

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**“Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la  
Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la  
Parroquia rural El Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo  
de la oferta turística de la ciudad”**

**AUTORAS:**

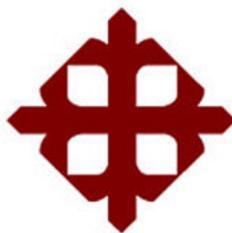
**Costales Garzón, Andrea Stephanie  
Vargas Toledo, Claudia Estefanía**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniero en administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras**

**TUTORA:**

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra; Msc.**

**Guayaquil, Ecuador  
2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Certificación**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Andrea Stephanie Costales Garzón y Claudia Estefanía Vargas Toledo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

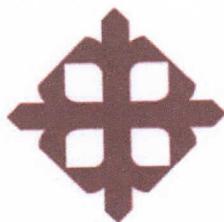
**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra; Msc.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Declaración de Responsabilidad**

Yo, **Andrea Stephanie Costales Garzón**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

Andrea Costales  
**Andrea Stephanie Costales Garzón**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Declaración de Responsabilidad**

Yo, **Claudia Estefanía Vargas Toledo**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

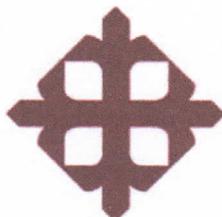
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

*Claudia Estefanía Vargas Toledo*

**Claudia Estefanía Vargas Toledo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Autorización**

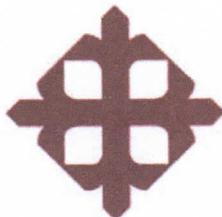
**Yo, Andrea Stephanie Costales Garzón**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA:**

*Andrea Costales*  
**Andrea Stephanie Costales Garzón**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Autorización**

**Yo, Claudia Estefanía Vargas Toledo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA:**

  
\_\_\_\_\_  
**Claudia Estefanía Vargas Toledo**

## Agradecimiento

Agradezco infinitamente la bendición de Dios, el poder gozar de su amor infinito y contar con la vida, la salud y la voluntad que me ha traído hasta este día. Le agradezco caminar a mi lado durante mis mejores y peores momentos. A la Virgen Maria, madre celestial, a quien le agradezco su protección y el guardar mis oraciones.

A mi amado papi, el Capt. Edison Rodrigo Costales Nicolalde, de quien recibí un apoyo incondicional hasta el día en el que su luz se apagó y fue llamado por Dios. Por su inspiración y gran ejemplo como profesional, por el cariño que siempre tuvo para ayudarme a enmendar mis errores, por sus palabras de aliento, por sus enseñanzas de la vida y su sabiduría al hablar. Por su paciencia a lo largo de mi formación personal y profesional. Le agradezco su amor completo abnegado desde que llegue a este mundo.

A mi mami, mi adorada Sory, quien ha sido mi compañera y mejor amiga en todo momento. Quien me ha enseñado firmeza y constancia. Le agradezco siempre exigir más de mí y ponerme a prueba, su confianza en mis destrezas como ser humano y en las profesionales. Sus conocimientos y experiencias que han hecho de mí una mujer fuerte. Su amor de madre, su preocupación y su entrega completa a mí, de eso le estaré agradecida toda mi vida.

A ambos les agradezco la dicha y fuente de inspiración quien es mi hermanita Melu. La persona por la cual he de luchar día a día para poder ser un ejemplo a seguir.

A mis tíos y tías, quienes me han regalado momentos hermosos en familia. Gracias por dibujar en mi rostro sonrisas en momentos en los que pensé que ya no me quedaban más. Los amo con todo mi corazón a todos y cada uno de ustedes. ¡Son muchos! Solo les diré que cuando los veo, cada uno de ustedes forma la mejor parte de mi ser y a pesar del tiempo, la distancia y los problemas son el mejor regalo de Dios.

A mi universidad, la institución que ha sido cuna de mis conocimientos. A mis muy queridos profesores, quienes han sido educadores, compañeros y consejeros. Gracias por su apoyo y comprensión.

A mí estimada compañera de tesis, Clau, quien se ha mantenido a mi lado en esta prueba tan grande. Por poder compaginar nuestras personalidades para llevar a cabo un gran proyecto, por aguantar mis malos humores y poder ser un apoyo durante esta investigación.

A Robert, mi schatzi, por ser comprensivo e incondicionalmente tierno y dulce durante estos últimos estresantes meses. Agradezco tus detalles y tus palabras, tu apoyo y entendimiento.

**ANDREA STEPHANIE COSTALES GARZÓN**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme salud para poder culminar esta hermosa carrera, que se ha convertido en una pasión que con tanta emoción y sacrificio he logrado obtener con bendiciones.

A mi papito Jorge Vargas, quien con su humildad, generosidad y carisma ha hecho de mí las mejores virtudes, por ser un hombre trabajador, luchador en todo el sentido de la palabra y a pesar de no estar de acuerdo con mi carrera me brindó el apoyo necesario para que nada me falte.

A mi mamita querida Genoveva Toledo, quien con su esfuerzo, paciencia, dedicación, preocupación, amor, enseñanzas y consejos ha formado a sus tres hijos de una manera tan especial, dando mucho sin esperar nada a cambio.

De manera especial agradezco a mi hermana Jessica, que con su apoyo incondicional ha convertido en mí una persona responsable y fuerte, y que a pesar de ser una persona ocupada siempre ha sacado tiempo para mí, así sea en horas de trabajo abriendo la puerta de su oficina para ayudarme en cualquier cosa que le pida.

A mi tío y jefe Ing. Claudio Toledo por darme la oportunidad de estudiar y trabajar pese a que mis horarios no eran los óptimos.

A mis profesores, quienes han desempeñado un papel muy importante en mi vida profesional con sus enseñanzas.

A todos mis amigos y colegas, que me han ayudado dándome tips para culminar con el proyecto.

A mi tutora Lcda. Mariela Pinos, por brindarnos su tiempo, ayuda y conocimientos para que se pueda llevar acabo esta propuesta.

**CLAUDIA ESTEFANÍA VARGAS TOLEDO**

## **Dedicatoria**

Le dedico mi esfuerzo y mis grandes luchas a un ser humano que lo fue y sigue siendo todo para mí. El único hombre en el mundo que nunca me dijo que “no” frente a una necesidad. Un hombre al cual pude acudir en mis momentos de duda, de tristeza y de exaltación. A alguien en quien podía confiar mis miedos y quien me daba seguridad entre sus brazos y sus palabras de conciliación. Alguien quien compartía mi felicidad, mis logros y hasta mi comida favorita. A un padre que es un ejemplo, quien con su estilo de vida y con la humildad que albergaba en su corazón, me enseñó cosas de la vida que me han abierto los ojos y me han hecho más sensible y sensata. Un hombre correcto, justo, inteligente, bondadoso, inspirador, profesional, talentoso y sobretodo el mejor de los padres.

Le dedico este proyecto porque fue usted quien me inspiro a incursionar en esta fantástica carrera que ahora estoy culminando. Nos quedó mucho más por compartir, solo me queda amarle, pensarle y rezarle todos los días que me restan sobre la tierra.

Lo amo papito,

**ANDREA STEPHANIE COSTALES GARZÓN**

## **Dedicatoria**

A mis padres les dedico este gran logro, por ser pilares fundamentales en mi vida, por ser tan buenos padres, por su protección y cariño, por darme una buena educación y estar pendiente de mí en cada momento, gracias a ustedes estoy donde estoy y sé que cada paso que dé, siempre lo haré pensando en ustedes como muestra de gratitud por todo lo que han hecho por mí. Ahora me toca demostrar la inversión que hicieron en mí.

A mi sobrina Luciana que a pesar de su corta edad ha sido mi mayor inspiración y motivación del día a día, para que siempre se sienta orgullosa y poder ser su ejemplo a seguir. Mis triunfos son los tuyos también muñequita hermosa!

En especial dedico a una mujer ejemplar, quien ha estado a mi lado cada momento de mi vida, la que siempre ha creído en mi cuando nadie lo ha hecho, mi mejor amiga, mi compañera de aventuras, mi segunda madre, mi hermana Jessica, te dedico todo este triunfo a ti como muestra a todo el apoyo, esfuerzo y confianza que has puesto en mi a lo largo de mi formación profesional. Finalmente y no menos importante a Dios por darme una hermosa familia que me apoya en todo momento y brindarle salud día a día.

Esto es por ustedes y para ustedes.

**LOS AMO, GRACIAS!**

**CLAUDIA ESTEFANÍA VARGAS TOLEDO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>COSTALES GARZÓN ANDREA STEPHANIE</b>	
<b>VARGAS TOLEDO CLAUDIA ESTEFANÍA</b>	

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra; Msc.  
TUTORA**

# Índice General

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Antecedentes</b> .....	3
<b>Planteamiento del Problema</b> .....	8
<b>Formulación del Problema</b> .....	10
<b>Justificación del Tema</b> .....	11
<b>Objetivos</b> .....	12
<b>Objetivo General</b> .....	12
<b>Objetivos Específicos</b> .....	12
<b>Capítulo I. Marco Contextual y Metodología</b> .....	13
<b>Marco Teórico</b> .....	13
<b>Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout.</b> .....	14
<b>Teoría de la experiencia de John Dewey.</b> .....	15
<b>Teoría de calidad Phillip Crosby.</b> .....	16
<b>Marco Legal</b> .....	16
<b>Plan Nacional para el Buen Vivir.</b> .....	18
<b>Plan de Turismo 2020.</b> .....	18
<b>Marco Conceptual</b> .....	18
<b>Sistema turístico.</b> .....	18
<b>Centro turístico.</b> .....	19
<b>Enoturismo.</b> .....	19
<b>Producto turístico.</b> .....	20
<b>Vitivinicultura.</b> .....	20
<b>Marco Referencial</b> .....	20
<b>Chaupi Estancia Winery</b> .....	20
<b>Marqués de Cáceres</b> .....	21
<b>Waterford Estate.</b> .....	23
<b>Capítulo II. Diagnostico Turístico</b> .....	25

<b>Planta Turística y Equipamiento</b> .....	25
<b>Infraestructura</b> .....	25
<b>Comunidad Receptora Guayaquil</b> .....	27
<b>Gobernanza</b> .....	27
<b>Comunidad Receptora de San Miguel</b> .....	29
<b>Demanda</b> .....	30
<b>Atractivos Turísticos Relevantes</b> .....	30
<b>Tabla de Jerarquía</b> .....	31
<b>Capítulo III. Metodología de la Investigación</b> .....	32
<b>Método de Investigación</b> .....	32
<b>Enfoque de la Investigación</b> .....	32
<b>Tipo de Estudio</b> .....	33
<b>Técnicas de Recolección</b> .....	33
<b>Diseño de la Investigación</b> .....	34
<b>Universo o población de estudio.</b> .....	34
<b>Muestra.</b> .....	34
<b>Técnicas de Recolección de Datos</b> .....	36
<b>La encuesta.</b> .....	36
<b>Objetivos de la encuesta</b> .....	36
<b>Presentación y análisis de resultados.</b> .....	36
<b>Capítulo IV. Propuesta de Desarrollo de Producto Enoturístico en la Hacienda</b>	
<b>Dos Hemisferios</b> .....	44
<b>Justificación</b> .....	44
<b>Objetivos del Proyecto</b> .....	45
<b>Objetivo general.</b> .....	45
<b>Objetivos específicos.</b> .....	45
<b>Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto</b> .....	45
<b>Competencia</b> .....	46
<b>Líneas de Productos Turísticos</b> .....	46
<b>Análisis FODA</b> .....	46
<b>Análisis PESTA</b> .....	48
<b>Aspecto político</b> .....	48
<b>Aspecto económico</b> .....	49

<b>Aspecto tecnológico.....</b>	<b>50</b>
<b>Aspecto social.....</b>	<b>51</b>
<b>Aspecto ambiental.....</b>	<b>51</b>
<b>Articulación con el PLANDETUR, PIMTE, Plan Nacional para el Buen Vivir, Constitución del Ecuador .....</b>	<b>52</b>
<b>Ministerio de Turismo.....</b>	<b>54</b>
<b>Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador. ....</b>	<b>54</b>
<b>Plan Nacional para el Buen Vivir.....</b>	<b>55</b>
<b>Problemas Detectados en la Salida de Campo .....</b>	<b>57</b>
<b>Necesidades de intervención .....</b>	<b>58</b>
<b>Clasificación de necesidades por eje de acción del PLANDETUR. ....</b>	<b>59</b>
<b>Proyectos de Implementación.....</b>	<b>60</b>
<b>Cronograma de Intervenciones del Ministerio de Turismo .....</b>	<b>76</b>
<b>Propuesta de producto turístico .....</b>	<b>77</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>79</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>80</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Valores de paquetes turísticos en Chaupi Estancia Winery</i> .....	21
Tabla 2. <i>Valores de paquetes turísticos en el viñedo Marqués de Cáceres</i> .....	22
Tabla 3. <i>Horarios de atención de la viña Marqués de Cáceres</i> .....	22
Tabla 4. <i>Valores por paquetes turísticos en la hacienda Waterford Estate</i> .....	23
Tabla 5. <i>Estimación de llegada a la Hacienda Dos Hemisferios en el recinto San Miguel</i> .....	26
Tabla 6. <i>Planes de desarrollo gubernamentales aplicados a la ciudad de Guayaquil</i> ..	28
Tabla 7. <i>Medios de transporte con sus respectivas distancias</i> . .....	29
Tabla 8. <i>Atractivos del Recinto San Miguel</i> . .....	30
Tabla 9. <i>Jerarquización de atractivos</i> . .....	31
Tabla 10. <i>Cuadro de problemas</i> . .....	58
Tabla 11. <i>Clasificación de las necesidades por eje de acción del PLANDETUR</i> .....	59
Tabla 12. <i>Proyecto 1</i> .....	60
Tabla 13. <i>Proyecto 2</i> .....	62
Tabla 14. <i>Proyecto 3</i> .....	63
Tabla 15. <i>Proyecto 4</i> .....	65
Tabla 16. <i>Proyecto 5</i> .....	66
Tabla 17. <i>Proyecto 6</i> .....	67
Tabla 18. <i>Proyecto 7</i> .....	69
Tabla 19. <i>Proyecto 8</i> .....	70
Tabla 20. <i>Proyecto 9</i> .....	71
Tabla 21. <i>Proyecto 10</i> .....	72
Tabla 22. <i>Proyecto 11</i> .....	73
Tabla 23. <i>Proyecto 12</i> .....	74
Tabla 24. <i>Cronograma de intervenciones del Ministerio de Turismo</i> .....	76
Tabla 25. <i>Propuesta de producto turístico</i> . .....	77

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Recolección de uva en el viñedo.....	2
<i>Figura 2.</i> Cepa de uvas.....	3
<i>Figura 3.</i> Botella de Vino- Paradoja.....	4
<i>Figura 4.</i> Botella de Vino- Bruma.....	5
<i>Figura 5.</i> Botella de Vino- Enigma.....	5
<i>Figura 6.</i> Botella de Vino- Del Morro.....	6
<i>Figura 7.</i> Botella de Vino- Travesía.....	6
<i>Figura 8.</i> Producción Mundial de Vino.....	8
<i>Figura 9.</i> Suprasistema Socio-Cultural.....	19
<i>Figura 10.</i> Entrada de extranjeros al Ecuador.....	34
<i>Figura 11.</i> Edad de los Encuestados.....	36
<i>Figura 12.</i> Lugar de Procedencia de los Encuestados.....	37
<i>Figura 13.</i> Sexo de los encuestados.....	37
<i>Figura 14.</i> Cuantas veces al año viajan los encuestados.....	37
<i>Figura 15.</i> Mes de probabilidad de viaje a Guayaquil.....	38
<i>Figura 16.</i> El Morro y sus alrededores.....	38
<i>Figura 17.</i> Conocimiento sobre el Enoturismo.....	39
<i>Figura 18.</i> Personas que conocen un viñedo.....	39
<i>Figura 19.</i> Interés de personas en ir a visitar un viñedo.....	40
<i>Figura 20.</i> Actividades que les gustaría realizar a los turistas.....	40
<i>Figura 21.</i> Disponibilidad de personas para recorrer un día el viñedo.....	41
<i>Figura 22.</i> Porcentaje de aceptación de rango de precios por los servicios.....	41
<i>Figura 23.</i> Con quien desearían compartir esta experiencia.....	42
<i>Figura 24.</i> Porcentaje de aceptación de rango de precios por los servicios.....	42
<i>Figura 25.</i> Render de Baterías Sanitarias.....	61
<i>Figura 26.</i> Render de Cava.....	63
<i>Figura 27.</i> Render de Vía de Acceso.....	67
<i>Figura 28.</i> Render de Fachada.....	70

## Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de un plan de desarrollo de producto enoturístico o turismo de vino en la hacienda Dos Hemisferios, en el recinto San Miguel de la Parroquia rural El Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad.

Para el estudio de investigación se han establecido varios capítulos con el fin de abarcar los diferentes objetivos estipulados. El primer capítulo se basa en las distintas teorías aplicadas que fundamentan la investigación; el segundo capítulo contiene el diagnóstico turístico, donde se hace un análisis de entorno mediante fichas de investigación y catastros municipales que detallan los datos generales, características principales del centro turístico y en donde se detectan las necesidades primordiales del recinto y de la hacienda Dos Hemisferios.

En el tercer capítulo se plantea la metodología de la investigación; el tipo de mercado al cual va dirigido, las técnicas necesarias para la recolección y selección de datos, tal como encuestas y entrevistas a turistas.

En el cuarto capítulo se desarrolla la idea central del proyecto; donde se plantea los problemas junto con sus necesidades, creando futuras soluciones como facilidades turísticas, promoción del lugar y las capacitaciones a empleados para contribuir a la formación profesional. Se encontrara un cronograma del presupuesto de la propuesta implementada.

Finalmente se encuentran las conclusiones y recomendaciones para permitir coadyuvar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

**Palabras Claves: Enoturismo, Producto Turístico, Oferta, Sistema Turístico, Viñedo.**

## **Abstract**

The current project is intended to create a development plan for enotourism products or wine tourism in the estate called “Hacienda Dos Hemisferios”, located in San Miguel, parish El Morro, in Guayaquil to promote the tourism offer of the City.

