2,6%.

Tabla 11

*Frecuencia de viaje*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Siempre	39	10,2%
Casi siempre	97	25,4%
Con frecuencia	80	20,9%
En ocasiones	131	34,3%
Casi nunca	30	7,9%
Nunca	5	1,3%

Las encuestas presentaron que el 34,3% de las personas encuestadas en ocasiones viajan, las personas que viajan casi siempre corresponden al 25,4%. El 20,9% de las personas con frecuencia viajan. Aquellos que siempre viajan corresponden al 10,2%, las personas que casi nunca viajan corresponden al 7,9. Por último, aquellos que nunca viajan con el 1,3%.

Tabla 12

*Días de estancia en el destino*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
1	27	7,1%
2	193	50,5%
3	129	33,8%
4 o mas	33	8,6%

Se reportaron en las encuestas que las personas suelen quedarse en los destinos turísticos durante 2 días representan el 50,5%, mientras que las personas que se quedan 3 días representan el 33,8%, aquellos que se quedan 4 o más días en el destino representaban el 8,6% y solo el 7,1% se quedaría un día en el destino.

Tabla 13

*Acompañantes del viaje*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Solo	58	15,3%
Familia	293	77,1%
Amigos	152	40%
Grupos Turísticos	36	9,5%

Nota. Los porcentajes fueron obtenidos en relación de la totalidad de los encuestados y la cantidad de veces elegida la opción.

El 77,1% de los encuestados viaja con su familia, el 40% viaja con sus amigos, el 15,3% de las 382 personas encuestadas viajan solos a los viajes, el 9,5% viaja junto a grupos turísticos.

Tabla 14

*Número de personas que lo acompañan*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
1	20	5,2%
2-3	196	51,3%
4-5	140	36,6%
6 o mas	26	6,8%

Los datos recopilados arrojaron que el número de personas que acompañan en los viajes es de dos a tres personas con un 51,3%, las personas que tienen cuatro a cinco acompañantes de viaje corresponden a un 36,6%, mientras que las personas que viajan con 6 o más acompañantes corresponden al 6,8% y finalmente los que solo viajan con solo una persona son el 5,2%

Tabla 15

*Visita al cantón Pallatanga*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Si	253	66,2%
no	129	33,8%

Como resultado de la encuesta se obtuvo que el 66,2% si ha visitado el cantón, mientras que el 33,8% de los encuestados no han visitado el cantón Pallatanga.

Tabla 16

*Razón de la visita al cantón Pallatanga*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Descanso	91	23,8%
Visita familiar	108	28,3%
Ecoturismo	81	21,2%
Turismo de aventura	80	20,9%
Otro	22	5,8%

Los resultados de la encuesta dieron con resultados que el 28,3% por visitar a un familiar, el 23,8% de los encuestados van al cantón por descanso, el 21,2% para realizar actividades afines al ecoturismo, el 20,9% realiza turismo de aventura en el cantón y finalmente un porcentaje del 5,8% no realiza ninguna de estas actividades.

Tabla 17

*Conocimiento sobre las haciendas turísticas*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Si	265	69,4%
no	117	30,6%

De las encuestas se obtuvieron que el 69,4% corresponde a las personas que si conocen las haciendas turísticas, el porcentaje restante de 30,6% de las personas no tienen conocimiento de lo que es una hacienda turística.

Tabla 18

*Actividades preferenciales a realizar en la hacienda*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Senderismo	108	28,3%
Observación y participación en la elaboración de quesos artesanales	153	40,1%
Participación en actividades agrícolas como la producción de papa china, yuca y toronja	152	39,8%
Observación de manejo de ganado vacuno	140	36,6%
Pesca en estanques de hacienda	134	35,1%
Cocina comunitaria (preparación de alimentos en conjunto con los turistas)	149	39%
Visita a atractivos de la zona (cascada yahuarcocha, bosque protector El corazón)	186	48,7%
cabalgatas	108	28,3%
otra	5	14%

Nota. Los porcentajes fueron obtenidos en relación de la totalidad de los encuestados y la cantidad de veces elegida la opción.

De los 382 encuestados en valores de porcentajes aquellos que visitarían los atractivos de la zona corresponde al 48,7%; la observación y participación en la elaboración de quesos artesanales le gusta al 40,1%, la participación en actividades agrícolas como la producción de papa china, yuca y toronja esto lo harían el 39,8%. Aquellos que realizarían actividades de Cocina comunitaria corresponde al 39%.

Observación de manejo de ganado vacuno 36,6%. Pesca en estanques de hacienda eso lo harían el 35,1%. el senderismo sería realizado por el 28,3%, los que les gustaría hacer cabalgatas 28,3% y aquellos que realizarían otro tipo de actividad corresponden al 14%.

Tabla 19

*Días posibles de estadía en la hacienda*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
1	32	8,4%
2 días	203	53,1%
3 días	131	34,3%
4 o más días	16	4,2%

La encuesta indica que el 53,1% de las personas encuestadas las cuales se quedarían dos días en una hacienda, las personas que se quedarían tres días en la hacienda corresponden al 34,3%, aquellos que estarían un día son el 8,4% y las personas que se quedarían cuatro o más días corresponden al 4,2%.

Tabla 20

*Interés de visita al cantón*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Si	358	93,7%
no	24	6,3%

Al 93,7% de los encuestados les interesaría visitar el cantón Pallatanga, y el 6,3% no le interesa visitarlo.

Tabla 21

*Gasto máximo en la hacienda por día por los servicios ofertados*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
\$40 - \$60	199	52,1%
\$61 - \$80	137	32,9%
\$81 - \$100	36	9,4%
Más de \$101	10	2,6%

La encuesta presentó que las personas están dispuestas a pagar de \$40 a \$60 corresponden al 52,1%, las personas que pagarían \$61 a \$80 por los servicios ofertados

en la hacienda son de un 35,9%, las personas que gastarían \$81 a \$100 en la hacienda corresponden al 9,4%, aquellos que gastarían más de \$101 serían el 2,6%.

Tabla 22

*Información de las haciendas turísticas*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Redes sociales	255	66,8%
Televisión	90	23,6%
Radio	49	12,8%
Páginas web de viajes de turismo	129	33,8%
Página web de la hacienda	116	30,4%
Otros	2	0,6%

Nota. Los porcentajes fueron obtenidos en relación de la totalidad de los encuestados y la cantidad de veces elegida la opción.

Del total de 382 encuestados el 66,8% del total vería la información de las haciendas por las redes sociales, 33,8% vería esa información por páginas de viajes de turismo, el 30,4% usaría la página web de la hacienda, el 23,6% lo haría por televisión, el 12,8% por medio de radio.

Tabla 23

*Redes de mayor uso*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Facebook	241	63,1%
Instagram	264	69,1%
WhatsApp	206	53,9%
Tik Tok	87	22,8%

Nota. Los porcentajes fueron obtenidos en relación de la totalidad de los encuestados y la cantidad de veces elegida la opción.

El 69,1% de los encuestados usan Instagram, el 63,1% de total de encuestados usan Facebook, el 53,9% de los encuestados usan WhatsApp mientras que de los 382 encuestados solo el 22,8% Tik Tok.

Tabla 24

*Medio de contratación de paquete para la hacienda turística*

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Medio propio	310	81,2%
Agencia de viajes	72	18,8%



Las personas prefieren contratar un paquete de la hacienda por medio propio en un 81,2%, y el 18,8% restante lo haría por medio de una hacienda.

## **Análisis y conclusión de resultados**

La encuesta permitió la construcción de un perfil de la persona a la cual le interesa este tipo de turismo, así ajustar los requerimientos de los mismos en la propuesta final que se detalla en el capítulo final de este proyecto.

Las personas encuestadas son en igual importancia del género femenino o masculino, comprenden entre 19 a 59 años y el estado civil de las personas encuestadas corresponde a solteros seguidos por aquellos que se encuentran casados, la mayoría de las personas trabajan en el sector privado. El nivel de escolaridad en su mayoría es de nivel universitario. Con ello el rango de ingreso mensual es de \$425 a \$600, por lo que es de clase media la mayoría de los encuestados, estos tienen un auto propio para movilizarse y en ocasiones viajan en vacaciones o feriados, quedándose en el destino dos o tres días regularmente y sus acompañantes son la familia de dos – tres miembros.

En relación al cantón Pallatanga los encuestados si han visitado el lugar ya sea por descanso, visita familiar o realizar alguna actividad turística, en su mayoría conocen el concepto de haciendas turísticas. Mucho de ellos les gustaría visitar los atractivos de la zona y realizar actividades afines al agroturismo como la observación y participación de la realización de algunos productos, participación en actividades agrícolas y cocinar junto a los miembros del lugar. Estando dos a tres días en el lugar. Considerando que realizarían un gasto diario de \$40 a \$60, estas personas buscarían esta información por medio de las redes sociales, siendo las de mayor frecuencia su uso Facebook, Instagram, obteniendo la información por su propio medio.

## Capítulo 4: Propuesta De Producto Turístico

Este capítulo se expone todo lo que se realizaría para que el producto turístico “Hacienda Haro” sea idóneo para la actividad correspondiente. Se retomará lo previamente expuesto en el análisis del lugar para adaptarlo de forma que este esté en condiciones para la actividad turística. También se concentrará la propuesta en los subproductos que se manejaran dentro de la hacienda, las cuales fueron escogidas por los encuestados y con ello se guiará su forma de difusión adecuada para cada grupo de personas dependiendo de lo escogido.

### Componentes del producto turístico en la hacienda

El producto turístico como previamente se analizó está compuesto por elementos que hacen que la entrega del servicio turístico sea respaldada de forma que el turista se encuentre cómodo y tenga facilidades que le hagan vivir una experiencia en el sitio.

La imagen presentada es como actualmente se encuentra distribuida la hacienda, al detallar cada componente se irá indicando las renovaciones o acomodaciones de los espacios para que el servicio sea prestado.

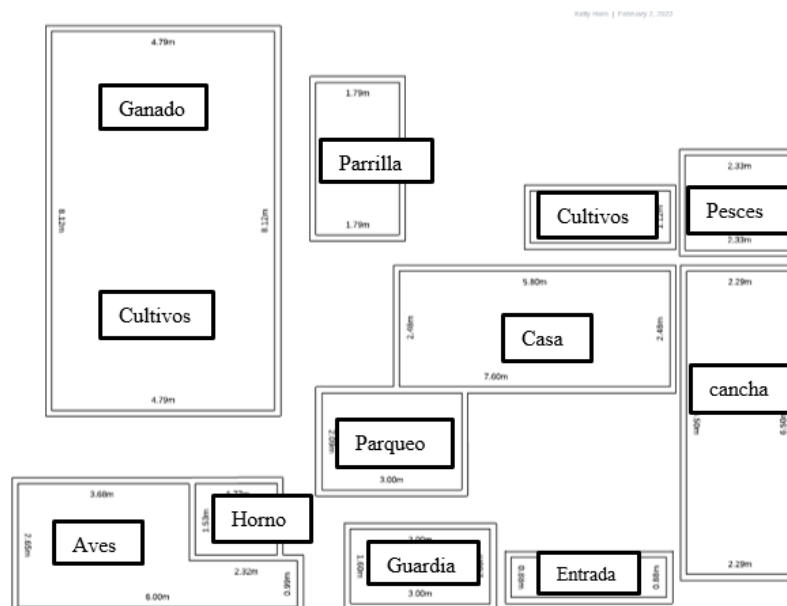


Figura 22. Croquis actual de la hacienda. Nota. Distribución de la hacienda actual.

## ***Accesibilidad parqueadero y transporte***

El parqueadero es un espacio necesario para la hacienda agroturística, pues en la encuesta el 55,2% utiliza auto propio para transportarse al viajar, así que se estima que la llegada de turistas sea por vía propia y necesitan un espacio donde estacionarse y estar en la hacienda. Hace 5 años los propietarios de la hacienda compraron el espacio mostrado en la imagen, el cual al inicio sería destinado para aumentar el ganado vacuno, más eso no ha sucedido hasta el momento.

Este espacio se encuentra libre y resulta adecuado para que las personas parqueen sus vehículos. Actualmente este lugar tiene hierbas y arbustos, por lo que un servicio de desbroce y limpieza de terreno sería lo ideal. Mas no se pavimentará el terreno, porque discordaría con la temática agraria del lugar.



*Figura 23.* Ubicación de parqueadero para la hacienda. Nota. El espacio libre corresponde al área que será renovada para parqueo.