In the research project different stated objectives have been established in order to cover each of them. The first chapter is based on several applied theories that support the research project; the second chapter contains the touristic diagnosis with an analysis of the environment through research data sheets and municipal land registers detailing the general data, main features of the estate and where the basic needs of the place and the “Hacienda Dos Hemisferios” are detected.

In the third chapter, there is a deeply insight on the methodology; the type of market to which it is targeted, the necessary techniques for data collection and selection such as surveys and interviews with tourists.

In the fourth chapter, the central idea of the project is developed; where problems arise together with their needs, creating future solutions as tourist facilities, promotion of the place and training employees to contribute to the professional formation. It is also found a schedule of the implemented budget proposal.

Finally there are the conclusions and recommendations that allow to contribute in the viability and profitability of the project.

**Key Words: Enotourism, Tourist Product, Offer, Tourist System, Vineyard.**

## Introducción

En Europa la cosecha y elaboración del vino empieza desde las historias bíblicas hasta su descubrimiento en Cáucaso, una región natural entre el mar negro y el mar caspio, siete mil años atrás. Con la evolución de la agricultura, se han implementado campos de uva en el cual nacen los viñedos, dando como resultado una bebida alcohólica de donde se generan varios tipos, que cuentan una historia diferente tanto de producción como de ingenios ancestrales.

Los egipcios etiquetaban sus botellas de vino por la importancia que tenía para ellos el origen de la cepa. Es por esta razón, que con el pasar del tiempo, la denominación de origen se ha convertido en un valor agregado para aquellas bebidas que la tienen. El consumidor se empezó a interesar en la cosecha y elaboración del producto a lo cual los viñedos respondieron abriendo sus puertas y empezando de esta forma el turismo de vino.

De acuerdo con Zamora y Barril (2007):

“La actividad turística evolucionó durante los últimos 20 años en torno a temas específicos para satisfacer así la creciente demanda de un amplio rango de viajeros que van desde el curioso, el desinformado y el aficionado hasta los conocedores y expertos. De esta manera se da inicio -en el caso de la industria vitivinícola- a lo que se conoce como Enoturismo o Turismo del Vino, que es una de las variantes del turismo temático” (p. 173).

En esta actividad se introduce al turista a la historia del vino desde sus inicios hasta la actualidad, integrándolo a las actividades de cosecha mostrando las variedades de uvas mientras se crea una conexión con la naturaleza.

De acuerdo con datos expedidos por la Organización Internacional de la Viña OIV (2014), son diez los países que se encargan de la producción del 80% del vino en el mundo; además define a tres regiones vinícolas que son: Italia, España y Francia.

Como resultado al crecimiento de la actividad turística a nivel mundial y junto con el nacimiento del turismo experimental, los viñedos se dan a conocer por sus recorridos dándole el nombre de Enoturismo. En esta actividad se introduce al turista a la historia del vino desde sus inicios hasta la actualidad, integrándolo a las actividades de cosecha mostrando las variedades de uvas mientras se crea una conexión con la naturaleza.

El recinto San Miguel está ubicado en las latitudes 2°31'33.7"S 80°18'48.4"W, a 86 kilómetros de distancia de Guayaquil en la provincia del Guayas convirtiéndose en el único viñedo en producción de vino en la costa ecuatoriana. Dos Hemisferios, ha sacado al mercado cinco marcas de vinos que han sido galardonados a nivel mundial por su exquisita cepa.

Por esta razón se propone investigar la implementación de la actividad de enoturismo en el lugar y crear así una cultura vitivinícola en donde el turista pueda explorar el vino desde otra perspectiva usando sus cinco sentidos, siendo pioneros en esta actividad en la costa ecuatoriana, y a su vez crear una experiencia única al turista nacional e internacional.



*Figura 1.* Recolección de uva en el viñedo. Tomado de “Viñedos” por Dos Hemisferios s.f. Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

## Antecedentes

Entre escrituras, mitos e imágenes, el vino ha trascendido desde inicios de la humanidad hasta la actualidad sin transformaciones o cambios. La vid puede aclimatarse en distintos lugares y esto es comprobado por la diversa producción alrededor del mundo. La elaboración se ha mantenido desde los inicios, el cuidado de su cultivo y su fermentación son secretos que guardan las grandes cavas para cuidar su calidad y prestigio.

Dos Hemisferios es un viñedo ubicado en San Miguel de El Morro, llamado así en honor a la posición geográfica del Ecuador. El sector donde está ubicado se dedica a la agricultura, es una hacienda privada que a su alrededor tiene haciendas productoras de cacao, café, pitahaya, entre otras frutas con la excepción de la uva de vino.

De acorde a la página de La Hacienda Dos Hemisferios (2016) se obtuvo la siguiente información.

El nacimiento del viñedo es posible por el injerto de la vid en el suelo de El Morro. La vid, de origen Argentino, fue un experimento para comprobar la posibilidad de sembrar un viñedo en el calizo suelo de la costa Ecuatoriana. El Ecuador no cuenta con las cuatro estaciones climáticas por su ubicación geográfica y dificulta la cosecha de la uva para la producción del vino.



*Figura 2.* Cepa de uvas. Tomado de “Viñedos” por Dos Hemisferios s.f. Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

Tras ocho años de siembra y cosecha del vino junto con la colaboración de Abel Furlán, uno de los mejores enólogos de Mendoza, se hizo posible la creación de cinco marcas de vino, las cuales han sido galardonadas por su trayectoria. La creación de los nombres Paradoja, Bruma, Enigma, Del Morro y Travesía se basa por los diferentes obstáculos por los que ha pasado la cosecha del vino in situ, creando así más interés por saber de su historia.

La solución de Dos Hemisferios fue un conjunto con el clima del lugar y la implementación del Canal de CEDEGE, que ambientaron el suelo para la producción de la uva.

En el 2006 nace Paradoja es la mezcla de Cabernet Sauvignon 50% y Malbec 50%. Se lo bautizo así por lo que hacer vinos en el Ecuador es una paradoja.

En el 2008 salió a la venta con una producción de 1.200 botellas que fueron comercializadas entre amigos y conocidos que quedaron extasiados por el aroma, sabor y color de este vino, ya que se recuerda a la ciruela, vainilla, café, y coco. La intensidad aromática se debe a que la uva se desarrolló en un ambiente cálido y con pocos días de alta temperatura debido a que la influencia marítima de la corriente fría de Humboldt, que tiene una influencia importante en esa zona.



*Figura 3.* Botella de Vino- Paradoja. Tomado de “Vinos” por Dos Hemisferios s.f.  
Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

A partir de la primera cosecha y producción de vino, nace su segunda producción llamada “Bruma”, ensamble de Cabernet Sauvignon y Merlot, en el 2007.

Posee tonos rojo rubí, con un aspecto brillante. De mediana intensidad, propia de las variedades que se desarrollan en esta zona, tiene una alta intensidad en el aroma que hace que recuerde a las ciruelas pasas, cerezas, frambuesas y pimientos, como también chocolate y vainilla.



Figura 4. Botella de Vino- Bruma. Tomado de “Vinos” por Dos Hemisferios s.f.  
Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

Para agrandar su gama de vinos, en el 2008 propusieron sembrar uva de vino blanco a la cual, por el desconocimiento de factibilidad de producción, lo llamaron “Enigma” un Chardonnay 100%.

Posee aromas típicos que recuerda a la piña, durazno, coco, frutas blancas, miel, este varietal se adecua bien en la mayoría de las regiones vitivinícolas, es en San Miguel del Morro donde su expresión varietal se desarrolla intensamente.



Figura 5. Botella de Vino- Enigma. Tomado de “Vinos” por Dos Hemisferios s.f.  
Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

En el mismo año (2008), en honor a las tierras de donde nació el viñedo donde fue posible cultivar las uvas que dieron vida a estos vinos únicos en su género, Dos Hemisferio saca el vino llamado “Del Morro” un Cabernet Sauvignon.

Su aroma recuerda a la cereza, ciruela pasa, adicional se puede percibir la pimienta, el pimiento, coco, chocolate y vainilla.



*Figura 6.* Botella de Vino- Del Morro. Tomado de “Vinos” por Dos Hemisferios (s.f.). Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

El segundo Cabernet Sauvignon que sacó el viñedo fue en reconocimiento a sus primeros cinco años de producción, “Travesía” en el 2011, un recorrido de una década en el mundo de los vinos.



*Figura 7.* Botella de Vino- Travesía. Tomado de “Vinos” por Dos Hemisferios s.f. Recuperado de <http://www.doshemisferios.com/>

Dos Hemisferios ha participado en el evento que se lleva a cabo en el Ecuador llamado “La Gala del Vino Ecuador”, en el que participan 200 muestras provenientes de países como Francia, Chile, Argentina y España. El jurado internacional hace catas ciegas de las muestras que luego son

reconocidas. Entre la premiación del año 2009, Enigma fue premiado con Medalla de Plata y una mención a Mejor Blanco Ecuatoriano junto con Paradoja que gano una mención al Mejor Tinto Ecuatoriano.

En el año 2011, Travesía se destacó al ser premiado con Gran Medalla de Oro en el evento de “Gala del Vino Ecuador” al igual que Paradoja el cual obtuvo Medalla de Plata dentro de su tipo. Al momento Dos Hemisferios se encuentra produciendo 50.000 botellas al año a nivel nacional.

En Mendoza Argentina, cada dos años, se realiza el Concurso Internacional de Vinos y Bebidas Espirituosas de Origen Vínico. En el 2009 el producto de Dos Hemisferios y 800 muestras de alrededor del mundo participaron y fueron evaluadas frente a 90 catadores internacionales del cual el viñedo ecuatoriano fue premiado por su Chardonnay llamado Enigma Medalla de Oro.

En el 2010, Ecuador formo parte de los países premiados por su vino en el VII Concurso Internacional de Vinos y Licores en Latinoamérica VINUS 2010 del Bicentenario. Entre países vitivinícolas como Argentina, Chile, Uruguay, Israel, Republica Checa y Brasil, Ecuador fue premiado con tres medallas en cada muestra que llevo: Enigma y Paradoja con medalla de oro y Bruma con medalla de plata.

## Planteamiento del Problema

La economía de las colonias españolas de América están asociadas por sus grandes latifundios, las oligarquías terrenales y la producción primaria, este modelo junto con otros sistemas económicos se creó el espacio vitivinícola, el cual se caracteriza por hacer posible el acceso de una pequeña propiedad al jornalero tanto en Europa como en América.

Las viñas generaron el desarrollo de una agricultura intensiva de pequeños propietarios, orientada a la industria con ciertos niveles de complejidad técnica, alta movilidad social y capacidad de generar una incipiente burguesía, mismo que se implementó para la industria de la vid y el vino alcanzando un grado relevante de desarrollo económico de algunos países.

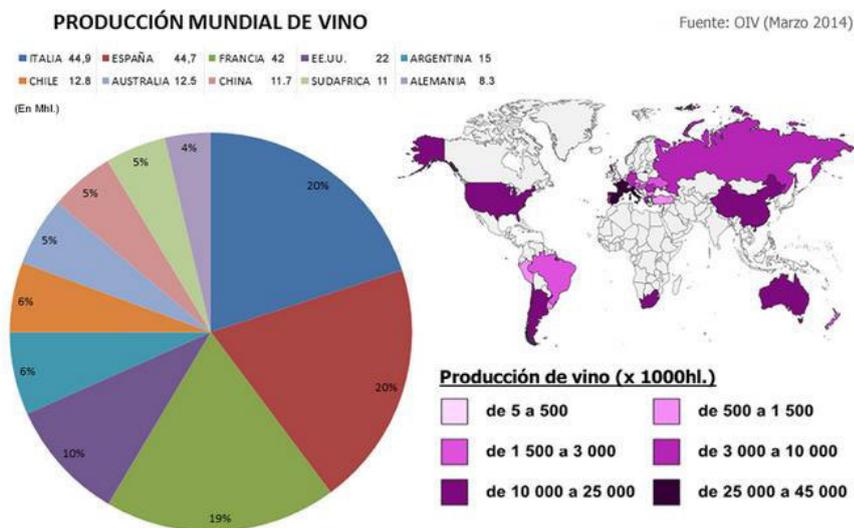


Figura 8. Producción Mundial de Vino. Tomado de “Producción de vino” por Organización Mundial de la Viña y el Vino (OIV), 2014. Recuperado de <http://www.oiv.int/es/>

Como se puede apreciar en la imagen países del continente Americano como EE.UU., Argentina y Chile ocupan un importante lugar entre los 10 países productores de vino a nivel mundial, por lo cual se han destacado en concursos internacionales por sus vinos producto de sus viñedos.

A las características comerciales tradicionales del vino, se le ha incorporado otro valor fundamental que es el atractivo turístico. Este fenómeno, que se expande a nivel mundial, es una nueva forma de hacer turismo promoviendo el conocimiento de la actividad vitivinícola en su totalidad y en el lugar de origen. Esta alternativa se conoce con el nombre de enoturismo, donde la promoción de los recursos del vino, puede acoplarse con el turismo gastronómico en conjunto (Oliveira, 2011) pudiendo captar turistas interesados en ambos conceptos.

Alrededor del mundo se podrá encontrar diversidades de turismo, se establecen por medio de actividades que el turista realiza en un determinado lugar. Países como Ecuador se destaca por su Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo Comunitario Turismo de Sol y Playa, entre otros, creando interés en los turistas a los turistas por ser un país pluricultural.

El Ecuador no cuenta con un lugar específico donde se puedan realizar varias actividades en un viñedo tales como cata de vino, recorrido del área con guía y detalle de la historia de la uva y del viñedo, para ingresar al mercado se debe para captar al turista de una manera dinámica mediante una propuesta que se implementará en el presente proyecto.

Arturo García Rosa, presidente del SAHIC (Conferencia Sudamericana de Inversiones en Hoteles y Turismo), en su octava edición en Lima, respondió preguntas inclinadas al crecimiento del turismo. De acuerdo con Revista Líderes (2015), García comentó que como América Latina, el negocio de hotelería y turismo es muy joven y poco desarrollado en comparación al continente Europeo, el hemisferio norte y recientemente Asia, pero que al igual que todo desarrollo, la industria en el hemisferio sur se está adaptando a aquellos mercados que demandan niveles altos de servicios, el verdadero reto es seguir creciendo.

El presidente de SAHIC, Arturo García Rosa, comenta que entre los países con mejor desempeño se encuentra Ecuador y Bolivia. Bolivia a diferencia de otros países, tiene una oferta por detrás de la demanda,

convirtiéndose en un lugar para inversiones a futuro. Mientras que Ecuador, se encuentra entre los pocos países sudamericanos en crecimiento interanual por encima de la región dejándose ver como un país constantemente evolutivo en el turismo.

Para García, América Latina es codiciada por tener una cultura interesante y amigable, de manera que el turista fácilmente puede llevarse consigo una experiencia diferente de cualquier otro continente o incluso del continente norteamericano (Revista Líderes, 2015). Por los destinos encontrados en Ecuador, el país se destaca por el turismo de Sol y Playa, Aventura y por su capital económica Guayaquil, las convenciones y conferencias se ha incluido en los tipos de turismo que ofrece el país, pero aún no destacan el Agroturismo o en su defecto el Enoturismo.

Los extranjeros disfrutan de recursos inmensos que aún no tienen valor a diferencia de países como Panamá y la capital de Colombia, que como García lo explica, son lugares saturados donde tienen más oferta que demanda por su desarrollo inmobiliario.

A pesar de que el Ecuador es conocido como un país biodiverso, científicos califican los suelos de la Costa como no aptos para sembrar la vid. Expertos en enología realizaron varios estudios en la Hacienda Dos Hemisferios y concluyeron que la única posibilidad de producir la uva era importando su raíz. Una gran ayuda al desarrollo agrícola al recinto San Miguel fue la implementación de un canal, el cual sirvió como fuente de agua para el riego.

A nivel Costa, el viñedo Dos Hemisferios es el único en su tipo, a diferencia de la Sierra donde existen viñedos que realizan tours, esta parte del Morro es poco turística y sus alrededores son usados en lo mínimo para el turismo.

## **Formulación del Problema**

El desarrollo de un producto de Enoturismo mejorará la oferta turística de la ciudad de Guayaquil.

## **Justificación del Tema**

Según el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE, 2014), el país en su biodiversidad, se destaca por contar con destinos que engloban Sol y Playa, Comunidad, Aventura y Deporte, Ecoturismo, Cultura, Parques Temáticos, Cruceros, Salud y Agricultura. En cuanto a Agroturismo, PIMTE se refiere a actividades como: hacienda, fincas y plantaciones, las cuales no venden a este tipo de turismo con una diversidad de actividades.

Se busca diversificar la oferta de agroturismo en el país, específicamente en la costa ecuatoriana. Fomentar, a través de la actividad turística en la hacienda Dos Hemisferios y junto con la vinculación del recinto San Miguel, el turismo del vino el cual no ha sido explotado aun en esta región del país.

En la Parroquia Rural El Morro, en el recinto San Miguel, donde está ubicado el viñedo se encuentran caseríos, los cuales ayudan a generar ese ambiente agrícola que se respira al adentrarse a la zona. Se busca contar con la ayuda de familias, para crear esa experiencia de cercanía con el recinto, le dará a la experiencia la esencia de la cultura.

El vino como tal es de consumo especial, se busca crear una experiencia diferente a la perspectiva de simplicidad que los consumidores tienen de una botella de vino. Lograr capacitar al turista con la ciencia detrás del cultivo, tradición y la historia que lleva consigo cada elaboración de manera que su experiencia resulta practica al usar sus sentidos.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer el desarrollo de un producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios ubicado en el recinto San Miguel, Parroquia rural El Morro, cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar turísticamente la ciudad de Guayaquil, como centro turístico del producto.
- Realizar el estudio de mercado, para definir los componentes y la aceptación del producto turístico.
- Desarrollar un producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios.

## Capítulo I. Marco Contextual y Metodología

### Marco Teórico

La aportación a la calidad de Richard Schonberger (2008), quien habla de un servicio globalizado al que él lo denomina “Clase Mundial”, fue entregar un producto que cambie los procedimientos y conceptos de la empresa que a su vez tiene efecto en sus proveedores, colaboradores, productores, distribuidores y clientes.