Este trabajo en el Ecuador tiene un costo de 0,96 ctvs. por cada m<sup>2</sup>, ese espacio cuenta con 300 km<sup>2</sup> por lo que el costo para esta adecuación sería de \$288.

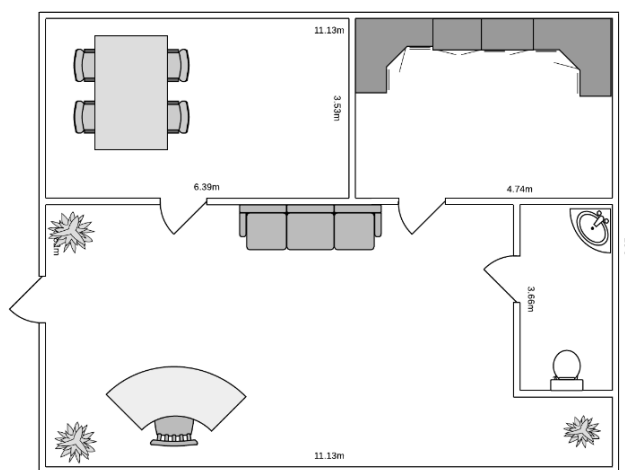
## ***Recepción, información, servicios***

La recepción es otro lugar el cual se debe tener, considerando que será la primera vista de los turistas, la primera interacción con ellos así desde el primer momento obtener una satisfacción por el lugar. Como en la encuesta se dio a notar uno de los canales principales para promocionar el producto turístico sería por redes sociales con una aceptación del 66,8%, por lo cual ayuda tener este espacio para realizar esta difusión, en el área administrativa que tendrá lugar en una oficina con el equipamiento necesario para manejar las redes y brindar la información de forma

presencia y virtual personalizada. Por lo que la caseta de los trabajadores pasará a ser la recepción al estar construida junto al portón de la hacienda, este no presentará cambios.

Cuenta con dos cuartos que serán usados para oficinas de la administración. Mientras que el área que actualmente se encuentra como cocina y comedor ser el recibidor para turistas y se partirá para el recorrido o actividad previamente seleccionada por el turista con el guía correspondiente.

Los servicios disponibles en esta área, como sanitarios, se encuentran en funcionamiento y con mantenimiento constante por parte de los dueños de la hacienda, los lockers se encontrarán en el área de recepción con supervisión de un empleado.



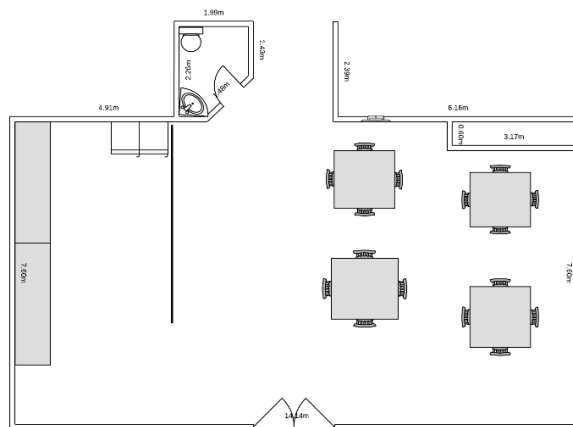
*Figura 24.* Recepción renovada. Nota. Se agregaron el equipamiento e instrumentos necesarios.

### ***Facilidades y accesibilidad***

Las baterías sanitarias como se indicó en el análisis cuentan con cinco distribuidas en la hacienda. Una de las características favorables con respecto a las facilidades dentro del lugar es que no existen elevaciones o escalones para llegar a los diferentes espacios. Cuenta con caminos adoquinados de cinco metros de ancho para libre camino. Por el inicio de la operación no existirá una reforma amplia de esto.

## ***Restaurante, cafetería y snack***

Dentro de la hacienda se ofertará almuerzos, cenas y snacks. para lo cual se mantendrá la estructura de la actual casa principal la sala, comedor con ambiente de cocina abierta será usada para brindar el servicio de snacks y cenas. Se tiene en cuenta la venta de bebidas calientes y al ambiente por la temperatura que normalmente se presenta en el cantón Pallatanga. Mientras que la cena deberá ser previamente solicitado al reservar su paquete.



*Figura 25.* Reformas de la cocina-comedor de la casa principal. Nota. Se añadieron mesas para ese espacio.

Contemplando la idea de ofertar un taller de cocina, se llevará a cabo la habilitación del parqueadero que se tiene dentro de la hacienda para que sea el área de cocina comunitaria. Este espacio es idóneo para esto, porque cerca a este se encuentra el horno y la casa principal que tendrá un almacén con los implementos necesarios



*Figura 26.* Espacio cocina abierta. Nota. Implementos añadidos en el espacio

Tabla 25

*Costo del equipamiento y remodelación por área*

<b>Equipamiento y remodelación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Costo total</b>
<b><i>Recepción</i></b>			\$ 3.973,00
sillas	5	\$ 174,00	\$ 870,00
sofá	1	\$ 850,00	\$ 850,00
casilleros	5	\$ 45,00	\$ 225,00
computadoras	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
perchas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
botes de pintura	2	\$ 40,00	\$ 80,00
mano de obra	56	\$ 3,00	\$ 168,00
<b><i>Cafetería</i></b>			\$ 5.370,00
mesas	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
sillas	16	\$ 150,00	\$ 2.400,00
máquina de café	1	\$ 200,00	\$ 200,00
molino de café	1	\$ 90,00	\$ 90,00
juego tazas y platos	8	\$ 35,00	\$ 280,00
<b><i>Cocina abierta</i></b>			\$ 2.313,52
mesones mármol	2	\$ 240,00	\$ 480,00
lavadero doble	1	\$ 320,00	\$ 320,00
juego tazones pírex	2	\$ 26,50	\$ 53,00
tabla de picar	4	\$ 17,00	\$ 68,00
balanza de acero inoxidable	3	\$ 27,00	\$ 81,00
cocina a gas	1	\$ 469,00	\$ 469,00
juego de ollas acero inoxidable	2	\$ 135,00	\$ 270,00
dispensador de desinfectante	2	\$ 24,00	\$ 48,00
remodelación x m2	62	\$ 8,46	\$ 524,52
<b><i>Parqueadero</i></b>	300	\$ 0,96	\$ 288,00
<b>Costo total</b>			\$ 11.944,52

Los resultados del costeo indican que es necesaria una inversión de \$11.944,52 los cuales estarán destinados a tres áreas principales para el desarrollo de la actividad agroturística, siendo en su mayoría el equipamiento detallado que cada área requiere. Este costo sería asumido por los propios dueños de la hacienda teniendo en cuenta que presentan la solvencia económica necesaria.

## Análisis FODA estratégico

El análisis de la hacienda permitió detectar varios componentes del análisis FODA, los que dieron como resultado estrategias presentadas en el siguiente cuadro.

Tabla 26

### FODA cruzado

	Fortalezas	Debilidades
FODA cruzado	Estrategias F-O	Estrategias D-O
Oportunidades	1. Siendo la primera hacienda agroturística del cantón, permitirá atraer el apoyo de la gobernanza para su contribución en la difusión en su catálogo turístico Estrategias F-A	1. Aprovechamiento de los cursos o talleres ofertados por el cantón para mejorar las falencias que los colaboradores, dentro de la hacienda, tienen para la atención del turista. Estrategias D-A
Amenazas	1. La hacienda al ser un atractivo al cual acceder, se considera la realización de alianzas con agencias para ser parte de los itinerarios así ser uno de los lugares a visitar.	1. La incorporación en los eventos turísticos como mercados o ferias de manera demostrativa de las actividades en la hacienda, generando un interés para su visita

Se debe reconocer que el cantón Pallatanga se encuentra en las fases de ciclo de vida de un destino turístico, en la fase #2 llamada la fase de implicación, pues los residentes del cantón están aplicando sus esfuerzos para que el destino sea puesto en el mapa como un lugar turístico, y la gobernanza o pequeños sectores privados colaboran en pequeña medida para que este tenga su lugar de reconocimiento como parte del cantón Chimborazo.

## ***De la mano con la gobernanza***

Esta estrategia está enfocada en las relaciones que se efectuarán con la gobernanza para ser parte de su cartera turística, teniendo en cuenta que se debe ofrecer el servicio a la entidad, se debe llevar a cabo conversaciones dando a conocer la propuesta de valor que tiene la hacienda, involucrando a la comunidad siendo esta una oportunidad generadora de empleo. Así la municipalidad del cantón de Pallatanga brindará espacios donde se le permita a la hacienda agroturística destacar. Como por ejemplo las ferias agroindustriales que están proyectadas para el 2024, con el fin de que los pequeños productores den a conocer la calidad de sus productos.

Los organismos públicos son las instituciones que ofrecen oportunidades para posicionarse en el mercado. El cantón Pallatanga se encuentra realizando promoción mediante ferias que exponen las diferentes actividades agrícolas del lugar, teniendo en cuenta que este producto tiene como base la agroindustria por consiguiente participaría presentando una actividad innovadora generadora de empleos.

Las organizaciones sectoriales de turismo presentan planes o generan espacios donde los emprendimientos o diferentes propuestas afines al turismo, pueden desenvolverse y estar respaldadas por entidades con reglamentos que guían a los emprendimientos. Muchas de estas instituciones dan apertura para que los proyectos obtengan fondos los cuales benefician a la mejora de estas ideas o empresas turísticas, con la intención de que tengan capacitaciones o sean beneficiarios de una inversión económica.

Además, la provincia de Chimborazo presenta ferias o espacios para dar a conocer las tendencias y nuevos atractivos que se dan en la provincia, el más reciente presentado por el ministerio de turismo teniendo como sede Chimborazo, para reactivar el turismo interno visitando los cantones de esta provincia con rutas planificadas por ellos. Por lo que se prevé más eventos de este tipo para motivar la visita a los turistas del Ecuador.



### ***Aliados con prestadores de servicios***

La hacienda agroturística Haro, es un producto turístico que entrega una experiencia de participación a los turistas, mas no oferta en su totalidad todos los servicios turísticos, pues se tomó en cuenta desde un principio la presencia de varios alojamientos que tienen una larga trayectoria en el cantón por lo que una decisión estratégica sería involucrase con ellos para ofrecer un servicio completo para los turistas.

Al estar presentes en el mercado con el apoyo de los alojamientos, los tours operadores verán atractiva la propuesta al ser un producto completo para tener en el catálogo de oferta y aprovechar ese porcentaje que prefiere obtener un servicio turístico por medio de operadoras.

### ***Mejorando el servicio turístico***

La municipalidad del cantón Pallatanga planea ofrecer varios talleres gratuitos sobre servicio al cliente y servicios turísticos los cuales serán aprovechados por los colaboradores de la hacienda para obtener capacitación en el área turística. Estas llevadas a cabo de la mano junto a la gobernanza de la provincia de Chimborazo con el objetivo de dinamizar el turismo en la provincia.

La oportunidad de aprovechar estos recursos gratuitos públicos mejorará la calidad de la atención que se brindará a los turistas, recordando también que la hacienda será dirigida por profesionales en el área turística, quienes brindarán su conocimiento para tener una visión técnica de aquello que presentan los trabajadores de la hacienda.

## Producto agroturístico Hacienda Haro

La encuesta permitió identificar los cuatro productos que le generan mayor interés a los encuestados, esta selección corresponde al agroturismo. Se realizó el análisis de forma que fueran acoplados a la dinámica actual de la hacienda.

La generación de los productos turísticos para la hacienda Haro tuvo como base la metodología presentada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en el 2019 en su libro “Diseño y operación de productos agroturísticos”. Primero se realizó una revisión básica para identificar los productos turísticos luego se realiza el portafolio con estos productos y finalmente organizar y gestionar estos productos.

Tabla 27

### *Identificación de productos turísticos*

Macroproducto	Producto turístico específico
Agroturismo	Taller de elaboración de quesos artesanales.
	Recorrido por proceso de varios productos del cantón
	Taller de cocina con insumos provenientes de la hacienda
	Manejo de ganado vacuno

Como segundo punto, se encuentra el portafolio de los productos en donde se describe el producto turístico de la hacienda agroturística, basado en la ficha técnica propuesta en el segundo paso de la metodología.