Para que una empresa este categorizada en la “Clase Mundial” esta debe cumplir con las 7 claves de Schonberger: reducción de tiempo de entrega, así como también la reducción de los costos de operación, el tiempo que demorara el producto en su lanzamiento al mercado, exceder las expectativas del cliente, aumentar la sub-contratación de los servicios de terceros, administrar la empresa de manera global y mejorar la proyección de la empresa.

Para vender el producto se debe tener en cuenta el tiempo de entrega, los circuitos que realiza el programa dentro de la hacienda en El Morro deben tener un tiempo determinado para evitar atrasos y congestión. Para evitar los excesos en los costos de operación, el departamento de recursos humanos se encargara de contratar a personal de apoyo de los profesionales, que a su vez trabajen en conjunto para aprender de la materia.

Al momento de lanzar el producto al mercado, este debe darse con rapidez y ubicado en puntos estratégicos para llegar al mercado objetivo. La demora de la propaganda podría resultar en disminución a la demanda interna. Para exceder las expectativas, el servicio debe estar en pleno conocimiento de los servicios en el extranjero, ya que el mercado ha tenido experiencias previas del enoturismo.

El enoturismo, de acuerdo con Picornell y Melero (2013), se desarrolla básicamente en países altamente productores de vino como lo es

el viejo mundo, que impacta recientemente en la industria vitivinícola a nivel internacional por la actividad turística que se desarrolla en estos lugares.

### **Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout.**

La mejor manera de penetrar en la mente del otro es ser el primero en llegar. Según Mora (s.f), para Al Ries y Trout el posicionamiento más efectivo y fácil es de aquel producto que llega primero a la mente del consumidor dándole la oportunidad de ser quien lidere un mercado. La implementación de un producto turístico en la Hacienda Dos Hemisferios la convertirá en pionero quien será el encargado de dar a conocer el enoturismo en la costa ecuatoriana. El inicio de este turismo facilitara el posicionamiento en la mente del cliente junto con el liderazgo en el mercado ya que en la costa aún no hay competencia del mismo producto a ofrecer.

Es importante reconocer que por ser primeros en el mercado la definición de la segmentación es fundamental para crecer. Según Zapata (s.f), para Al Ries y Trout es mortal buscar complacer diferentes tipos de clientes cuando se empieza de cero, para brindar un mayor grado de satisfacción se debe tener las características específicas del mercado objetivo.

En los negocios al igual que en el matrimonio, se debe impactar primero y luego procurar que no haya ningún cambio. En esta analogía del matrimonio con el liderazgo, Zapata (s.f) señala que es de suma importancia mantenerse en la primera opción del cliente, con el continuo deslumbramiento. Para la aplicación del continuo éxito del viñedo y el producto turístico se establecerán metas a corto plazo dentro de los servicios para garantizar un futuro estable incrementando las actividades que se puedan realizar dentro de la Hacienda Dos Hemisferios dando como resultado un producto cada vez más completo y diversificado.

Acotan que el liderazgo en el mercado no significa el final del programa de mejora, sino el inicio de un gran proceso a seguir. El consumidor es un ser emocional y no racional.

Según Zapata (s.f), Al Ries y Trout han determinado que la forma de llegar al cliente es llegando a ellos por medio de sus emociones y no esperar un razonamiento para hacer una elección de producto. Al reconocer este método de posicionamiento, se puede vender a la experiencia en el viñedo como una manera de reconectarse con los sentidos creando una conexión profunda entre el producto y el turista.

### **Teoría de la experiencia de John Dewey.**

Según lo expuesto por Ruiz (2013), para Dewey el pensamiento constituye un instrumento (tanto para los adultos cuanto para los niños) destinado a resolver situaciones problemáticas que surgen en el curso de las actividades, es decir, los problemas de la experiencia.

Ante el estudio del aprendizaje experimental, Feinberg y Torres (2014) exponen que la persona como ser racional, al momento de ejecutar una actividad, ésta activa los sentidos de manera que genera una enseñanza permanente en el ser humano. Es decir, que si hay un aprendizaje intelectual previo a la ejecución práctica de lo aprendido, tiene mejores resultados que un aprendizaje únicamente literario.

Dewey, junto con su filosofía, abre puertas al turismo como una herramienta complementaria al aprendizaje por su experiencia vivencial. Como misión de la implementación del producto enoturístico en la hacienda dos hemisferios, se busca implementar la experiencia en un ambiente de enseñanza entre el entorno y el turista.

Feinberg y Torres (2014) exponen que Dewey sugiere cuatro elementos esenciales para el aprendizaje: la experiencia, datos que ayuden a la reflexión y comparación entre lo experimentado y aprendido, ideas y fijación de lo aprendido.

El recorrido en el viñedo contará con la guía de una persona capacitada y por medio de una exposición le da a conocer al turista el material con el que se trabaja, las técnicas y el procedimiento creando la experiencia participativa.

## **Teoría de calidad Phillip Crosby.**

“La calidad no cuesta. No es un regalo, pero es gratuita. Lo que cuesta dinero son las cosas que no tienen calidad – todas las acciones que resultan de no hacer bien las cosas a la primera vez” (Crosby, 1998, p. 10).

Crosby (1998) sostiene que la calidad no tiene costo, mantener un alto estándar en el producto o servicio no representa ningún gasto para el productor. Según su teoría de la calidad, puestos de supervisores y controladores en las empresas son gastos innecesarios, si los colaboradores realizan bien su trabajo todos los días no debería haber personal haciendo el trabajo del otro por segunda vez para corregirlo.

Acorde a su teoría, Crosby (1998) explica que para compensar la ausencia de puestos de controladores y supervisores, es indispensable la “vacuna” de calidad la cual comprende de tres ingredientes: la determinación de una organización entera por un solo objetivo, la capacitación del personal y la implementación de los conocimientos. Es claro que en la teoría de Crosby, cuando se refiere a que la no calidad es costosa, explica precisamente que la mejora de un producto debe ser constante.

La hacienda dos hemisferios, al ser pioneros en el producto enoturístico, se convertirán en los líderes de este servicio dándoles el poder de establecer estándares de calidad a sus clientes.

## **Marco Legal**

Según el art. 15 de la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2002), para obtener la licencia única anual de funcionamiento por primera vez, se necesita adquirir los siguientes requerimientos:

1) Copia y original del pago de Impuesto Predial

2) Declaración de activos fijos para la cancelación de uno por mil, suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

El formulario del ministerio de turismo.

3) Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

4) Pagos por concepto de renovación de la Licencia Anual de funcionamiento. (p.10)

Para un mejor desempeño del proyecto planteado, es necesario seguir como base legal los artículos de la Ley de turismo (Ministerio de Turismo, 2002):

Art. 3 literales: d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (p.1)

Art. 4. f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (p. 1-2.)

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (p.3)

## **Plan Nacional para el Buen Vivir.**

Según el numeral 5 del artículo 3 de la Constitución de la República señala como deber principal del Estado, la planificación del desarrollo nacional para erradicar la pobreza y a su vez promover el desarrollo sustentable además de redistribuir equitativamente la riqueza para alcanzar el buen vivir. (Ministerio del Interior, 2013)

## **Plan de Turismo 2020.**

Según las políticas para el turismo del Plan de Tur 2020 (2007):

- Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

(p.130)

## **Marco Conceptual**

### **Sistema turístico.**

Es una variedad de propuestas y soluciones de manera transicional, ya que se basa en las necesidades y deseos del turista.

Según Molina (2000), es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común. Basándose en 6 subsistemas:

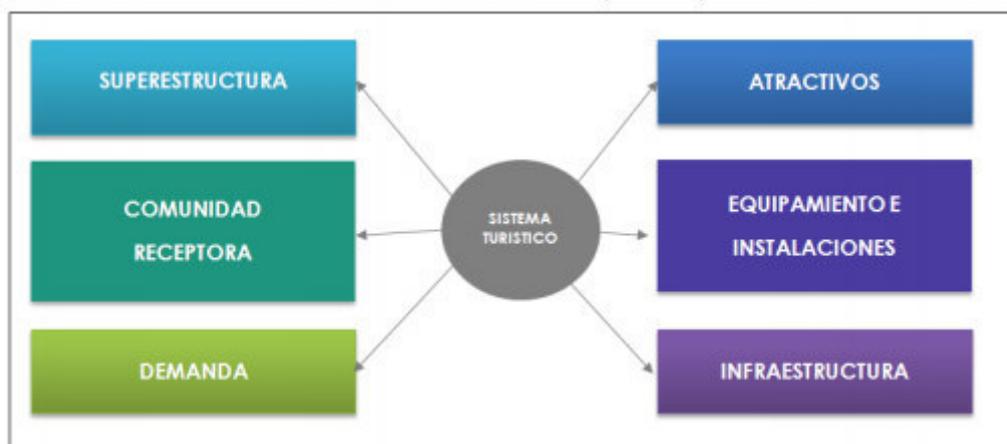


Figura 9. Suprasistema Socio-Cultural. Tomado de “Suprasistema en el entorno,” por S. Molina, 2000, *Conceptualización del Turismo*, p. 40

### **Centro turístico.**

Corresponde a un centro urbano de dimensión variable en cuyos límites y radio de influencia existe una importante dotación de infraestructura, servicios y atractivos turísticos (SERNATUR, 1994:77). Estos centros cumplen varias funciones (estadía, distribución, escala, excursión), siendo las de estadía y de distribución unas de las más importantes en el contexto regional.

Se comprende que es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente en las vacaciones.

### **Enoturismo.**

Según el VINTUR (2006) consiste en “la integración bajo un mismo concepto temáticos de los recursos y servicios turísticos de interés, existentes o potenciales, en una zona vitivinícola.”

Se deduce que los turistas tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción relacionada con la vid, en el cual se puede incluir visitas a las cavas cata de vino, entre otras actividades que varían según las condiciones del lugar.

## **Producto turístico.**

De acuerdo con García (2005), el producto turístico se conforma de un conjunto de atractivos que se complementan para otorgar al visitante una experiencia turística definida. Ya sea con características como: sol y playa, nieve o deportes extremos; este facilita al turista una idea de lo que puede disfrutar en cierto destino.

## **Vitivinicultura.**

De acuerdo con Durán y Negrín (s.f), la vitivinicultura consiste en la acción de cosechar la vid y producir vino como una fuente de desarrollo económico, así como una actividad de constante evolución en el desarrollo de vinos.

Se intuye que la viticultura consiste en el cultivo sistemático de vid y más precisamente de su fruto, la uva, ya sea para ser ésta consumida directamente o bien sometida a un proceso de fermentación para producir vino.

## **Marco Referencial**

### **Chaupi Estancia Winery**

En la región de la Sierra, al norte del Ecuador, se encuentra un viñedo ubicado a una hora y media de la ciudad de Quito en la Parroquia de Yaruquí - Barrio San Vicente. Chaupi Estancia Winery abre las puertas de su viñedo para las visitas turísticas, cuentan con tour para una sola persona y los diferentes vinos a catar varían de la cantidad de turistas que participen en el tour.

Tabla 1.

*Valores de paquetes turísticos en Chaupi Estancia Winery*

Cantidad de personas	Precios	Servicios
Personas individuales, parejas o grupos de 3	\$21.43 + iva (valor individual)	Media botella de vino blanco o de vino tinto + (+2 personas) tabla de quesos y pan.
Grupos de 4 hasta 5 personas	21.43 + iva (valor individual)	Media botella de vino blanco o de vino tinto + tabla con quesos y pan.
Grupos a partir de 6 personas	21.43 + iva (valor individual)	Recorrido standard + Botella entera de vino blanco y vino tinto + opción a piqueos especiales.

Dentro de cada tour, se incluye el recorrido del viñedo se puede conocer el proceso del cultivo, una charla sobre la producción y proceso de la elaboración. Los visitantes tienen un tiempo estimado de una hora y media a dos horas de visita. Puede ingresar alimentos propios como también tienen la opción de hacer pedidos, con dos días de anterioridad más el pago del 50%.

### **Marqués de Cáceres**

Entre los viñedos que ofrecen actividades turísticas, se ha escogido aquellas que no poseen equipamiento ya que en la investigación no se busca la implementación de servicio de hospedaje.

En La Rioja, región vitivinícola al norte de España, se encuentra el viñedo Marqués de Cáceres fundada en 1970 por Enrique Forner, al momento exporta sus vinos a 130 países. En la actividad enoturística, ellos cuentan con tres tipos de visita con diferentes precios dependiendo de los vinos a catar, sin embargo se incluye a los tres el recorrido por las bodegas y degustación de quesos semicurados.

Tabla 2 .

*Valores de paquetes turísticos en el viñedo Marqués de Cáceres*

Tipo de paquete	Servicio	Precio
Visita y cata básica	Cata de degustación de vino tinto Crianza y Blanco o Rosado joven a elegir.	\$8.59
Visita y cata Premium	Cata degustación de los vinos Antea, Reserva y MC.	\$10.74
Visita y cata Vip	Cata de los vinos Antea, Gran Reserva, MC y Gaudium	\$16.10

El horario de atención se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 3.

*Horarios de atención de la viña Marqués de Cáceres*

Lunes a Viernes	11:00
Sábados	11:00, 13:00 y 16h00
Domingos	11:00 y 13:00

En este viñedo Francoespañol, el recorrido tiene la duración de una hora la cual la usan para observar las uvas utilizadas para los diferentes tipos de vinos. Luego pasan a conocer las bodegas del viñedo en la misma que se encuentran los científicos quienes son expertos del cuidado de la calidad del producto final.

Para finalizar la experiencia, el turista es llevado a una sala donde realiza la cata de vinos junto con el maridaje y para finalizar pueden hacer sus compras en la vinoteca.

## Waterford Estate.

Explorando entre los países al sur de España, la cultura vitivinícola en Sudáfrica les ha dado mucha sorpresa a los turistas. Al este de Ciudad del Cabo, existen 200 bodegas dedicadas a la elaboración del vino, estas junto con la actividad turística han convertido a los viñedos en una de las atracciones del sector.

A 50 km de Ciudad del Cabo, en el año 1998, Kevin y Heather Arnold en la hacienda llamada Waterford Estate al darse cuenta del potencial del lugar desarrollaron el turismo de vino. Junto con un chocolatero de nombre Richard von Geusau, brindan a sus turistas la experiencia única de maridar a la perfección el vino junto con el chocolate.

Han sido galardonados con el premio Great Wine Capitals en el 2015 por su servicio al turista y por participar en el turismo sustentable de la región. Entre sus paquetes de cata, Waterford Estate ha creado diferentes experiencias acomodándose a lo que busca el turista.

Tabla 4.

### *Valores de paquetes turísticos en la hacienda Waterford Estate*

Tipo de Paquete	Servicio	Precio
Wine and Chocolate	Los precios varían por la cantidad de vinos a catar y su elaboración	\$14.36.
Reserve Vintage Tasting	Bajo reserva para personas con conocimientos profundos del vino.	-
Waterford Estate Wine Drive	Auto recorrido por el viñedo en un LandRover de 2 horas + mesa de picnic para cata de vino	\$39.49.

Este extraordinario viñedo le da más de 10 opciones a elegir dependiendo de la experiencia que estén buscando los turistas. Su valor agregado es el estudio que tienen detrás de la combinación del chocolate con el vino, además cuentan con actividades como picnic y el alquiler de un auto tipo safari para el recorrido del lugar.

## **Capítulo II. Diagnostico Turístico**

Guayaquil se encuentra ubicado en la provincia de Guayas, en el cantón Guayaquil. Está confirmado por 21 parroquias. Éstas se dividen en 16 parroquias urbanas y cinco parroquias rurales. El número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano es de 2'278.691 habitantes y 72.224 habitantes en la zona rural llegando a un total de 2'350.915 personas encontradas en la página web del Censo (2010) INEC.

### **Planta Turística y Equipamiento**

De acuerdo con los datos obtenidos por fuentes de la Dirección Municipal de Turismo de Guayaquil, la ciudad cuenta con 275 establecimientos de alojamiento en diversos tipos, cuenta con 122 hoteles de los cuales 63 hoteles, dos hoteles apartamento y 57 hoteles residenciales, una hostería, un total de 199 hostales los cuales 48 hostales normales y 71 hostales de residenciales, 20 pensiones, 13 moteles.

Por otro lado los establecimientos de alimentos y bebidas se dividen en 2.153 restaurantes, 178 cafeterías, 713 fuentes de soda y 182 bares. En cuanto a las actividades que pueden realizar los turistas tanto diurnas como nocturnas, cuenta con 54 discotecas, 12 cines/teatros, dos instalaciones deportivas.

Guayaquil se promociona a través de otros servicios en los que cuenta con 64 agencias de viajes, 36 operadoras, un lugar de información turística, nueve guías de turismo.

### **Infraestructura**

Según el Municipio de Guayaquil (2006), varias entidades financieras tanto nacionales como internacionales con sus respectivas sucursales y diferentes cajeros automáticos en lugares estratégicos dentro de la ciudad. Cuenta con tres oficinas del Registro Civil, 56 estaciones de bomberos y 90 UPC.

Si el turista desea movilizarse en carro la distancia a la cabecera cantonal es de 30 km con una calle pavimentada / asfaltada en donde la señalización vial y turística está marcada en cada punto donde desea dirigirse.

En este cantón turístico hay varios medios de transporte, como en bus, taxi y avión. Cuenta con un Terminal Terrestre en el que cada bus sale cada 30-45 minutos.

Tabla 5.

*Estimación de Llegada a la Hacienda Dos Hemisferios en el recinto San Miguel*

Ciudad	Medio de transporte	Tiempo
Guayaquil - Comuna San Antonio	Bus	2 horas con 45 minutos
Guayaquil - Hacienda Dos Hemisferios	Carro	1 hora con 30 minutos.

El INEC (2010) otorga la siguiente información: El 60,98% no tiene teléfono convencional, mientras que el 83,51% tienen celular y el 17,48% tiene internet así mismo existen 131 cabinas telefónicas para el uso público y 205 cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

La ciudad cuenta con una fuente de energía de red pública del 92,90%. El 61,67% tiene un sistema de alcantarillado, el 0,90% letrina, el 29,12% tiene pozo séptico y el 5,45% tiene pozo ciego. Para poder eliminar la mayoría de basura, el 93,20% de la población usa carro recolector y el 4,09% la quema.

Según el Municipio de Guayaquil (2014), el servicio de salud es suficiente, ya que cuenta con 87 centros de salud, hospitales públicos, 38 dispensarios públicos, 57 unidades móviles, 110 consultorios privados, 15 clínicas, 20 hospitales privados y 58 farmacias.

## **Comunidad Receptora Guayaquil**

Según el INEC (2010), la población de Guayaquil se dedica a diferentes actividades económicas como locales de restaurantes y servicio móvil de comida, venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados y mantenimiento y reparación de vehículos, actividades de telecomunicaciones, peluquería y otros tratamientos de belleza, venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador.

Según el INEC (2010), en Guayaquil el 24.6% son empleos formales en turismo en este caso los que tienen personal con contrato verbal o escrito y establecimientos con documentos en regla. Todas las actividades en la que participa la comunidad son coordinadas por el área de higiene y salud y por el medio ambiente en la que la comunidad o la directiva comunitaria se dedican a la elaboración de los planes estratégicos locales junto con el municipio y el gobierno provincial.

Según el INEC (2010), el 35% del turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo, mientras que desde enero a septiembre la comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante la temporada alta. Dado esto un 50% existe una indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística es decir que no contesta preguntas relacionadas al turismo.

Se puede observar que todavía existen problemas sociales que pueden afectar al desarrollo turístico como: robos de cédulas de extranjeros, la gente no asimila el cambio que necesita el turismo para mejorar, la malla curricular en la educación falla y no existe empoderamiento de las personas hacia la comunidad. Todo esto afecta de cierta manera al turismo, y la comunidad necesita mejorar para que poco a poco llegue a un cambio.

## **Gobernanza**

Guayaquil recibe apoyo de ciertas instituciones nacionales como:

Dirección Nacional de Policía Especializada para Niños y Adolescentes (1997) cuya actividad es defender los derechos humanos.

Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas para la prevención de drogas en la sociedad.

Manuela Espejo realiza estudios de las discapacitaciones en el Ecuador y forma programas de integración.

Fundación de Asistencia Social Corazones Unidos (2004) para la ayuda a madres solteras, personas de la tercera edad, discapacitados, y familias que viven en la indigencia a mejorar su estado de vida.

Asociación Damas Salesianas (1993), realiza labores sociales, asistencia médica y capacitaciones.

Asociación de Voluntariado Educativo (1990), apoya el sistema educacional del Ecuador para que niños y adolescentes no desistan de los estudios mediante diferentes programas.

Guayaquil no cuenta con un plan de desarrollo independiente, por lo cual se debe regir por los planes de la constitución de la siguiente manera:

Tabla 6.

*Planes de desarrollo gubernamentales aplicados a la ciudad de Guayaquil*

PLAN	AÑO
Plan Nacional para el Buen Vivir	2013
Plan Plurianual Inversión Pública	2013
PLANDETUR	2008

Con respecto a los tipos de organización, Guayaquil cuenta con juntas parroquiales, comité de barrio, directiva comunitaria, comité de

desarrollo, cooperativas, organización de mujeres, comité de padres de familia, organizaciones religiosas, clubes, asociación de turismo, entre otros.

## Comunidad Receptora de San Miguel

San Miguel se encuentra ubicado en la parroquia El Morro en el cantón Guayaquil, en la provincia del Guayas. El recinto San Miguel es una zona agrícola, cuenta con haciendas que cosechan café, cacao y pita haya. Por ser una zona netamente productora esta no se destaca en ningún ámbito turístico. Las hectáreas que conforman el recinto son recorridas por transporte pesado convirtiendo las vías de acceso en rutas de evacuación del producto que cosechan las haciendas.

Las señaléticas y rutas de acceso están en desarrollo. Si el turista desea movilizarse en carro, la distancia a la cabecera cantonal es de 23.62 km, 12.32 km, por una carretera de segundo orden la cual se encuentra sin pavimentar, sin señales de tránsito y con flujo de transporte pesado y 11.30 km es una carretera pavimentada / asfaltada, donde la señalización vial y turística está marcada en cada punto donde desea dirigirse.

En San Miguel los medios de transporte son taxi y tricimotos de la localidad. Cuenta con un Terminal Terrestre en el cantón General Villamil Playas a 24.98 km de distancia.

Tabla 7.

*Medios de transporte con sus respectivas distancias*

Punto de origen - Destino	Medio de transporte	Distancia
Dos Hemisferios – General Villamil Playas	Carro o tricimoto	20.4 km
Guayaquil - Dos Hemisferios – Guayaquil	Carro, bus o tricimoto	86 km
Dos Hemisferios – Clínica del Pacífico	Carro o tricimoto	19.52 km

## **Demanda**

En la ciudad de Guayaquil, se puede observar que existe gran demanda turística, por lo que reciben turistas en días laborales, fines de semana y feriados, se considera que sus visitas son permanentes, estacionales y esporádica; esto depende al motivo de su viaje ya sea por negocio, religión, visita a familiares, por gastronomía o por ocio. La forma de viaje de los turistas se considera de manera independiente u organizada, esto quiere decir por medio de paquetes turistas o tours para realizar sus viajes durante su estadía.

Por observación directa se pudo identificar que el tipo de demanda en Guayaquil con respecto al origen es internacional y nacional, y bajo tiempo de estadía se puede encontrar turistas y excursionistas.

Bajo entrevistas se ha logrado obtener información del gastos promedio al día de un turista, es aproximadamente de \$200 y del excursionista varía dependiendo de los diferentes servicios turísticos que puede obtener dentro de su estadía en Guayaquil, ya sea por alojamiento, restaurantes, kioscos de comida, bares o por servicios de guianza.

## **Atractivos Turísticos Relevantes**

Se ha realizado el diagnostico turístico de la Infraestructura, Gobernanza, Demanda, Comunidad receptora de la ciudad de Guayaquil, ya que es el centro turístico de estadía del producto. En el lugar del estudio que es la Hacienda dos Hemisferios se encuentran los siguientes atractivos relevantes, que serán tomados en cuenta en la elaboración del producto turístico.

Tabla 8.

*Atractivos del Recinto San Miguel*

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Viñedos	Manifestaciones	Realizaciones técnicas,	Explotaciones	I

## Tabla de Jerarquía

Tabla 9.

*Jerarquización de atractivos.*

		ATRACTIVO	VIÑEDOS
	VALOR INTRINSECO	15	11
	VALOR EXTRINSECO	15	13
	ENTORNO	10	7
CALIDAD	E. DE CONS.	10	7
	ACCESO	10	5
	SERVICIOS	10	8
APOYO	ASOCIACIÓN	5	4
	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	4	4
	NACIONAL	7	2
SIGNIFICADO	INTERNACIONAL	12	1
TOTAL			64
JERARQUIA			2,56

Como atractivo del recinto San Miguel se encuentra el viñedo el cual por la suma de los valores asignados luego de la salida de campo a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina la jerarquía. Como se puede observar en el cuadro se determinó Jerarquía I el cual capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

## **Capítulo III. Metodología de la Investigación**

### **Método de Investigación**

El método de investigación del presente proyecto de titulación se utilizará es el deductivo, el cual según Rodríguez (2005), menciona que “consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal” (p. 29.)

El tipo de muestreo es estadístico, en el que, para obtener los datos necesarios, en lugar de realizar la encuesta a toda la población solo se la hace a una muestra representativa; de esta manera se conocerá más a fondo la realidad del sitio a investigar, dando mejoras y/o soluciones para el desarrollo proyecto con el fin de crear nuevas actividades dentro de la Costa Ecuatoriana y fomentar el turismo en el Ecuador.

### **Enfoque de la Investigación**

El enfoque mixto según Gómez (2006) menciona que “es la recolección y el análisis de datos, tanto cuantitativos como cualitativos. Los resultados se muestran bajo el esquema de triangulación, buscando consistencia entre los resultados de ambos enfoques y analizando contradicciones o paradojas”. (pp. 176-177).

Esta investigación está basada en aspectos cuantitativos y cualitativos. Las entrevistas de las cuales se apoya el tema para su descripción, los relatos expuestos por las personas que visitaron el país y que compartieron su experiencia, así como el análisis y la descripción que los investigadores harán sobre los factores que ocasionan el problema, todos estos forman parte de su enfoque cualitativo.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo está comprendido por las cifras de visitas al país en el año anterior, la afluencia turística de las ciudades más visitadas y las cifras de las regiones con mayor visita en el país. Entonces la unión de estos dos enfoques, generan el enfoque mixto de la investigación.

## **Tipo de Estudio**

El tipo de muestreo elegido fue el muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que es una forma rápida de obtener una muestra que sea representativa por medio de una selección aleatoria, es decir al azar.

## **Técnicas de Recolección**

Una vez definidos cuales son los objetivos del proyecto de titulación y el parámetro principal por la cual se realizará, es necesario determinar cuáles son las técnicas e instrumentos de recolección de información que se implementará. Esta investigación se apoyará de los dos tipos de fuentes de recolección de información que existen: Fuentes primarias y secundarias, debido a su enfoque mixto es necesario verificar la información en ambas fuentes. En cuanto a la técnica que se utilizará, se aplicará la encuesta la cual es una técnica con varias ventajas para considerar.

El objetivo de recopilar la información mediante fuentes primarias, es conocer el factor común por el cual se ha creado la percepción en cuestión en los turistas extranjeros. Mediante sus comentarios se podrá conocer que es lo que piensan y las razones de su percepción, aquí se obtendrán resultados más directos y de alguna u otra manera más reales.

Mientras que utilizar una fuente secundaria ayudará a llevar un registro de la cifra de turistas a quienes se debe estudiar, en este caso pueden considerarse fuentes secundarias a: Páginas de estadísticas en donde se registre las cifras de ingreso de turistas internacionales, también pueden considerarse fuentes de información secundaria a los documentales o páginas web que muestran las opiniones de los turistas. Basado en los argumentos, se decidió obtener información mediante ambas fuentes.

En cuanto a la técnica empleada, se ha optado por aplicar una encuesta, que es una técnica muy común y brinda facilidad para obtener la información.

## Diseño de la Investigación

### Universo o población de estudio.

Según Tomás (2009) “La población es el conjunto de individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados”. (p.21).

Según el MINTUR (2014), Ecuador ha recibido 1'557.006 totales de turistas en varias ciudades. En Guayaquil se ha recibido alrededor de 345.561 turistas extranjeros, por lo cual es la población considerada en el proyecto.

Cuadro N° 10

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR PRINCIPALES JEFATURAS DE MIGRACIÓN SEGÚN MESES  
AÑO: 2013-2014

MESES	2013						2014					TOTAL
	QUITO	GUAYAQUIL	TULCÁN	HUAQUILLAS	OTRAS*	TOTAL	QUITO	GUAYAQUIL	TULCÁN	HUAQUILLAS	OTRAS*	
Enero	48.060	27.663	31.802	18.329	4.989	130.843	53.670	30.577	39.657	19.509	9.160	152.573
Febrero	43.484	26.403	13.041	17.793	3.040	103.761	52.796	29.079	16.816	20.117	5.776	124.584
Marzo	51.318	26.884	19.796	11.709	3.652	113.359	51.782	29.426	14.080	11.760	6.958	114.006
Abril	43.051	19.986	11.335	9.872	3.242	87.486	50.495	25.557	23.355	11.545	7.662	118.614
Mayo	48.524	23.871	13.108	10.059	2.852	98.414	52.610	26.418	13.271	11.957	6.918	111.174
Junio	58.929	29.966	19.195	9.863	3.789	121.742	63.525	29.112	19.014	12.190	5.215	129.056
Julio	65.098	32.765	23.141	13.514	3.620	138.138	69.222	37.282	24.512	16.833	6.393	154.242
Agosto	54.057	29.902	11.882	13.347	3.381	112.569	59.586	31.385	18.241	16.070	6.409	131.691
Septiembre	49.741	22.225	12.082	10.323	3.003	97.374	56.808	23.737	13.036	11.947	7.234	112.762
Octubre	53.867	25.249	14.895	13.944	3.562	111.517	59.772	24.102	16.479	16.270	7.831	124.454
Noviembre	56.212	24.318	14.726	13.305	3.495	112.056	62.978	27.062	14.633	14.862	8.025	127.560
Diciembre	60.585	30.582	25.627	14.683	5.321	136.798	72.076	31.824	26.362	16.960	9.053	156.275
TOTAL	632.926	319.814	210.630	156.741	43.946	1.364.057	705.320	345.561	239.456	180.020	86.634	1.556.991

\* Incluye Jefaturas de Migración: Macará, Lago Agrio (Sucumbios), Esmeraldas, Manabí, San Lorenzo, Santa Cruz, San Cristóbal, Machala, Salinas, Latacunga, Puerto El Carmen (Putumayo), La Balsa (Chinchipe), Nuevo Rocafuerte.

Fuente: Bases de datos entradas y salidas internacionales - INEC 2013-2014.

Figura 10. Entrada de extranjeros al Ecuador. Tomado de “Turismo en Cifras” por Ministerio de Turismo (MINTUR), 2013-2014. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>

### Muestra.

La población a estudiarse es finita, porque se posee conocimiento de las personas de las cuales se obtendrá la información.

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n: es el tamaño de la muestra

Z: es el grado de confianza

N: población o universo

p: Probabilidad de éxito

q: probabilidad de fracaso (1-p)

e: Error maestral (entre 1% y 5%)

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el valor de la población o universo ya determinada que es 345.561 turistas. Se presenta el margen de error “e” como 0.05 que significa un 5% de error, el valor “Z” será de 1.96, que representa un 95% de nivel de confianza de acuerdo a los valores de la tabla de distribución Z utilizada en los estudios de estadística. La probabilidad de éxito es de 0.5 que significa un 50% y la probabilidad de fracaso, será la diferencia de 1- probabilidad de éxito 0.5, igual a 0.5 que representa el 50%. A continuación se desglosa la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (345.561) * (0.5) * (0.5)}{(0.5)^2(500,000 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{384,160}{1,000.96}$$

$$n = 383.79$$

$$n = 384$$

Por lo tanto, en esta investigación es necesario estudiar a 384 turistas extranjeros, de quienes dependiendo de la técnica de investigación que se aplique se obtendrá la información necesaria. Cabe señalar que sin importar el país del cual vengan, la edad o tiempo de permanencia en Ecuador se realizará la investigación, es decir, no existen condiciones ni restricciones.

## Técnicas de Recolección de Datos

### La encuesta.

Según Abascal y Grande (2005) “es una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos”.(p.14).

La encuesta fue aplicada por medio de un contacto directo a los encuestados de vuelos internacionales los días 20, 21 y 22 de Enero del 2016 en el Aeropuerto Internacional de Jose Joaquin de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

### Objetivos de la encuesta

- Conocer el perfil de los posibles turistas interesados en realizar esta actividad.
- Involucrar al turista en el diseño del producto turístico.
- Medir el nivel de aceptación del producto turístico.

### Presentación y análisis de resultados.

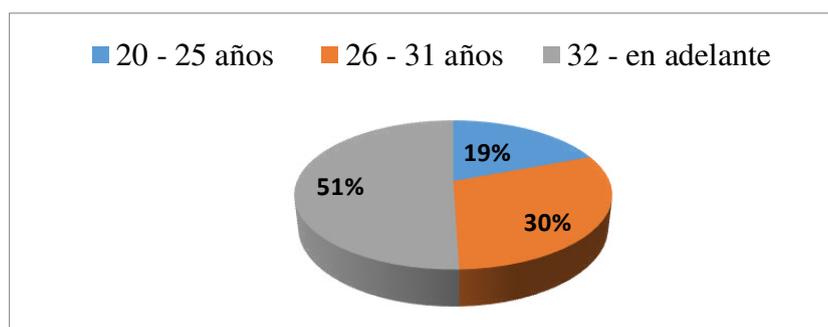


Figura 11. Edad de los Encuestados

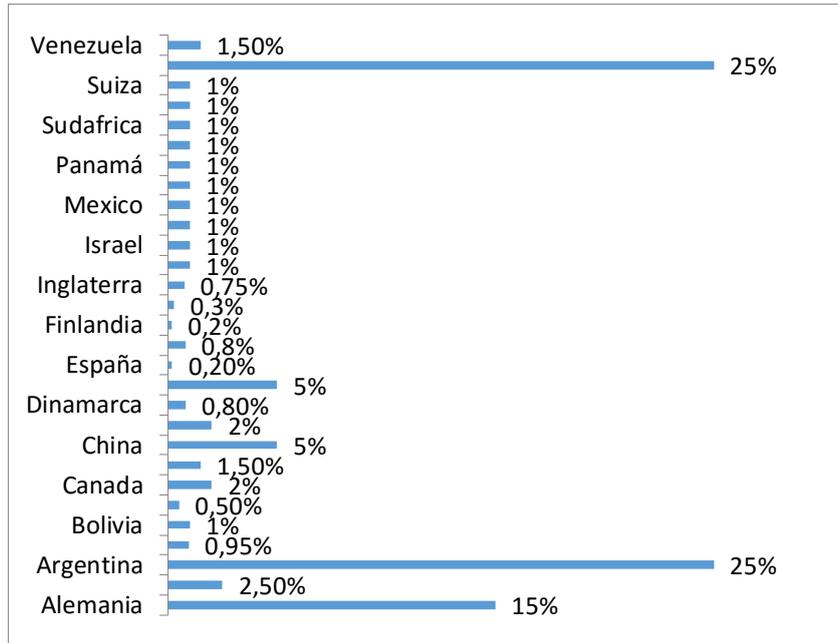


Figura 12. Lugar de Procedencia de los Encuestados

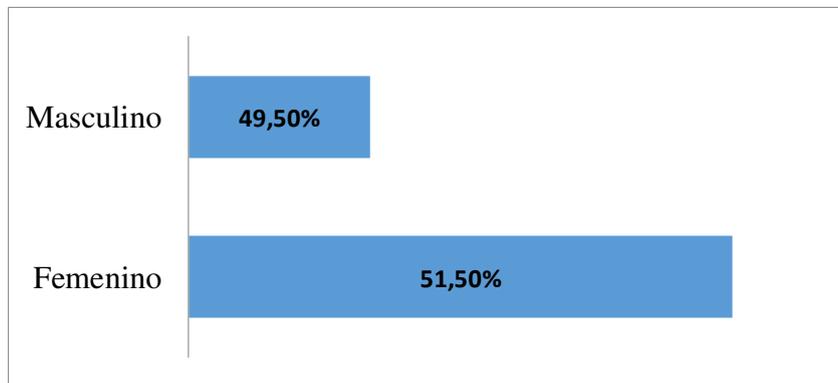


Figura 13. Sexo de los encuestados

1. ¿Cuántas veces ha visitado Ecuador?