### ***Taller de elaboración de quesos artesanales***

La elaboración de quesos es una práctica habitual en el cantón Pallatanga, regularmente ofertado junto a la venta de choclos que se desarrolla en el pueblo. El clima del cantón permite la producción del lácteo siendo uno de los productos que más salida tiene. El turista tendrá la oportunidad de aprender las técnicas para realizar queso desde su punto de partida, la obtención de la leche por medio del ordeño, esto más que un aprendizaje o toma de pasos.

Será una experiencia vivencial para la realización del queso. El turista realizará todos los pasos junto a uno de los colaboradores de la hacienda que lleva siendo parte de la familia y el cual compartirá sus técnicas para realizar este producto, el cual el turista podrá llevárselo y degustarlo junto a sus familiares. Una descripción más específica se tiene en esta tabla con la información más relevante del subproducto turístico

Tabla 28

*Producto taller de elaboración de quesos artesanal*

Nombre del producto:	Taller de elaboración de quesos artesanales
Ubicación:	Hacienda Haro en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo
Actividades:	Explicación del tipo de ganado Obtención de la leche Preparación de la leche para su uso Explicación del cuajo como elemento de la leche Elaboración de moldes caseros Realización del queso por parte de los turistas voluntarios Proceso de salado del queso.
Servicios:	Restaurante como parte de la oferta de la hacienda con snacks, almuerzos y cena. Alojamientos como la hostería del valle a 2 minutos de la hacienda, la hostería el pedregal a 10 minutos de la hacienda, transporte intercantonal y buses turísticos.
Infraestructura: Medios de información y comunicación:	La vía panamericana como única ruta de ingreso. redes sociales como WhatsApp, Instagram y página de la hacienda
Características de la demanda:	hombre o mujer de 19 a 59 años de nivel socio económico medio-bajo, medio, medio-alto. Provenientes del cantón y de sus alrededores. Gusto por la naturaleza, dispuestos a realizar actividades agrícolas o semejantes, interesados en la cultura del lugar.

## *Como tus ancestros*

El agroturismo se caracteriza por mostrar la producción de diferentes productos desde sus inicios, las personas interesados en conocer de donde proviene estos y como son tratados, junto a un paisaje que libere del estrés de la ciudad a las personas. Vivir por unas horas la experiencia de dedicarse a la agricultura o actividades afines.

Como tus ancestros busca que el turista conozca más de papa china, tomate de árbol, yuca, asimismo el trato de la tierra que se debe tener para la realización de estos cultivos. En la tabla se ha detallado mayor información de la actividad

Tabla 29

### *Como tus ancestros*

Nombre del producto:	Como tus ancestros (Recorrido por proceso de varios productos del cantón)
Ubicación:	Hacienda Haro en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo
Actividades:	Recorrido por las áreas para conocer el proceso de producción de la papa china, tomate de árbol, yuca. Participación por parte de los presentes en las técnicas agrícolas utilizadas en la hacienda.
Servicios:	Restaurante como parte de la oferta de la hacienda con snacks, almuerzos y cena. Alojamientos como la hostería del valle a 2 minutos de la hacienda, la hostería el pedregal a 10 minutos de la hacienda, transporte intercantonal y buses turísticos.
Infraestructura:	La vía panamericana como única ruta de ingreso.
Medios de información y comunicación:	redes sociales como WhatsApp, Instagram y página de la hacienda
Características de la demanda:	hombre o mujer de 19 a 59 años de nivel socio económico medio-bajo, medio, medio-alto. Provenientes del cantón y de sus alrededores. Gusto por la naturaleza, dispuestos a realizar actividades agrícolas o semejantes, interesados en la cultura del lugar.

## *Taller de cocina fresca*

Cocinar es un arte del cual muchas personas realizan a diario no obstante no conocen el impacto que generan esto al realizarse con ingredientes frescos recién cosechados. En el Ecuador varios son los platos emblemáticos del país, por otro lado, no todos los ecuatorianos conocen como prepararlos, con este taller les brindamos una experiencia que se desarrollara delante de ellos junto a ellos. Con la cosecha del día se preparan platos junto a los turistas, siempre que estos se vean acompañados por la proteína del día que se encontrara disponible o previamente existiera una reserva para un plato específico a preparar. En este caso dos personas estarán en este taller de cocina guiando a los turistas, una cocinera con título gastronómico y una persona oriunda del cantón quien estará a cargo de las directrices. Con la intención de que ese plato finalizado sea el almuerzo de los invitados.

Tabla 30

### *Taller de cocina fresca*

Nombre del producto:	Taller de cocina fresca
Ubicación:	Hacienda Haro en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo
Actividades:	Con los ingredientes recién recolectados de la hacienda, se propondrán tres opciones de platos los cuales serán realizados junto a los participantes. Taller demostrativo el que luego el producto final sea hornado, tortillas de papa china, pan o caldos serán degustados como el almuerzo de los visitantes.
Servicios:	Restaurante como parte de la oferta de la hacienda con snacks, almuerzos y cena. Alojamientos como la hostería del valle a 2 minutos de la hacienda, la hostería el pedregal a 10 minutos de la hacienda, transporte intercantonal y buses turísticos.
Infraestructura:	La vía panamericana como única ruta de ingreso.
Medios de información y comunicación:	redes sociales como WhatsApp, Instagram y página de la hacienda
Características de la demanda:	hombre o mujer de 19 a 59 años de nivel socio económico medio-bajo, medio, medio-alto. Provenientes del cantón y de sus alrededores. Gusto por la naturaleza, dispuestos a realizar actividades agrícolas o semejantes, interesados en la cultura del lugar.

## ***Convivencia junto al ganado***

La ganadería es una actividad presente y constante en nuestro país, nos brinda varios de los productos que consumimos a diario de ahí el interés de varias personas en saber más de aquello que llevan a la mesa cada día. Este producto turístico busca responder a todas las dudas que se le presenten al turista sobre el manejo de ganado vacuno y pudiendo como lo dice el nombre convivir un momento con las vacas.