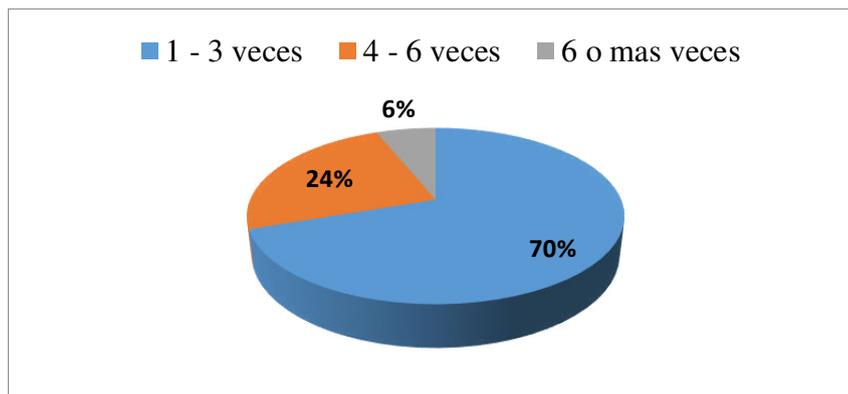


Figura 14. Cuantas veces al año viajan los encuestados

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 70% viaja de 1-3 veces al año, el 24% viaja de 4-6 veces al año y solo el 6% viaja 6- a más veces al año.

2. ¿Qué mes del año es más probable que viaje a Guayaquil?

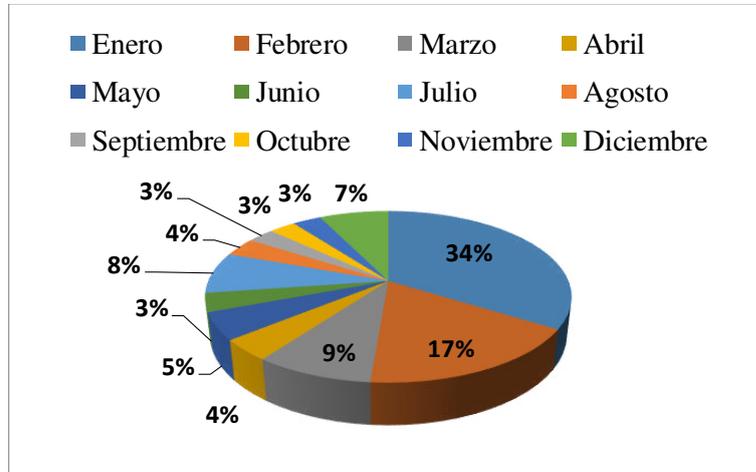


Figura 15. Mes de probabilidad de viaje a Guayaquil

Como se puede apreciar en el gráfico, del 100% de sus encuestados, el 33.8% le gusta viajar en Enero, el 17.40% en Febrero, el 8.8% en Marzo, el 4% en Abril, el 5.1% en Mayo, 3.5% en Junio, 7.8% en Julio, 3.5% en Agosto, 2.8% en Septiembre, 2.8% en Octubre, 3% en Noviembre y 7.3% en Diciembre.

3. ¿Conoce El Morro y sus alrededores?

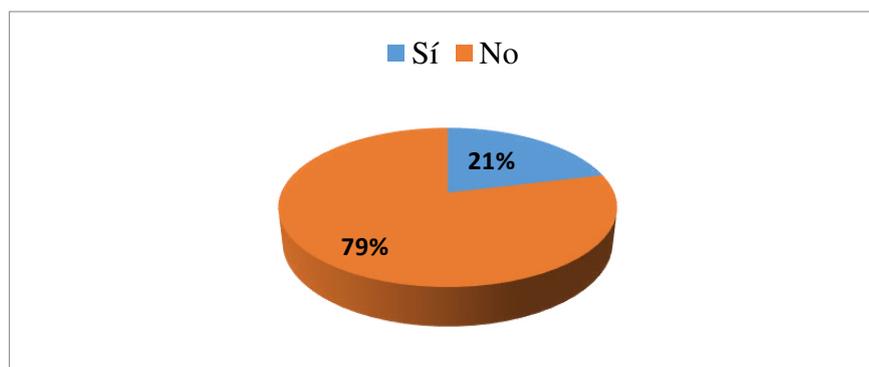


Figura 16. El Morro y sus alrededores

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 21% conoce El Morro y sus alrededores y el 79% no conoce El Morro.

4. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Enoturismo?

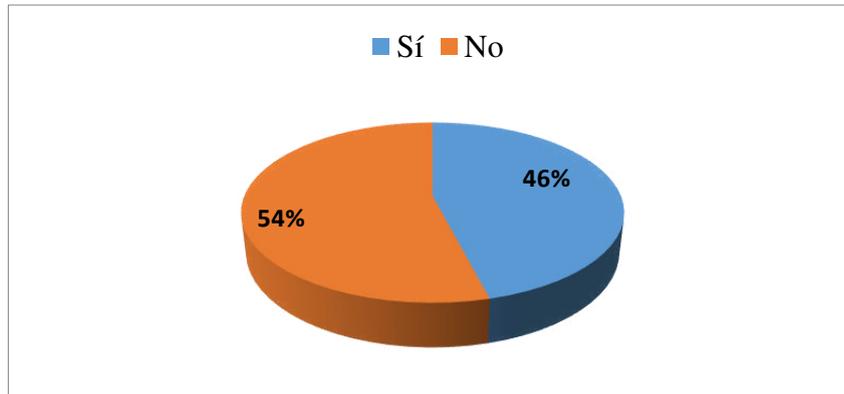


Figura 17. Conocimiento sobre el Enoturismo

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 46% tiene conocimiento sobre el enoturismo, mientras que el 54% no tiene conocimiento del enoturismo.

5. ¿Ha visitado un viñedo antes?

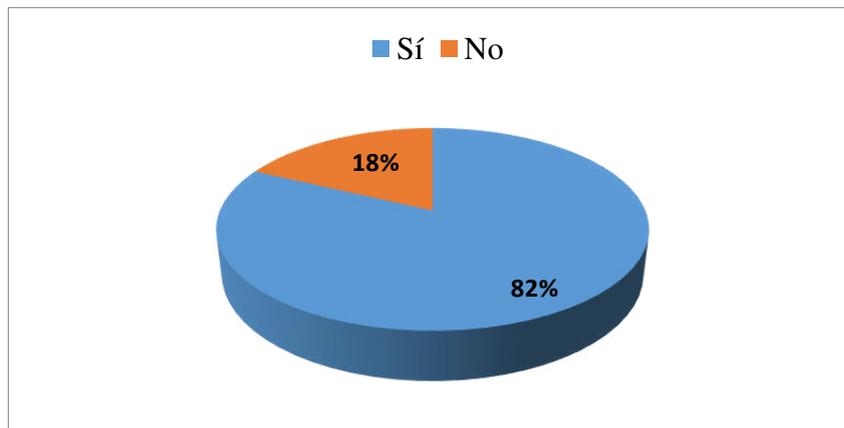


Figura 18. Personas que conocen un viñedo

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 82% sí han visitado un viñedo en otros países, mientras que el 18% no han visitado viñedos alrededor del mundo.

6. ¿Le gustaría experimentar los procesos de un viñedo en una hacienda mientras realiza actividades como Cata de vino, exposición de cada tipo de uva y recorrido guiado?

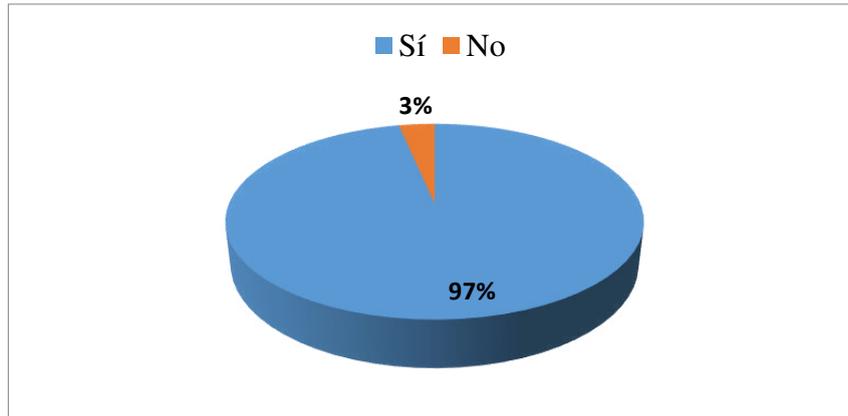


Figura 19. Interés de personas en ir a visitar un viñedo

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 97% les gustaría experimentar los procesos de un viñedo mientras realizan actividades como cata de vino y recorrido guiado, por otro lado el 3% no están interesados.

7. Al visitar un viñedo, ¿Qué actividad le resulta más interesante?

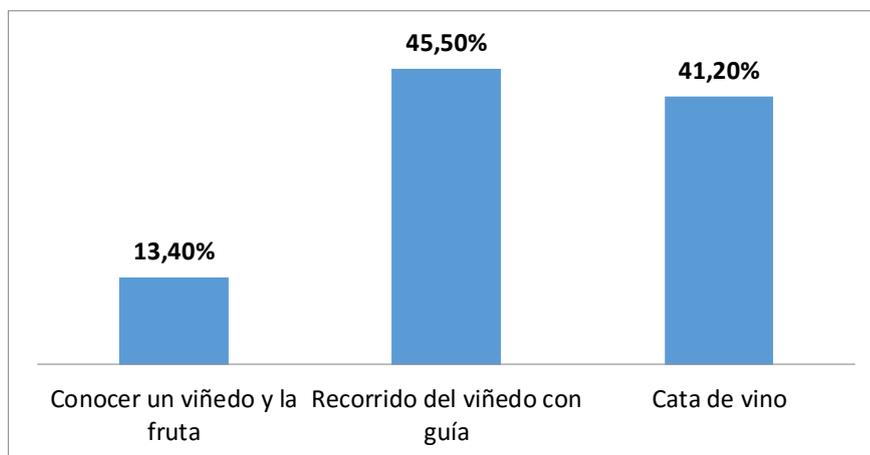


Figura 20. Actividades que les gustaría realizar a los turistas

Como se puede observar en el gráfico, del 100% de los encuestados, al 45.50% de los encuestados le pareció más interesante realizar el

recorrido del viñedo con guía, dejando a la cata de vino con un 41.20% seguido de conocer el viñedo y la fruta con el 13.40%.

8. ¿Estaría dispuesto a hacer un recorrido que le tome un día entero durante su estadía en la ciudad de Guayaquil?

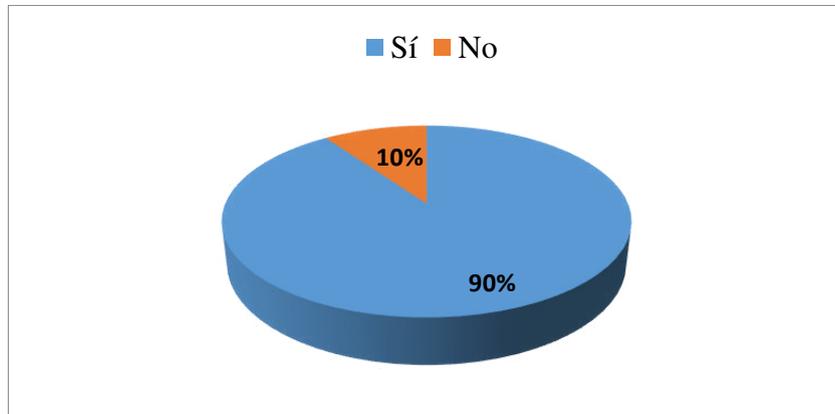


Figura 21. Disponibilidad de personas para recorrer un día el viñedo

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, 90% estarían dispuestos a realizar un día entero en el recorrido del viñedo en su estadía, mientras que el 10% no estaría dispuesto a tomarse un día entero.

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un tour que le incluya servicios como: Guía dentro del viñedo + cata de vino + transportación (salida y regreso a Guayaquil)?

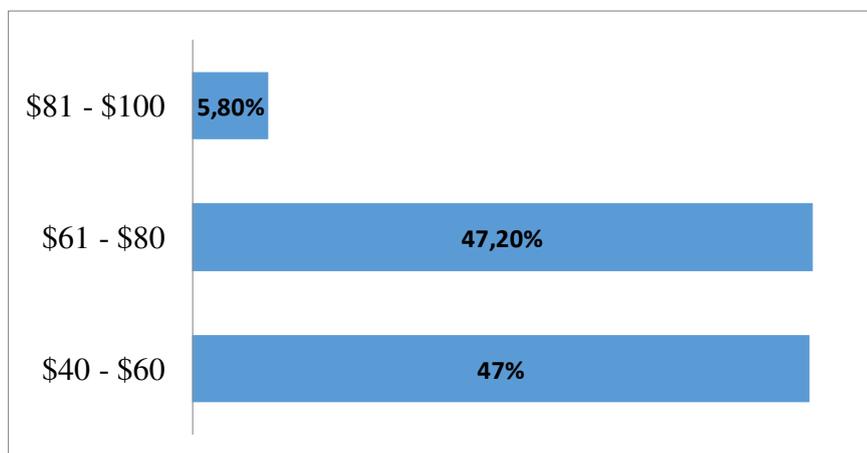


Figura 22. Porcentaje de aceptación de rango de precios por los servicios

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 47% estaría dispuesto a pagar \$40 a \$60 por el paquete descrito, el 47,20% estaría dispuesto a pagar de \$ 61 a \$80 y solo el 5.80% pagaría \$81 a \$100 por paquete.

10. ¿Con quién le gustaría compartir esta experiencia?

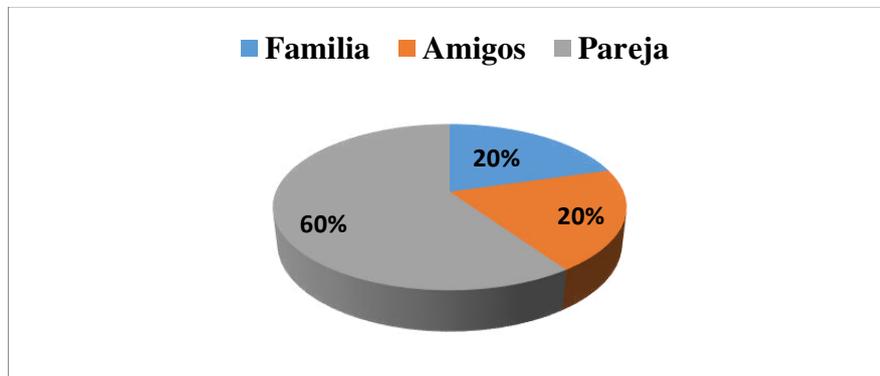


Figura 23. Con quien desearían compartir esta experiencia

Como se puede apreciar en los gráficos, del 100% de sus encuestados, el 60% desearía vivir esta experiencia con su pareja, el 20% con amigos y el 20% en familia.

11. Al finalizar el tour, ¿le gustaría tener la facilidad de comprar un vino producto del viñedo?

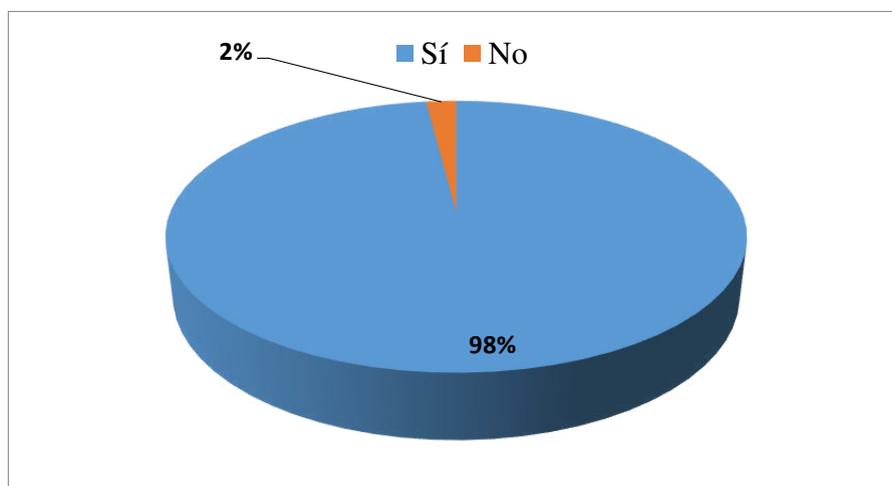


Figura 24. Porcentaje de aceptación de rango de precios por los servicios

Como se puede evaluar en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 98% desearía tener la facilidad de adquirir una botella de vino y solo el 2% no desearía.

## **Análisis de las encuestas y entrevistas**

Con los resultados de las encuestas y entrevistas se formó un perfil del turista. La edad de los turistas, su procedencia, las veces que un extranjero visita el país al año y que mes es más probable que realice su visita y si éste posee conocimientos previos del El Morro o de la actividad enoturística. Siendo esta información importante para gestionar y organizar las actividades dentro del viñedo.

Por medio de las preguntas de opinión, se deduce que es más atractivo para el turista. De esta manera se lo involucra al turista en el diseño del producto turístico. Con la información recopilada es posible medir el nivel de aceptación entre los turistas extranjeros.

## **Conclusiones**

Al finalizar la recopilación de datos, surgió información que ayudó a moldear el servicio a las expectativas que tiene el turista. Mediante las respuestas, se conoce mejor al cliente y se tiene una visión de lo que ellos esperan encontrar en el viñedo Dos Hemisferios.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede observar que la aceptación por parte de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, en cuanto a la implementación de un producto enoturístico se presenta de manera positiva. El turista se siente atraído por atractivos poco conocidos o explotados dentro de un territorio.

Asimismo, los proveedores de servicios turísticos buscan destinos con características singulares que puedan atraer a la mayor cantidad de individuos. De esa manera, se generan ventajas competitivas para los productos ofrecidos, además de cierto reconocimiento para el prestador de servicios.

## **Capítulo IV. Propuesta de Desarrollo de Producto Enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios**

El enoturismo ha revolucionado tanto el turismo como a los viñedos del continente europeo. Ha sido de gran acogida en países Latinoamericanos como Chile y Argentina, quienes además de ser grandes productores de vino también se ven participando de manera activa en el turismo de vino.

El Ecuador, a pesar de ser un país diverso que goza de varios climas, no es un país donde la producción de vino sea codiciada a nivel internacional. Para los científicos era casi imposible que en un país ubicado en la línea ecuatorial pueda formar parte de aquellos países que producen vino. La Hacienda Dos Hemisferios probó que no solo se puede dar vida a un viñedo, sino que también es posible obtener el reconocimiento internacional de la bebida.

Con sus 12 años de experiencia cultivando la vid, el viñedo cuenta con los productos y conocimientos necesarios para poder dar el primer paso al enoturismo. Por esta razón, se busca implementar la actividad de enoturismo en el viñedo Dos Hemisferios ubicado en el recinto San Miguel en El Morro provincia del Guayas.

De esta manera, aportar a los varios tipos de turismo que se encuentran en la provincia del Guayas. Este proyecto propone investigar la implementación de la actividad de enoturismo en el sitio, creando así una cultura vitivinícola en donde el turista pueda explorar el vino desde otra perspectiva.

### **Justificación**

Obteniendo los resultados antes expuestos por los turistas, por medio de la actividad turística en la hacienda Dos Hemisferios, se busca fomentar el turismo del vino o enoturismo el cual no ha sido explotado aun en esta región del país, con el fin de tener un lugar donde se pueda catar a su vez

realizar actividades en el sitio. No denominar a la Costa ecuatoriana como un turismo de Sol y Playa.

Busca crear una experiencia diferente a la perspectiva de simplicidad que los consumidores tienen de una botella de vino. Capacitando al turista con la ciencia detrás del cultivo, tradición y la historia que lleva consigo cada elaboración de manera que su experiencia resulta práctica al usar sus sentidos.

## **Objetivos del Proyecto**

### **Objetivo general.**

Elaborar un plan de mejora para superar las falencias existentes en la hacienda Dos Hemisferios para la realización de enoturismo.

### **Objetivos específicos.**

1. Analizar los resultados de la situación actual de San Miguel, obtenidos a través del Manual de Diagnóstico de Turismo Local.
2. Determinar los problemas que tiene el recinto San Miguel dentro del campo de enoturismo.
3. Establecer los planes y proyectos para la solución de estas falencias.

## **Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto**

Los beneficiarios directos de la propuesta enoturística son: la Hacienda Dos Hemisferios, trabajadores que viven en la Hacienda, ya que dependiendo de la importancia que pueden dar a la propuesta de desarrollo del producto enoturístico, tienen como base una línea de investigación.

Los beneficiarios indirectos son el Recinto de San Miguel y los pobladores de Guayaquil, con la llegada de turistas por un nuevo producto turístico.

## **Competencia**

- Municipio de Guayaquil.
- Dos Hemisferios.
- Prefectura del Guayas.
- Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Obras Públicas.

## **Líneas de Productos Turísticos**

Las líneas turísticas que se aplican a son las siguientes:

- Agroturismo.
- Turismo Comunitario.
- Turismo de Naturaleza.

## **Análisis FODA**

A continuación, se analizaran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas al que enfrenta la investigación antes de llevarse a cabo. Haciendo referencia a la información que fue expuesta previamente, se han determinado de qué manera influye el mundo externo al proyecto. Como se ve afectado a corto, mediano y largo plazo, basándose en puntos de vista tanto de los clientes como de la organización.

### FORTALEZAS

- La marca Dos Hemisferios cuenta con el único viñedo productor de vino en la costa ecuatoriana.
- Dos hemisferios tiene 38 hectáreas de cosecha y tiene 360 hectáreas para seguir expandiéndose.
- Se encuentra fruto en la vid dos veces en el año.
- Vinos reconocidos a nivel internacional.
- Métodos de protección anticipado del producto por la experiencia del viñedo.

### DEBILIDADES

- Tiempos de pausa que causa la cosecha de la uva, interfiere directamente con el circuito turístico.
- Es considerado un producto estático. Las posibilidades de diversificación se limitan al vino.
- Infraestructura no adecuada para que los turistas pernocten en el sector.

### AMENAZAS

- Temporada de plagas y amenazas a la cosecha.
- Competencia de entidades gubernamentales que deseen implementar proyectos similares.
- Desastres naturales y condiciones climáticas.
- San Miguel no posee equipamiento ni facilidades para recibir turistas.
- No existen señalizaciones de tránsito ni turísticas.
- Posible competencia en agroturismo.
- Rutas turísticas que ofrece la Costa.

### OPORTUNIDADES

- Desarrollar un nuevo tipo de turismo en el Ecuador.
- El mercado objetivo, gracias a los resultados de las encuestas, está dispuesto a la experiencia en la costa ecuatoriana.
- Aparición de patrocinadores y colaboradores externos.

Dentro de las fortalezas, Dos Hemisferios por el momento es el único viñedo productor de vino en la Costa Ecuatoriana, cuenta con 360 hectáreas de las cuales solo 38 están siendo utilizadas por el momento. La hacienda cuenta con una vid que da fruto dos veces al año lo que permite al turista visualizar la fruta con doble oportunidad también cuenta con vinos reconocidos a nivel internacional. Por los 15 años que tiene Dos Hemisferios en el mercado, cuenta con un control de protección contra plagas anticipado.

De acuerdo a la investigación, las debilidades afectan al servicio turístico siendo que la infraestructura no permite pernoctar en el viñedo. La cosecha permite únicamente meses como Mayo, Junio, Noviembre y Diciembre que sean donde se pueda observar la vid con fruta. Por otro lado, son mínimas las posibilidades de diversificar el producto ya que se encuentra únicamente vinculado con el vino.

Sus amenazas embarcan las temporadas de plagas que amenazan la cosecha y los desastres naturales como las condiciones climáticas que atenten en contra del producto. Las entidades gubernamentales y privadas podrían ser vistas como competencia ya que es posible la implementación de proyectos que se le asimilen al de enoturismo como también el agroturismo. Las rutas de turismo que ofrece la región Costa y la ausencia de señaléticas de tránsito o turísticas que no posee el sector de la hacienda Dos Hemisferios. El recinto San Miguel no posee equipamiento ni facilidades para recibir turistas.

Las oportunidades se engloban en: desarrollar un nuevo tipo de turismo tanto en la región como en el país, el interés y la disposición por parte del mercado objetivo hacia el producto que se ha investigado en este caso el enoturismo. La aparición de patrocinadores y colaboradores externos que quiera ser partícipes del proyecto.

## **Análisis PESTA**

### **Aspecto político.**

El Ecuador es un estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa prevista en la Constitución.

El Ecuador en los últimos años ha dado un paso importante con respecto a la matriz productiva, el nuevo sistema gubernamental ha desarrollado ya que se han creado nuevas estrategias de negociaciones a través de las empresas públicas y privadas trabajando en conjunto para el beneficio propio del país. Gracias a ello se puede notar que las exportaciones han sido un gran avance, dando como resultado proveer a otras naciones con productos nacionales tales como: banano, madera, camarones, entre otros.

La planificación en el país se rige por el PLANDETUR 2020, con el fin de impulsar y fortalecer la actividad turística y plantea el reto de orientar la política sectorial a base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta ha reconocido la necesidad de juntar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador.

### **Aspecto económico.**

La economía del Ecuador se basa principalmente en la agricultura, la minería y la pesca. La exploración y la exportación de petróleo han desempeñado un papel preponderante en la economía Ecuatoriana desde la década de 1970.

Sin embargo, durante el último siglo, el desarrollo económico depende de las exportaciones, primero de cacao y, después de plátano, del cual Ecuador fue el mayor exportador del mundo durante varias décadas. Las exportaciones agrícolas principalmente vinieron de tierras bajas costeras.

Actualmente la economía del Ecuador se encuentra bajo el esquema de dolarización, que persigue el crecimiento económico sostenido del país. En ese contexto, se han logrado importantes acciones en la estabilidad económica, en la planificación, la apertura de mercados, el saneamiento del sistema financiero, el reordenamiento del Estado y en devolver la capacidad económica a los individuos, todo lo cual ha redundado en la reactivación productiva.

Asimismo, la reinserción del Ecuador en el sistema financiero internacional ha permitido la consecución de créditos internacionales para el sector productivo. Estos recursos se han canalizado con éxito a través de la corporación financiera nacional.

Al igual que otros países de América Latina, el Ecuador ha desarrollado un amplio programa orientado a restablecer el equilibrio macroeconómico y mantener una economía sólida. Las medidas adoptadas han logrado resultados positivos y el Ecuador ha establecido las bases para alcanzar un crecimiento sostenido.

El Ecuador, al igual que la mayor parte de los países latinoamericanos, ha logrado establecer un marco institucional moderno y especializado, basado en la promulgación de la ley de comercio exterior e inversiones, a través de la cual se creó el consejo de comercio exterior e inversiones –comexi-.

Las provincias de Pichincha, Guayas y Santa Elena son las que mayor número de turistas reportan. Desde el 2013 la cifra va en aumento y esto se debe al trabajo del Ministerio de Turismo junto con los municipios de cada sector, desarrollando estrategias para atraer a nuevos turistas tanto nacionales como extranjeros.

Ecuador se encuentra dentro de la lista de países del “boom turístico” en los últimos años. Según el Ministerio de Turismo entre el 2013 y 2014 se observa un incremento de turistas del 14.1%.

### **Aspecto tecnológico.**

El Ecuador está en un constante proceso de evolución pese que aún no alcanza el nivel de otras economías latinoamericanas, según el último Informe Global de Tecnología de la Información 2015 elaborado por el Foro Económico Mundial ya que fue el único país excluido, este reporte pone su atención en el impacto y aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación (TIC), por la falta de industrialización en maquinarias hace que el proceso de elaboración de sus productos tome más tiempo de lo

estimado. Países que encabezan el listado que aprovecha materia de TIC son: Chile, Barbados, Uruguay, Costa Rica, Panamá.

La cultura de la innovación y el progreso tecnológico en el Ecuador, han incidido en las empresas para que obtengan las últimas tecnologías al servicio de las necesidades de la sociedad y poder competir en diferentes mercados.

### **Aspecto social.**

En Ecuador está conformado por cuatro regiones: Costa Pacifico, Andes, Amazonia y Galápagos, es reconocido por ser un país pluricultural y multiétnico ya que cuenta con varios tipos de razas entre estas están indígenas, mestizas, afro ecuatorianos y blancos.

Las comunidades indígenas del Ecuador están establecidas en diferentes zonas del país, con sus diferentes tradiciones, costumbres e ideologías. Entre las más destacada en la región Costa se encuentran los Tsáchilas y la afrodescendiente de Esmeraldas, en la región andes podemos encontrar a Otavalo, Cañari y Saraguro y en la región amazónica los Shuar, Achuar, Siona- Secoya, Huaorani y Cofán.

La población ecuatoriana se encuentra en zonas urbanas siendo este un 63% de los cuales la gran parte se localiza en las ciudades de Guayaquil y Quito y solo el 37% viven en las zonas rurales pese a que esta población esta categorizada como la mejor calidad de vida en Latinoamérica.

Según fuentes del instituto de estadísticas y censos (INEC, 2014), con respecto a ecuatorianos que migran hacia otros países en busca de nuevas oportunidades para el bienestar de muchas familias tales como: España, Italia y Estados Unidos entre otros países desarrollados con fuentes de trabajo.

### **Aspecto ambiental.**

Responde a la legislación ambiental actual del espacio geográfico donde tiene actividad, o los requisitos que pueden frenar la operación de la

misma si no se están tomando en cuenta; generalmente este aspecto es absorbido por el político gracias a que son similares, no obstante, con la temática de mantenimiento y protección del medioambiente, se la considera en un apartado propio.

Tal aspecto no tiene mayor repercusión en la implementación de un producto enoturístico, ya que el impacto ambiental de la misma es inexistente, tanto en infraestructura como en proceso. No utiliza materiales que atenten contra la integridad de la flora y fauna del sector al encontrarse en una zona rural, ni el desarrollo de la actividad afecta de manera alguna al medio ambiente, quedando fuera de cualquier restricción por parte de regulaciones de esta índole.

### **Articulación con el PLANDETUR, PIMTE, Plan Nacional para el Buen Vivir, Constitución del Ecuador**

Plandetur 2020 busca potenciar, en el plazo de trece años, la armonía entre la naturaleza y la humanidad de manera que ninguna se vea afectada con la implementación de la actividad turística.

El programa STEP-OMT5 plantea que el desarrollo sostenible del turismo abarca tres aspectos primordiales en cualquier tipo de actividad turística:

1. Respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas
2. Uso óptimo de los recursos naturales
3. Viabilidad económica y repartición equitativa de beneficios.

(Tourism & Leisure, 2007, p. 18)

En la Hacienda Dos Hemisferios, la actividad del enoturismo cumple con los aspectos primordiales del programa STEP-OMT5 siendo que el recinto receptor, San Miguel, no ve amenaza en contra de la integridad de sus habitantes puesto que la actividad turística traería una mejora al ambiente laboral por su ampliación al turismo.

Junto con el desarrollo sostenible se busca lograr cumplir con los objetivos de desarrollo del milenio (ODM), englobando la ayuda a problemas

de tercer mundo. Incursionar al recinto San Miguel en el turismo, empezando con la hacienda Dos Hemisferios, es un inicio a mejorar la calidad de vida de los habitantes in situ y en un futuro de los pobladores de las comunas aledañas.

Según las políticas para el turismo del PLANDETUR 2020:

- Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo. (Tourism & Leisure, 2007, p.130)

Según el documento, los objetivos estratégicos son los siguientes:

- a) Consolidar al turismo sostenible como parte de los ejes que dinamizan la economía ecuatoriana, buscando la mejora en la calidad de vida de la población y satisfacción de la demanda turística del país, de manera que se aproveche sus ventajas competitivas y elementos de unidad del país.
- b) Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principales de reducción de la pobreza, inclusión social, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- c) Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales.
- d) Incentivar el volumen del turismo interno potencializando las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
- e) Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia. (Tourism & Leisure, 2007, p.127)

## **Ministerio de Turismo.**

Es necesario el seguimiento de los siguientes artículos de la Ley de Turismo para un mejor desempeño del programa turístico que se busca implementar en la hacienda Dos Hemisferios (Ministerio de Turismo, 2002):

Art. 3 literales: d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (p.1)

Art. 4. f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (p. 1-2.)

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (p.3)

## **Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador.**

De los objetivos dentro del PIMTE (2014), el proyecto se alinea con:

- Aumentar la oferta de turismo de calidad en los mundos que lo necesitan, y consolidar la oferta de calidad conseguida
- Mejorar la competitividad turística de Ecuador
- Aumentar el número de turistas internacionales
- Aumentar el nivel de ingresos por turista a Ecuador
- Posicionar experiencias turísticas competitivas en cada mundo,
- Posicionar a Ecuador como destino comprometido con el turismo sostenible,

- Consolidar la promoción internacional en los mercados clave y aumentar la promoción en los mercados de consolidación.
- Continuar con el posicionamiento de la imagen turística a nivel internacional
- Mejorar el posicionamiento del mundo Costa

### **Plan Nacional para el Buen Vivir.**

- ✓ Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población

Políticas: 3.1 Promover prácticas de vida saludable en la población

- ✓ Objetivo 4: Garantizar los derechos de la naturaleza y

promover un ambiente sano y sustentable.

Políticas: 4.1. Conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su bio -diversidad terrestre y marina, considerada como sector estratégico; 4.4. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida 4.7. Incorporar el enfoque ambiental en los procesos sociales, económicos y culturales dentro de la gestión pública.

- ✓ Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y

fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la

plurinacionalidad y la interculturalidad

Políticas: 5.1. Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos. 5.2 Preservar, valorar, fomentar y resignificar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión. 5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas. 5.4. Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así

como su aporte a la transformación de la matriz productiva. 5.5. Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa. 5.6. Promover la integración intercultural en los procesos contra hegemónicos de integración regional. 5.7. Promover la interculturalidad y la política cultural de manera transversal en todos los sectores.

✓ Objetivos 6.- Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Políticas: 6.3. Fomentar la asociatividad como base para mejorar las condiciones de trabajo, así como para crear nuevos empleos; 6.4. Promover el pago de remuneraciones justas sin discriminación alguna, propendiendo a la reducción de la brecha entre el costo de la canasta básica y el salario básico 6.6. Promover condiciones y entornos de trabajo seguro, saludable, incluyente, no discriminatorio y ambientalmente amigable; 6.7. Impulsar procesos de capacitación y formación para el trabajo.

✓ Objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común

Políticas: 7.1. Garantizar a la población el derecho al acceso y al disfrute de los espacios públicos en igualdad de condiciones; 7.2. Promocionar los deberes y derechos respecto al uso de los espacios públicos; 7.3. Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas; 7.4. Democratizar la oferta y las expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales; 7.5. Impulsar el fortalecimiento y apertura de espacios públicos

permanentes de intercambio entre grupos diversos, que promuevan la interculturalidad, el reconocimiento mutuo y la valorización de todas las expresiones colectivas; 7.7. Garantizar el derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo principios de sustentabilidad, justicia social, igualdad de género y respeto cultural 7.8. Mejorar los niveles de seguridad en los espacios públicos.

Meta: 7.3.1. Triplicar el porcentaje de personas que realiza actividades recreativas y/o de esparcimiento en lugares turísticos nacionales hasta 2013.

✓ Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Políticas: 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. 11.4. Impulsar el desarrollo soberano de los sectores estratégicos en el marco de un aprovechamiento ambiental y socialmente responsable de los recursos no renovables y servicios que generan.

## **Problemas Detectados en la Salida de Campo**

Luego de haber determinado la situación actual de la Hacienda Dos Hemisferios a través del Manual de Diagnostico de Turismo Local, los problemas detectados in situ son los siguientes:

Tabla 10.