Tabla 31

### *Convivencia junto al ganado*

Nombre del producto:	Convivencia junto al ganado (Manejo de ganado vacuno)
Ubicación:	Hacienda Haro en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo
Actividades:	Charla sobre el ganado y su trato, ordeñar la vaca por parte de los participantes junto a uno de los ayudantes de la hacienda Partiendo de aquí con el taller de quesos para aquellos que desean.
Servicios:	Restaurante como parte de la oferta de la hacienda con snacks, almuerzos y cena. Alojamientos como la hostería del valle a 2 minutos de la hacienda, la hostería el pedregal a 10 minutos de la hacienda, transporte intercantonal y buses turísticos.
Infraestructura:	La vía panamericana como única ruta de ingreso.
Medios de información y comunicación:	redes sociales como WhatsApp, Instagram y página de la hacienda
Características de la demanda:	hombre o mujer de 19 a 59 años de nivel socio económico medio-bajo, medio, medio-alto. Provenientes del cantón y de sus alrededores. Gusto por la naturaleza, dispuestos a realizar actividades agrícolas o semejantes, interesados en la cultura del lugar.

## **Estrategias de comercialización para los productos turísticos**

Un producto turístico luego de su creación, debe ingresar a un mercado existente, en este caso la hacienda agroturística debe obtener un espacio dentro de la oferta turística que existe en Pallatanga y en la provincia de Chimborazo. Por lo que es recomendable tener socios claves los cuales sean los aliados al momento de presentar la oferta. La comercialización directa será la principal forma de contacto con las empresas aliadas de igual forma con los turistas. Las redes sociales tienen constante

presencia en nuestras vidas. Se ha mostrado en las encuestas que el 66,8% de los encuestados prefieren visualizar este tipo de información por medio de las redes sociales, un medio directo de contacto que permite generar una imagen atractiva por las publicaciones dentro de estas plataformas. Su costo de aplicación sería bajo dado que estas aplicaciones cuentan con funciones gratuitas que permiten un alto alcance a varios usuarios.

Aquellos socios claves con mayor afinidad a la generación del producto turístico, son los servicios turísticos, los medios de comunicación, las organizaciones sectoriales de turismo y los organismos públicos.

Los servicios turísticos comprenden, las empresas que se dediquen a la actividad turística y la oferten, previamente se presentó que este producto turístico no contaría con un servicio de alojamiento, debido a que existen establecimientos que ya brindan ese servicio, de tal modo se puede generar una alianza para atraer clientes con un paquete que unifique estos dos servicios.

Las redes sociales serán la plataforma adecuada y necesaria para que las estrategias de comercialización tengan mayor impacto y alcance con los turistas potenciales, su difusión debe ser continua de forma que se mantenga presente generando curiosidad para que el turista seleccione la hacienda agroturística como destino. A continuación, se definen las estrategias identificadas.

Tabla 32

*Estrategia establecida para cada producto turístico*

Producto turístico	Estrategia de comercialización
Hacienda agroturística	Viajes de familiarización / Medios de pagos flexibles
Taller de elaboración de quesos artesanales.	Tarifas netas preferenciales
Recorrido por proceso de varios productos del cantón (como tus ancestros)	Comisiones
Taller de cocina con insumos provenientes de la hacienda	Descuentos por grupos grandes
Manejo de ganado vacuno (convivencia con el ganado)	Descuentos por edades menores de 19 años

### ***Estrategia de Viajes de familiarización y Medios de pagos flexibles***

Un producto turístico nuevo en mercado debe ser probado y experimentado por las empresas, motivo por el cual se propone realizar asociaciones que beneficien ambas partes. Siendo conscientes que ellos no pueden correr un riesgo seleccionando y teniendo en cartera productos que no sean completo, lo conveniente a realizar es brindar un viaje de familiarización con el objetivo de que conozcan en primeras instancias el producto a ofertar. Esto no se contempla para las agencias de viajes al inicio de la operación, ya que en las encuestas en un 81,2% prefieren escoger su destino por medio propio. Estos viajes están destinados a los gerentes de los alojamientos en Pallatanga, Riobamba y alrededores a fin de ser recomendados por ellos a sus huéspedes.

Los medios de pagos para mayor comodidad de los turistas serán varios, efectivo, transferencia, tarjeta de crédito. Dejando al cliente libre elección y decisión de la forma de pago, minimizando los obstáculos que estos en circunstancias presentan.

### ***Tarifas netas preferenciales***

Este tipo de estrategia se presenta como siguiente paso al concretar un concordato con los alojamientos, es decir la negociación pasa a establecer tarifas con un valor reducido de lo que se tiene en venta habitual, para crear paquetes dentro de estas estadías. La contratación de paquetes turísticos no representa un punto de interés a las personas, por lo que deciden buscar alojamientos por sus medios y en esos serán donde les brindarán información del sitio con esta tarifa que beneficia al turista, siempre y cuando estén dispuesto a realizar el taller de elaboración de quesos, a la cual está destinada esta estrategia. A razón de que este taller tendrá una experiencia completa en la hacienda desde su base ganadera hasta su procesamiento.



## ***Comisiones***

Las comisiones son reconocimientos económicos en beneficio de quien realice la venta, este se ha escogido para el producto llamado “como tus ancestros” el cual consiste en un recorrido por los procesos de varios productos del cantón, principalmente la papa china, la yuca y el tomate de árbol. Las comisiones estarían dadas para los vendedores que forman parte de la empresa, generando motivación para la venta y difusión de la misma. Se escogió que este producto tenga esta estrategia a razón de que se considera como un paseo por un sendero junto a explicaciones de la producción de los alimentos. Teniendo en cuenta que solo el 39,8% del total de encuestados prefiere esa actividad.

## ***Descuentos por grupos grandes***

Los descuentos por grupos grandes es una forma atractiva de hacer que varios turistas sean participe de la cultura y los diferentes productos que se usaran en la preparación por lo que el Taller de cocina con insumos provenientes de la hacienda es ideal para esta estrategia, del mismo modo estos están destinados a grupos grandes de 12 a 15 personas, siendo que el área donde se ejecutara la actividad está al aire libre.

## ***Descuentos por edades menores de 19 años***

A pesar de que el macro producto la hacienda agroturística está enfocada en la experiencia de edades de 19 a 59 años, los grupos familiares están contemplados. Los niños menores a 19 años tendrán descuentos al asistirá a esta actividad de la convivencia con el ganado, es decir; el manejo de ganado vacuno, con expertos que controlen los animales y la colaboración de los padres de familia hasta los más pequeños aprenderán, alimentaran y pasaran un grato momento con los animales que se encuentran en la hacienda. De forma que los turistas tengan varias opciones para los niños y sea un espacio para toda la familia.