*Cuadro de problemas*

PROBLEMAS	
1.	Personal poco capacitado.
2.	Falta de señalización vial para llegar al recinto San Miguel.
3.	Carreteras poco accesibles.
4.	Inexistencia de Planta Turística.
5.	Inexistencia de Facilidades Turísticas.
6.	Fachadas de la Hacienda Dos Hemisferios en mal estado.
7.	Falta de señalética turista en la Hacienda Dos Hemisferios.

### **Necesidades de intervención**

Una vez determinado los problemas en el sitio de investigación, se plantea las siguientes necesidades:

- Programas de capacitación en turismo para el personal de la hacienda.
- Señalización interpretativa y vial de la ruta.
- Desarrollo de vías de acceso en conjunto con el Ministerio de Obras Públicas.
- Diseño de planta turística para la Hacienda Dos Hemisferios.
- Creación de facilidades turísticas para los visitantes.
- Creación de una fachada que permita identificar el ingreso a la hacienda.
- Sistema de información turística en el área de desarrollo del proyecto.

## Clasificación de necesidades por eje de acción del PLANDETUR.

Tabla 11.

*Clasificación de las necesidades por eje de acción del PLANDETUR.*

DESARROLLO DE DESTINOS Y FACILITACIÓN TURÍSTICA	
Parqueadero:	Implementación de un parqueadero en la entrada de la Hacienda Dos Hemisferios.
Baterías sanitarias:	En los parqueaderos, en la bodega, en la cava.
Centro de interpretación	Mirador y Vina
Modelos de Gestión	Modelo de Gestión para la Hacienda Dos Hemisferios en el recinto de San Miguel
Tachos de Basura (reciclaje)	En los parqueaderos, en los distintos lotes de cepas de VID, en la bodega, en el área para catar.
Accesibilidad	Creación de una vía de acceso y señalización adecuada para el ingreso de los turistas que deseen visitar la hacienda.
SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA	
Señalética turística interpretativa	En el recinto San Miguel y en La Hacienda Dos Hemisferios
Fachada	En la entrada de la Hacienda Dos Hemisferios.
PROMOCION TURISTICA CONSCIENTE	
Promoción turística	Guía turística (flyers en el peaje),

---

mapa lúdico (GPS), documentales o propagandas, vallas publicitarias y redes sociales.

---

## DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL TALENTO HUMANO

Seguridad Alimentaria:	Recinto San Miguel y Hacienda Dos Hemisferios
Concienciación Ciudadana	Recinto San Miguel y Hacienda Dos Hemisferios
Atención al cliente	Hacienda Dos Hemisferios

---

### Proyectos de Implementación

Tabla 12.

*Proyecto 1*

#### Proyecto 1: IMPLEMENTACIÓN DE PARQUEADERO

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

---

Localización: En la entrada de la Hacienda Dos Hemisferios

---

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Consolidar al turismo sostenible como uno de los pilares fundamentales de la economía del Ecuador, medio por el cual busca lograr una mejor calidad de vida de la población, sin dejar de lado la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas.

---

Objetivo del proyecto: Identificar y gestionar la instalación de parqueaderos en espacios propios de la hacienda Dos Hemisferios, con el fin de mejorar la calidad del servicio turístico y satisfacer necesidades mínimas necesarias de la demanda.

---

Descripción del Proyecto: Para poder brindar comodidades mínimas en la Hacienda Dos Hemisferios, es importante establecer los lugares donde deben instalarse parqueaderos. Éstos además servirán como una facilidad para aquellos turistas ya sea nacional o extranjero que tengan un sitio

---

---

especifico de parqueo, mostrando a su vez una mejor imagen del lugar. Por ello el proyecto debe:

- Verificar la disponibilidad de espacio en la Hacienda Dos Hemisferios
- Gestionar los permisos requeridos para la construcción de este parqueadero.
- Elaborar un modelo de gestión.

El lugar donde se implementara el parqueadero es:

- En la entrada de la Hacienda Dos Hemisferios.

A continuación se cuantifica la inversión del proyecto:

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Estudios Definitivos	\$ 33.000,00	\$ 33.000,00
1	Implementación	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
1	Rotulación	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Modelo de Gestión	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
	TOTAL		\$ 55.025,00

---

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto de implementación referencial: \$ 55.025,00
---	--

---

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 3 meses

---



Figura 25. Render de Baterías Sanitarias

Tabla 13.

*Proyecto 2*

### Proyecto 2: IMPLEMENTACIÓN DE BATERÍAS SANITARIAS

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

Localización: En los parqueaderos, en la bodega y en la cava.

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Consolidar al turismo sostenible como uno de los pilares fundamentales de la economía del Ecuador, misma que busca lograr una mejor calidad de vida de la población, sin dejar de lado la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas.

Objetivo del proyecto: Identificar y gestionar la instalación de baterías sanitarias en espacios propios de la hacienda Dos Hemisferios, con el fin de mejorar la calidad de servicio turístico y satisfacer necesidades mínimas de la demanda.

Descripción del Proyecto: Para poder brindar comodidades en la hacienda Dos Hemisferios, es importante establecer los lugares donde deben instalarse baterías sanitarias. Éstas deben además ofrecer a los turistas facilidades para que a lo largo de toda su permanencia en el viñedo tengan un sitio donde puedan hacer uso de instalaciones con fines sanitarios, logrando cubrir las expectativas por parte de los visitantes. Por ello el proyecto debe:

- Verificar la disponibilidad de espacio en la Hacienda Dos Hemisferios
- Gestionar los permisos requeridos para la construcción de estas baterías sanitarias.
- Elaborar un modelo de gestión.

Los lugares donde se implementarán las baterías son:

- Parqueaderos
- Bodega
- Cava

A continuación se cuantifica la inversión del proyecto:

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Estudios Definitivos	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
3	Implementación	\$ 25.000,00	\$ 75.000,00
3	Rotulación	\$ 25,00	\$ 75,00
1	Modelo de Gestión	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00
	TOTAL		\$ 126.075,00

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto de implementación referencial: \$ 126.075,00
---	---

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 5 meses



*Figura 26. Render de Cava*

Tabla 14.

*Proyecto 3*

**Proyecto 3: IMPLEMENTACIÓN DE CENTROS DE INTERPRETACIÓN**

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

Localización: Mirador y Cava

---

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

---

Objetivo del proyecto: Implementar un centro de interpretación en el Mirador ubicado en un lugar estratégico del viñedo Dos Hemisferios donde es posible la visualización en un rango de 360°.

---

Descripción del Proyecto: El objetivo del proyecto es ampliar la oferta turística en las actividades que se podrían realizar en un mismo destino. El proyecto consiste en crear un espacio que facilite la visualización de la plantación en el viñedo Dos Hemisferios, dando de esta manera una interpretación más didáctica y visual al aprendizaje de la agricultura en el sector además de ser un atractivo en el circuito que se lleve a cabo en el viñedo.

La implementación del mirador deberá cumplir con aspectos físicos que coincidan con la construcción en el viñedo como: aspectos rústicos y ecológicos. Aspectos que no desencajen en el paisaje que tiene el visitante. El mirador deberá contar con una exposición dada por un guía que este en pleno conocimiento de la historia tanto del viñedo como de la cosecha. Se podrá contar con mapas y paneles informativos.

Los paneles informativos deberán tener información relevante, de texto corto y puntual, que cause interés en el visitante.

La actividad interpretativa dentro del mirador debe ser complementada con las actividades de recorrido y cata de vino.

Los estudios definitivos para la implementación deberá contener también un Modelo de Gestión para el sitio.

El costo referencial se compone de:

Diseño arquitectónico: \$80.000

Estudio de impacto ambiental: \$6.000

Implementación: \$235.000

Modelo de gestión: \$3.000

---

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

---

Presupuesto Referencial:

\$324.000

---

---

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 6 meses

---

Tabla 15.

*Proyecto 4*

---

#### Proyecto 4: MODELOS DE GESTIÓN

---

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

---

Localización: Hacienda Dos Hemisferios

---

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

---

Objetivo del proyecto: Dotar físicamente la hacienda Dos Hemisferios para poder brindar un servicio apto para el recibimiento de los turistas.

---

Descripción del Proyecto: El proyecto busca adecuar los espacios de esparcimiento del turista de manera que el servicio dado en el viñedo Dos Hemisferios no sea causa de incomodidades para el visitante. El proyecto consiste categorizar cada tipo de vid y nombrarla por su producción, para que visualmente sea más fácil de exponer al turista. Mantener los caminos de circulación en buen estado para evitar danos físicos a quienes transiten en él. De esta manera se evita distracciones del turista para que su aprendizaje y experiencia puedan ser disfrutadas.

Limpiar periódicamente las áreas de recreación para evitar la invasión de animales externos, ya sean estos animales domésticos como: gatos, perros, caballos o burros; o no domesticados como lo son: las ratas, raposas, culebras y gusanos. No permitir que la actividad turística en la hacienda Dos Hemisferios sea razón contaminación.

El costo referencial se compone de:

Diagnóstico: \$37.000

Propuesta: \$4.000

Implementación: \$104.000

Modelo de gestión: \$44.000

---

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto Referencial: \$189.000
Plazo de ejecución	
Inicio: 2015	
Duración: 6 meses	

Tabla 16.

*Proyecto 5*

### Proyecto 5 : TACHOS DE BASURA (RECICLAJE)

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

Localización: En los parqueaderos, en los distintos lotes de cepas de VID, en la bodega, en el área para catar.

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

Objetivo del proyecto: Adecuar con depósito de desechos todo espacio de la hacienda Dos Hemisferios por donde en el que el visitante vaya a recrearse.

Descripción del Proyecto:

Dividir los desechos mediante los diferentes tachos designados a cada tipo de desperdicio como por ejemplo: contar con tachos para desperdicios orgánicos, aluminios, cartón y papel, plásticos y vidrios. Fomentando la limpieza del establecimiento tanto como la conciencia ecológica por medio de la división de basura.

El proyecto deberá contemplar los siguientes componentes:

Diagnóstico.- Se elaborará un diagnóstico sobre la situación actual del lugar, para que se determinen los lugares específicos donde deben colocarse los tachos de basura.

Estudios.- Se deberá contratar la elaboración de 2 estudios (ambientales y

---

modelo de gestión).

Implementación.- El proyecto contemplaría:

- Mantenimiento de los tachos de basura (15 de reciclaje, 5 no reciclables)

**COSTO REFERENCIAL DEL PROYECTO:**

Diagnóstico de la situación actual:	1.200,00 USD
Estudios a realizarse para la obra:	5.000,00 USD
Mantenimiento de los tachos	7.000,00 USD
<b>SUB TOTAL INTERVENCIONES:</b>	<b>13.200,00 USD</b>

---

Responsable de la ejecución:	Presupuesto Referencial:
Ministerio de Turismo	\$ 13.200,00

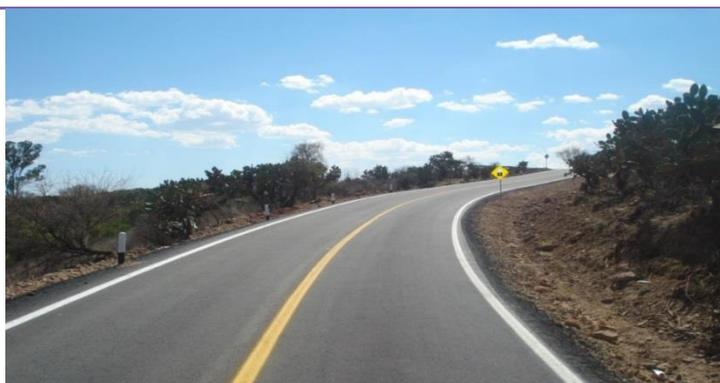
---

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 3 meses

---



*Figura 27. Render de Vía de Acceso*

Tabla 17.

*Proyecto 6*

---

**Proyecto 6 : ACCESIBILIDAD**

---

Programa: Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística

---

Localización:

Vía principal de acceso al recinto San Miguel y vías de acceso al viñedo Dos Hemisferios.

---

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

---

Objetivo del proyecto: Creación de una vía de acceso y señalización adecuada para el ingreso de los turistas que deseen visitar la hacienda.

---

Descripción del Proyecto:

Este proyecto contempla atención a las inadecuadas vías de acceso que comprende la ruta hasta llegar al viñedo Dos Hemisferios.

Busca modificar el terreno de manera que el viaje hasta el viñedo sea placentero para el visitante.

En una proyección a futuro, el desarrollo para el bienestar de las vías de acceso ve por la mejora del recinto San Miguel y todo aquel que busque acceder y evacuar de él disminuyendo peligros de accidentes vehiculares y atentados a personas residenciales.

El proyecto deberá contemplar los siguientes componentes:

Diagnóstico.- Se elaborará un diagnóstico con el Ministerio de Obras Publicas sobre la situación actual del lugar, para que se determinen las rutas específicas con las que se empezara la mejora vial.

Estudios.- Se deberá contratar la elaboración de dos estudios (ambientales y modelo de gestión así como también la Comisión de Transito del Ecuador deberá participar activamente antes, durante y después del proyecto para la seguridad vial).

Implementación.- El proyecto contemplaría:

- Mantenimiento

COSTO REFERENCIAL DEL PROYECTO:

Diagnóstico de la situación actual:	3.300,00 USD
Estudios a realizarse para la obra:	17.000,00 USD
Mantenimiento	10.000,00 USD
SUB TOTAL INTERVENCIONES:	30.300,00 USD

Responsable de la ejecución:	Presupuesto Referencial:
Ministerio de Turismo	\$ 30.300,00
Plazo de ejecución	
Inicio: 2016	
Duración: 11 meses	

Tabla 18.

*Proyecto 7*

### Proyecto 7: SEÑALÉTICA TURÍSTICA INTERPRETATIVA

Programa: Señalización y Señalética

Localización: En el recinto San Miguel y en La Hacienda Dos Hemisferios.

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

Objetivo del proyecto: Acondicionar las vías de acceso con señaléticas que guíen a los visitantes.

Descripción del Proyecto:

Colocar señales de tránsito a lo largo de la vía de acceso al viñedo Dos Hemisferios, señales que hagan énfasis en vías a las que no se puede ingresar, en qué lugares puede haber un cruce de peatón ya sea este humano o animal, donde puede retornar y donde no se puede estacionar. Señales donde indiquen el nombre del lugar donde está.

Cálculo de distancia hasta su próximo punto de llegada. Barandas con reflectores en las curvas que tienen las vías.

En cuanto a la señalización del viñedo, se busca organizar letreros en cada tipo de cepa para que sea de mayor facilidad la exposición al turista. Señales de ubicación de sanitarios, punto de compras, rutas de evacuación en emergencia, salidas y entradas, sitios de comida y bebidas, casetillas de información y seguridad.

TOTAL IMPLEMENTACIONES: 24.000,00 USD

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto Referencial: \$24.000,00
Plazo de ejecución	
Inicio: 2016	
Duración: 4 meses	



*Figura 28. Render de Fachada*

Tabla 19.

*Proyecto 8*

### Proyecto 8: FACHADA

Programa: Señalización y Señalética

Localización: En la entrada de la Hacienda Dos Hemisferios.

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento del turismo interno aumentando las posibilidades socio-económicas del mercado y su desarrollo en el tiempo.

Objetivo del proyecto: Acondicionar la fachada de la Hacienda Dos Hemisferios de manera que el lugar de una primera impresión positiva al público que lo visite.

Descripción del Proyecto:

En este proyecto se busca crear una imagen atractiva de la Hacienda Dos Hemisferio, haciendo del lugar acogedor y manteniendo como tema todo aquello que se derive del estilo de decoración rustica.

La infraestructura de la hacienda por el momento no cuenta con un recibidor a la entrada del viñedo, razón por la cual parte del proyecto de la fachada sería construir pilares que formen un arco y este sea lo primero que verán los turistas.

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto Referencial: \$3.900,00
Plazo de ejecución Inicio: 2016 Duración: 5 meses	

Tabla 20.

*Proyecto 9*

**Proyecto 9: PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Programa: Promoción turística consciente

Localización: Ciudad de Guayaquil.

Objetivos estratégicos del PIMTE a los que contribuyen:

- Mejorar la competitividad turística de Ecuador.
- Aumentar el número de turistas internacionales.
- Potenciar el producto Ecuador = Recorrer los cuatro mundos
- Consolidar la promoción internacional en los mercados clave y aumentar la promoción en los mercados de consolidación.
- Mejorar el posicionamiento de los mundos Costa

Objetivo del proyecto: Integrar a la hacienda Dos Hemisferios a la oferta turística de la provincia del Guayas.

Descripción del Proyecto:

En este proyecto se busca la inclusión del enoturismo en la oferta turística de la provincia del Guayas, aportando a la diversidad de los destinos que tienen. Guayaquil, siendo el receptor del turista internacional, es donde se promocionaría el destino.

El proyecto se llevará a cabo a través de volantes en sucursales de actividad turística así como también en paradas obligatorias que están direccionadas

---

al destino como los peajes en vía a la costa y los peajes que sean de entrada a la provincia.

Elaboración de propagandas, vallas publicitarias y redes sociales.

TOTAL IMPLEMENTACIONES: 160.900,00 USD

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto Referencial: \$160.900,00
Plazo de ejecución Inicio: 2016 Duración: 7 meses	

Tabla 21.

*Proyecto 10.*

#### Proyecto 10: SEGURIDAD ALIMENTARIA

Programa: Desarrollo de Capacidades del Talento Humano

Localización: Hacienda Dos Hemisferios y la comuna San Antonio

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Implementar una oferta turística con un desarrollo sostenible y competitivo, logrando potenciar los recursos humanos, naturales y culturales.

Objetivo del proyecto: Capacitar el personal gastronómico de la hacienda Dos Hemisferios para seguir parámetros de cocina fría del producto gastronómico que ofrece el circuito turístico. Realzar la calidad y seguridad de los alimentos en la comuna San Antonio.

Descripción del Proyecto:

En este proyecto propone capacitar al personal encargado de la cocina dentro de la hacienda Dos Hemisferios quienes son los que preparan los acompañantes opcionales de la cata de vino. El proyecto se encarga de darle los conocimientos y las herramientas al personal para realzar la calidad de la elaboración de sus productos.