## **Conclusiones**

La propuesta para transformar a la hacienda Haro, un espacio privado de relajación y estadía para una familia, a un producto turístico con enfoque agroturístico, invitando al público en general a disfrutar de actividades diseñadas para un grupo de personas que tienen pasión por conocer la vida en el campo, la forma de vida y la producción de varios productos, se basa en la aceptación de los encuestados al seleccionar subproductos que estén dentro de la hacienda para realizarlos en base a la agricultura.

Estos productos resaltan las diferentes actividades económicas realizadas por los habitantes del cantón, permitiéndoles enseñar este estilo de vida a los turistas con un interés hacia la vida rural, estos subproductos enfocados en la agricultura, ganadería, y gastronomía del cantón brindan una forma de conocer el cantón más entrañable, que no se logra solo con la visita a los atractivos.

Este espacio generado para el acopio de toda la cultura y tradiciones presentadas en forma de un atractivo turístico, da apertura a que los pobladores vivan del turismo sin dejar de realizar su productividad habitual; serán capacitados en áreas en las cuales carecen de entrenamiento como atención al cliente y el turismo así estando aptos para ofrecer el servicio, siendo idónea la coordinación de aplicación de este proyecto en la hacienda Haro.

Junto a la propuesta de adecuación de infraestructura cual es importante para el desarrollo de la actividad, las estrategias de marketing propuestas para la atracción de los turistas permiten la sostenibilidad del producto con el tiempo. Creando alianzas con los servicios turísticos actuales e instituciones para fortalecer el turismo en el cantón, promoviendo el turismo en la provincia de Chimborazo.

## **Recomendaciones**

La sostenibilidad ambiental debe ser uno de los pilares fundamentales para la realización de la actividad agroturística generando el menor impacto posible al ambiente y a los habitantes.

Precisar conversaciones con las entidades públicas y privadas del cantón así apostando por la actividad agroturística, creando espacios y facilitando la generación de actividades relacionadas con el turismo rural y agrario.

Suscitar junto al municipio del cantón reglamentos que aporten al agroturismo, procurando que estas sean viables y que los habitantes puedan contribuir con más servicios turísticos que respalden al producto generado.

La estrategia de marketing diseñada para este producto debe ir alineada con la garantía de la seguridad para el turista por la situación sanitaria generada por el COVID-19.

## Referencias

- Andrade, M. y Ullauri, N. (2015). *Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador. Revista de turismo y patrimonio cultural*. 13(5), 1199-1212.
- Bernal, C., (2010). *Metodología de la investigación*, Pearson educación.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas, México, Argentina, España.
- Buestán, C. (2015). *Ruta de agroturismo; MAGAP; Alausí (cantón); Cumandá (cantón); Chimborazo (provincia)*. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba
- Castrillón Muñoz, A. J. (2010). *El desarrollo turístico del departamento del Cauca. Una visión desde la academia. 1*. Universidad del Cauca. Popayán, Colombia.
- Constitución Política de la República del Ecuador. (2004, 5 de enero). Ley 97 del 2002. *Ley del Turismo*. Decreto Ejecutivo 1186. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/2020-Reglamento-Ley-de-Turismo.pdf>
- El Universo (8 de agosto, 2021). *Estas haciendas turísticas están de promoción durante todo agosto*. El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/larevista/turismo/estas-haciendas-turisticas-estan-de-promocion-durante-todo-agosto-nota/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw - Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2019). *Diseño y Operación de productos agroturísticos*.  
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Izcará A. (2020). *Agroturismo: ¿Turismo y mundo rural, un binomio posible?* Investigación y comunicación para el desarrollo. Recuperado de:  
<https://www.albasud.org/noticia/es/1246/agroturismo-turismo-y-mundo-rural-un-binomio-posible>
- Ministerio de Turismo. (2016). *La reactivación continúa en agosto, mes de las haciendas y el turismo rural*. Recuperado de:  
<https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018, 12 de noviembre). *Reglamento Turístico de Alojamientos Turísticos*. Acuerdo Ministerial 24.  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/12/reforma-2018-Reglamento-ALojamiento.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018, 5 de octubre). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Acuerdo Ministerial 53. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/RO-Reglamento-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Informe de Tendencias globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019*. Recuperado de:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/Tendencias-De-Turismo-2019.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2019). *Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico*. Recuperado de: <https://bauldeturismo.com/wp-content/uploads/2019/10/Manual-de-estructura-de-productos-con-base-a-un-atractivo-tur%C3%ADstico-Mintur.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2021) *Chimborazo presenta su campaña de promoción e inaugura el entur 2021* (124). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/chimborazo-presenta-su-campana-de-promocion-e-inaugura-el-entur-2021/>
- Ministerio de Turismo. (2021) *El feriado del 09 de octubre muestra una clara recuperación del sector turístico* (114). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/el-feriado-del-09-de-octubre-muestra-una-clara-recuperacion-del-sector-turistico/>
- Ministerio de Turismo. (2021). *La reactivación continúa en agosto, mes de las haciendas y el turismo rural* (069). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/la-reactivacion-continua-en-agosto-mes-de-las-haciendas-y-el-turismo-rural/>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Riobamba será sede del encuentro nacional de turismo interno – entur 2021* (098). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/riobamba-sera-sede-del-encuentro-nacional-de-turismo-interno-entur-2021/>
- MINTUR. (2014). *Puntos de Información Turística en la Estrategia de Intervención para la implementación de Facilidades Turísticas*. Quito, Ecuador.
- MINTUR. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Quito, Ecuador.
- Molina, S., (1996). *Conceptualización del turismo*. Limusa, Mexico
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. Oxford University Press

- Nasimba, C. y Cejas, M. (2015). *Diseño de productos turísticos y sus facilidades*. *Qualitas*, 10, 22-39. ISSN: 1390-6569.
- OMT. (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. World Tourism Organization. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- OMT. (2008). *Glosario de términos de turismo*. World Tourism Organization. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- OMT. (s.f). *Turismo Rural*. Recuperado el: 11 de noviembre de 2021. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Pérez de las Heras, M. (2008). *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Editorial Mundi-Prensa, España.
- SENATUR. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. <https://asesorenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Varisco, C. (2013). *El Sistema Turístico*. Taller Interno de Capacitación: El Turismo en Santa Clara del Mar. Argentina. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2681>
- Vila N. y Carril V. (2012). *El agroturismo como alternativa de ocio. Análisis Del perfil de agroturista en el parc agrari del Baix llobregat (Cataluña)*. (tesis de grado). Universidad de Vigo
- Vinasco, M. (2017). *Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario*. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. 8(1), 95-106.

## **Anexos**

### **Formato de encuesta a posibles turistas**

1. Sexo
  - a) Masculino
  - b) Femenino
  - c) No especificado
2. Edad
  - a) 12-18
  - b) 14-26
  - c) 27 - 59
  - d) 60 años o mas
3. Estado civil
  - a) Soltero
  - b) Casado
  - c) Unión de hecho
  - d) Divorciado
  - e) Viudo
4. seleccione su ocupación
  - a) Desempleado
  - b) Estudiante
  - c) Trabajador sector publico
  - d) Trabajador sector privado
  - e) Empresario/negocio propio



5. ¿Cuál es su último nivel de escolaridad?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Universidad
- d) Posgrado
- e) ninguno

6. Ciudad en la que reside

Respuesta abierta

7. ¿Cuál es su rango de ingreso mensual?

- a) Menor al sueldo básico
- b) \$425 - \$600
- c) \$601 - \$800
- d) \$801 - \$1000
- e) Mayor a \$1001

8. ¿Cuál es su medio de transporte habitual al viajar?

- a) Propio
- b) Alquilado
- c) Transporte interandino
- d) Bus turístico

9. ¿En qué épocas prefiere viajar?

- a) Vacaciones
- b) Feriados
- c) Fines de semana
- d) Otros

10. En relación a la época que prefiere viajar ¿con qué frecuencia viaja por turismo?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Con frecuencia
- d) En ocasiones
- e) Casi nunca
- f) Nunca

11. ¿Cuántos días se queda en un destino?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 o mas

12. ¿Con quién viaja habitualmente?

- a) Solo
- b) Familia
- c) Amigos
- d) Grupos turísticos

13. ¿Cuál es el número de personas, aparte de usted, con las que acostumbra a viajar?

- a) 1
- b) 2 - 3
- c) 4 - 5
- d) 6 o mas

14. ¿Ha visitado el cantón Pallatanga?

- a) Si
- b) No

15. Indique el motivo de su visita al cantón Pallatanga

- a) Descanso
- b) Visita familiar
- c) Ecoturismo
- d) Turismo de aventura
- e) Otro \_\_\_\_\_

16. ¿Tiene algún conocimiento sobre las haciendas turísticas?

- a) Si
- b) No

17. Seleccione los servicios de su preferencia dentro de una hacienda turística

- a) Alojamiento
- b) Cafetería
- c) Restaurante
- d) Guianza
- e) Otro (especifique)

18. ¿Qué actividades preferiría realizar en una hacienda turística?

- a) Senderismo
- b) Observación y participación en la elaboración de quesos artesanales
- c) Participación en actividades agrícolas como la producción de papa china, yuca, toronja.
- d) Observación de manejo del ganado vacuno
- e) Pesca en estanques de la hacienda

- f) Cocina comunitaria (preparación de alimentos en conjunto con los turistas)
- g) Visita a atractivos de la zona (cascada Yahuarcocha, Bosque protector El Corazón)
- h) Cabalgatas
- i) Otro \_\_\_\_\_

19. ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse para disfrutar los servicios y actividades en una hacienda turística?

- a) 1 día
- b) 2 días
- c) 3 días
- d) 4 o más días

20. ¿Estaría interesado en visitar una hacienda turística en el cantón Pallatanga?

- a) Si
- b) No

21. ¿Cuál sería el gasto máximo diario en alojamiento, alimentación completa, actividades agro turísticas, guianza en la hacienda por persona?

- a) \$40 - \$60
- b) \$61 - \$80
- c) \$81 - \$100
- d) Más de \$101

22. Si desea información sobre una hacienda agroturística ¿Dónde la buscaría?

- a) Redes sociales
- b) Televisión
- c) Radio

- d) Páginas web de viajes y turismo
- e) Página web de la hacienda
- f) Otra: \_\_\_\_\_

23. ¿Qué redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) WhatsApp
- e) Tik Tok

24. ¿Cuál sería el medio de preferencia por el cual contrataría un paquete de viaje en la hacienda turística?

- a) Agencia de viaje
- b) Medio propio



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Zambrano Haro, Kelly Solange**, con C.C: # **0930455779** autora del trabajo de titulación: **Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga, para su uso en el diseño de productos de agroturismo**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

---

Nombre: Zambrano Haro, Kelly Solange

C.C: **0930455779**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Diagnóstico turístico de la Hacienda Haro del cantón Pallatanga, para su uso en el diseño de productos de agroturismo		
<b>AUTOR(ES)</b>	Zambrano Haro, Kelly Solange		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ. Segura Ronquillo, Shirley Carolina, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	22 de febrero del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	84
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Gestión de productos y servicios complementarios para el turismo Turismo consciente y sostenible Tendencias actuales del mercado turístico		
<b>PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:</b>	agroturismo, producto agroturístico, Pallatanga, Sistema turísticos		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El agroturismo es un tipo de turismo el cual, en Ecuador, no tiene el desarrollo o implementación que se esperaría de un país dedicado a la agricultura, considerando que es una posibilidad para que los pequeños productores generen fuentes de ingresos continuando con sus actividades habituales. Por lo que el presente trabajo se enfocó en el diseño de un producto agroturístico para la hacienda Haro ubicada en el cantón Pallatanga de la provincia de Riobamba, para lo cual se realizó un análisis situacional del cantón Pallatanga basados en los componentes del sistema turístico además de contar con el análisis de la hacienda mediante los elementos que componen un atractivo turístico. Esa información proporcionó una base con la cual trabajar, asimismo las encuestas complementaron la información para el diseño del producto agroturístico basado en las preferencias de los encuestados, adecuando los espacios en la hacienda y creando subproductos que sean capaces de prosperar en este ambiente. Del mismo modo se propusieron estrategias que permitirán al producto trascender y perdurar en el tiempo.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593 93194248	<b>E-mail:</b> Kelly.haro.2407@outlook.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Knezevich Pilay, Teresa Susana		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			