Viendo a futuro por el crecimiento de la comuna San Antonio, se buscara incluir a los establecimientos gastronómicos, de manera voluntario, siendo

---

una oportunidad para engrandecer el circuito turístico de la Hacienda Dos Hemisferios.

Los cursos estarán dirigidos a los dueños de establecimientos de comida del sector y demás pobladores de la comuna San Antonio.

<b>CANTIDAD COMUNIDADES</b>	<b>CURSO</b>	<b>HORAS POR SEMANA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Seguridad alimentaria para el recinto de San Miguel	9	36	\$ 2.000,00

Núm. Máx. Participantes: 50

Núm. Total horas por semana: 9

Núm. De jornadas de capacitación: 12 (en caso de que en cada jornada se dictasen 3 horas)

Núm. de comunidades: 1

---

Responsable de la ejecución: Ministerio de Turismo	Presupuesto Referencial: \$2.000,00
---	--

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 12 meses

---

Tabla 22.

*Proyecto 11*

---

### Proyecto 11: CONCIENCIACIÓN CIUDADANA

Programa: Desarrollo de Capacidades del Talento Humano

Localización: Comuna San Antonio

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Organizar los esfuerzos comunitarios, privados y públicos para potenciar el turismo sostenible, apoyándose en sus destinos turísticos y bajo los principales índices de pobreza, inclusión social, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Objetivo del proyecto: Concientizar a quienes habitan en la comuna San

---

---

Antonio de la conserva de sus tradiciones y costumbres, tanto en lo social como en lo gastronómico.

---

**Descripción del Proyecto:**

Este proyecto busca la protección de aquellas costumbres y tradiciones que se lleven a cabo en la comuna San Antonio, siendo este el sector más poblado que se encuentra en la ruta a Dos Hemisferios.

Para lograr esto, es importante realizar:

- Estudio sociológico/antropológico de la población.
- Diagnóstico de la situación actual.
- Mantener, mediante boletines informativos, al tanto a la comuna de sus mejoras y proyectos para sí.

---

Responsable de la ejecución:	Presupuesto Referencial:
Ministerio de Turismo	\$4.000,00
Plazo de ejecución	
Inicio: 2016	
Duración: 8 meses	

---

Tabla 23.

*Proyecto 12*

---

### Proyecto 12: ATENCIÓN AL CLIENTE

---

Programa: Desarrollo de Capacidades del Talento Humano

---

Localización: Hacienda Dos Hemisferios

---

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Implementar una oferta turística con un desarrollo sostenible y competitivo, logrando potenciar los recursos humanos, naturales y culturales.

---

Objetivo del proyecto: Lograr, mediante la cata de vino, una experiencia agradable siempre poniendo la atención del cliente como guía de todo servicio dentro de la hacienda Dos Hemisferios

---

**Descripción del Proyecto:**

Este proyecto se basa en el servicio de cata de vino dentro del circuito turístico que se ofrece en Dos Hemisferios, dentro del cual el turista es expuesto a descubrir el producto de viñedo de manera personal.

Se llevara a cabo en un sector del viñedo bajo sombra, para generarle al visitante mejor comodidad para experimentar sensaciones que cada tipo de

---

---

vino expresa.

Este proyecto se conforma por los vinos productos del viñedo que son: Paradoja, Bruma, Del Morro, Enigma y Travesía.

Son acompañados, de forma opcional, por quesos y jamones a disposición del turista.

---

	Presupuesto Referencial:
--	--------------------------

	\$1.900,00
--	------------

---

Plazo de ejecución

Inicio: 2016

Duración: 4 meses

---

## Cronograma de Intervenciones del Ministerio de Turismo

Tabla 24.

*Cronograma de intervenciones del Ministerio de Turismo*

PROGRAMA	PROYECTO	2016	TOTAL
<b>Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística</b>	Implementación de Parqueadero	\$ 55.025,00	<b>\$ 55.025,00</b>
	Implementación de Baterías Sanitarias	\$ 126.075,00	<b>\$ 126.075,00</b>
	Centro de interpretación	\$ 324.000,00	<b>\$ 324.000,00</b>
	Modelo de Gestión	\$ 189.000,00	<b>\$ 189.000,00</b>
	Tachos de Basura (reciclaje)	\$ 13.200,00	<b>\$ 13.200,00</b>
	Accesibilidad	\$ 30.300,00	<b>\$ 30.300,00</b>
<b>Subtotal Programa 1</b>			<b>\$ 737.600,00</b>
<b>Señalización y Señalética</b>	Señalética turística interpretativa	<b>\$ 24.000,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>
	Fachada	<b>\$ 3.900,00</b>	<b>\$ 3.900,00</b>
	<b>Subtotal Programa 2</b>		<b>\$ 27.900,00</b>
<b>Promoción Turística Consciente</b>	Promoción turística	\$ 160.000,00	<b>\$ 160.000,00</b>
	<b>Subtotal Programa 3</b>		<b>\$ 160.000,00</b>
<b>Desarrollo de Capacidades del Talento Humano</b>	Seguridad Alimentaria	\$ 2.000,00	<b>\$ 2.000,00</b>
	Concientización ciudadana	\$ 4.000,00	<b>\$ 4.000,00</b>
	Atención al cliente	\$ 1.900,00	<b>\$ 1.900,00</b>
	<b>Subtotal Programa 4</b>		<b>\$ 7.900,00</b>
<b>PRESUPUESTO GENERAL</b>			<b>\$ 933.400,00</b>

## Propuesta de producto turístico

Tabla 25.

Ficha de Producto Turístico “Hacienda Dos Hemisferios”

Hacienda Dos Hemisferios				
Producto Principal				
Objetivo	Proponer el desarrollo de un producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios ubicado en el recinto San Miguel, Parroquia rural El Morro, cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad.			
Atractivos Turísticos		Categoría	Tipos	Subtipos
	Viñedos	Manif. Culturales	Realizaciones técnicas, artísticas y Contemporáneas	Explotaciones s agropecuarias
Planta Turística (Catastro proporcionado por la dirección del Municipio de Guayaquil)	Tipo	Categoría		Cantidad
	Alojamiento	Primera, Segunda, Tercera, Cuarta y Lujo		122
	Alimentos y Bebidas	De toda clase		2.153
	Transporte	Cooperativas		
	Otros Servicios	Entidades bancarias, internet, etc.		
Accesibilidad	Una vez implementada la propuesta del proyecto las vías de acceso terrestre al Recinto San Miguel se encenrarían en buen estado, ya que esto permitiría la visita durante todos los meses del año. Los caminos vecinales se encuentran en reparación.			
Servicios y actividades complementarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recorrido del viñedo con un guía</li> <li>▪ Recolección de uva</li> <li>▪ Visita a bodegas de producción</li> <li>▪ Cata de vino junto con un enólogo</li> <li>▪ Ofrecer piqueos y tapas</li> </ul>			
Administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La Hacienda Dos Hemisferios</li> </ul>			
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Es una zona agrícola, cuenta con haciendas que cosechan café, cacao y pita haya.</li> <li>▪ La zona no se destaca en ningún ámbito turístico.</li> <li>▪ Interés en participar en actividades turísticas.</li> <li>▪ Personas interesadas en recibir capacitación de guianza.</li> </ul>			

	*Información obtenida el Municipio de Guayaquil
Viabilidad económica	<p>Perfil del Turista</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Amantes al vino</li> <li>▪ Personas interesadas en catar</li> <li>▪ Gusta realizar actividades recreativas</li> <li>▪ Busca la oportunidad de conocer la historia del vino y del sitio</li> <li>▪ Le gusta pasar en pareja, familia o amigos</li> </ul>
	<p>Análisis de la demanda de un producto</p> <p>Sobre los turistas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiempo de permanencia      Depende el motivo</li> <li>▪ Gasto promedio                USD 200</li> <li>▪ Servicios Turísticos          Alojamiento, alimentación, servicios de guianza</li> </ul> <p>Sobre el enoturismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento                    SI (46%) NO (54%)</li> <li>▪ Grado de aceptación para visitar un viñedo y realizar actividades                    SI (75%) NO (25%)</li> </ul> <p>*Datos obtenidos de encuestas</p>
	<p>Competencia: Chaupi Estancia Winery</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grupos de 3 a 6 pax.</li> <li>▪ Duración de recorrido: 1 hora y 30 min</li> <li>▪ Costo del recorrido: USD 21,43 por pax.</li> <li>▪ Recorridos estacionales, solo en épocas de temporada de vid</li> <li>▪ Ofrecen tabla de quesos</li> </ul>

Nota: Adaptación de "Producto Turístico," por F, Cárdenas Tabares, 2008, *Producto Turístico*.

## Conclusiones

Se pudo observar que el Recinto San Miguel posee varias zonas agrícolas, entre ellas se encuentra el único viñedo en producción de vino, por este motivo se vio constatada la necesidad de evaluar los diversos factores que intervienen en el sistema turístico, para que el enoturismo se pueda implementar a futuro de acorde a esta propuesta.

Como resultado se obtuvo lo siguiente:

- Se ha constado la necesidad del atractivo que cuenta el cantón ya que debe ser promocionado turísticamente, para que se desarrolle de manera adecuada este nuevo tipo de turismo.
- Se comprobó la importancia del estudio de teorías proporcionadas por un sistema turístico, que se realizó mediante seis componentes: diagnóstico del lugar, sitio específico donde se dio a cabo cada elemento, lo cual nos permitió ver desde otra perspectiva y tener una mejor visualización de la situación actual del recinto.
- La demanda de San Miguel está en crecimiento por lo cual no se pudo analizar la demanda turística in situ, y se realizó el estudio de la demanda receptora de los turistas la ciudad de Guayaquil, el cual mediante censos se pudo obtener con el fin de posesionarse como potencial turístico.

Finalmente se concluye que bajo los resultados de las encuestas y entrevistas, los turistas nacionales y extranjeros muestran gran interés en el enoturismo, ya que es beneficioso para los pobladores del sector y la Hacienda con el fin de generar una actividad económica y un nuevo turismo en la región.

## **Recomendaciones**

Una vez culminada la investigación, se propone:

1. Analizar la probabilidad de realizar con cualquier entidad pública ya sea, municipio o la prefectura, la implementación del enoturismo y otras actividades en realizarse en el sitio.
2. Ofrecer la información a los pobladores del recinto y del cantón sobre el proyecto para explotar sus recursos y conocimientos de la zona que favorezca la implementación del mismo.
3. Efectuar un seguimiento al crecimiento de la actividad turística en la zona para poder indagar otras opciones y viabilidades para realizar en el proyecto.
4. Tener en cuenta los objetivos de cada propuesta a realizarse en el lugar.

## Listado de Referencias

Abascal, E. & Grande, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid. Esic Editorial

Anónimo (s.f). Enoturismo. Recuperado de

<http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>

Chiriboga, R. (2009). Investigaciones del Sistema Turístico más cruciales del Ecuador. Recuperado de <http://roxyrous1987.blogspot.com/>

Crosby, P. (1998). *La calidad no cuesta*. México D.F.: Editorial Continental.

Definición ABC (s.f.). Definición de Viticultura. Recuperado de

<http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/viticultura.php>

Dos Hemisferios (s.f). Nuestros Vinos. Recuperado de

<http://www.doshemisferios.com/>

Durán, G. y Negrín, J. (s.f). *Enoturismo versus vitivinicultura ecosostenible. La gestión sostenible del turismo enológico en Castilla, La Mancha*.

Recuperado

de [https://www.researchgate.net/profile/gemma\\_romero/publication/266882182\\_enoturismo\\_versus\\_vitivinicultura\\_ecosostenible\\_la\\_gestion\\_sostenible\\_del\\_turismo\\_enologico\\_en\\_castilla/links/548f37e00cf2d1800d86238d.pdf](https://www.researchgate.net/profile/gemma_romero/publication/266882182_enoturismo_versus_vitivinicultura_ecosostenible_la_gestion_sostenible_del_turismo_enologico_en_castilla/links/548f37e00cf2d1800d86238d.pdf)

Feinberg, W. y Torres, C. (2014). Democracia y educación: John Dewey y Paulo Freire. *Cuestiones Pedagógicas*, 23(1), pp. 29 – 42.

Recuperado de

[http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/23/M\\_2.pdf](http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/23/M_2.pdf)

García, B (2005). Características diferenciales del producto turismo rural.

*Cuadernos de turismo*, (15), pp. 113 – 133. Recuperado de

<http://revistas.um.es/turismo/article/view/18481/17831>

Gómez M. (2006). Introducción de la investigación científica. Buenos Aires: Editorial Bujas

Ley 97 del 2002. Ley de Turismo. Diciembre 27 de 2002. Registro Oficial No. 733.

Los Andes (2010). De los 167 premios del Vinus 2010, la Argentina logró 121. Recuperado de <http://archivo.losandes.com.ar/notas/2010/5/23/economico-491351.asp>

Marqués de Cáceres. (s.f). Visitas. Recuperado de <http://www.marquesdecaceres.com/enoturismo/visita-y-reservas/>

Mazorra, J. (s.f). Sudáfrica para sibaritas. Recuperado de [http://www.ocholeguas.com/especiales/2010/04/sudafrica/2010/04/28/seccion\\_06/1272448156.html](http://www.ocholeguas.com/especiales/2010/04/sudafrica/2010/04/28/seccion_06/1272448156.html)

Millán, M., Morales, E y Freire, M. (2012). Turismo del vino: una aproximación a las buenas prácticas. Turismo y Desarrollo, 5(12). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.html>

Ministerio de Turismo (2010). Boletín de estadísticas turísticas. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/anuario-de-estadisticas-turisticas/anuario-2010-2014/244>

Mora, F. (s.f). *El Posicionamiento: la guerra por un lugar en la mente del consumidor*. Recuperado de <http://www.systemcali.edu.co/Archivos/EIPosicionamiento.pdf>

Picornell, M. y Melero, J. (2013). Historia del cultivo de la vid y el vino; su expresión en la Biblia. Ensayos, (27), pp. 217-246. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4202876.pdf>

Resolución 2 del 2013. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 2017. Registro oficial No. 78.

- Revista Líderes (2015). Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la región. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-mayor-tasa-crecimiento-turistas.html>
- Rodríguez, E. (2005). Metodología de la investigación. México D.F.: Ernesto.
- Ruiz, G. (2013). La teoría de la experiencia de John Dewey: significación histórica y vigencia en el debate teórico contemporáneo. *Foro de Educación*, 11(15), pp. 103 – 124. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.14516/fde.2013.011.015.005>
- Ruiz, M. (2011). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Recuperado de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo\\_cuantitativo\\_mixto.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html)
- Schonberger, R. (2008). *World Class Manufacturing: The Lessons of Simplicity Applied*. Nueva York: Free Press Publishing.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-5.-construir-espacios-de-encuentro-comun-y-fortalecer-la-identidad-nacional-las-identidades-diversas-la-plurinacionalidad-y-la-interculturalidad#tabs2>
- SERNATUR. (2008). Glosario de términos tecnológicos relacionado con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. recuperado de [http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/glosario-de-turismo-2008-sernatur.pdf](http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/glosario-de-turismo-2008-sernatur.pdf)
- Tomás, J. (2009). Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería. Barcelona. Servei de Publicacions Universitat Autònoma de Barcelona.
- Tourism & Leisure (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”*. Recuperado

de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/plandetur-2020.pdf>

Tourism & Leisure (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*.

Recuperado de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/pimte\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/pimte_2014.pdf)

Travel Quito Ecuador (2008). *Guayaquil, capital económica del Ecuador*.

Recuperado de

[http://www.ecuador.us/guayaquil/guayaquil/guayaquil\\_capital\\_economica\\_del\\_ecuador/](http://www.ecuador.us/guayaquil/guayaquil/guayaquil_capital_economica_del_ecuador/)

Viveros, B. (2014). *¿Cómo plantar un pequeño viñedo?* Recuperado de

<http://www.vitivinicultura.net/como-plantar-un-pequeno-vinedo.html>

Zamora, J. y Barril, M. (2007). Turismo y Vino. Un estudio formativo sobre la

evolución de las rutas del vino en Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(2), pp. 173 – 194. Recuperado de

<http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a03.pdf>

Zapata, E. (s.f). *La matriz de posicionamiento: metodología novedosa para ubicar productos en la mente del cliente*. Recuperado de

<http://www.bdigital.unal.edu.co/22441/1/19056-62365-1-PB.pdf>

## Apéndices

### Encuesta.

#### Datos Generales

Edad: 20 – 25  26 – 31  32-en adelante   
Sexo: Masculino  Femenino

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántas veces ha visitado Ecuador?

1 – 3 veces   
4 – 6 veces   
6 a más veces

2. ¿Qué mes del año es más probable que viaje a Guayaquil?

Enero   
Febrero   
Marzo   
Abril   
Mayo   
Junio   
Julio   
Agosto   
Septiembre   
Octubre   
Noviembre   
Diciembre

3. ¿Conoce El Morro y sus alrededores?

Sí

No

4. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Enoturismo?

Sí

No

5. ¿Ha visitado un viñedo antes?

Sí

No

6. ¿Le gustaría experimentar los procesos de un viñedo en una hacienda mientras realiza actividades como Cata de vino, exposición de cada tipo de uva y recorrido guiado?

Sí

No

7. Al visitar el viñedo, ¿Qué actividad le resulta más interesante?

Conocer un viñedo y la fruta

Recorrido del viñedo con guía

Cata de vino

8. ¿Estaría dispuesto a hacer un recorrido que le tome un día entero durante su estadía en la ciudad de Guayaquil?

Sí

No

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un tour que le incluya servicios como: Guía dentro del viñedo + cata de vino + transportación (salida y regreso a Guayaquil)?

\$40- \$60

\$61- \$80

\$81- \$100

10. ¿Con quién le gustaría compartir esta experiencia?

Familia   
Amigos   
Pareja

11. ¿Al finalizar el tour, le gustaría tener la facilidad de comprar un vino producto del viñedo?

Sí  No

### **Entrevista**

A través de la entrevista logramos obtener comentarios y opiniones de turistas, por el cual se ha obtenido una gran aceptación e interés a este tipo de mercado seleccionado.

1. ¿Cuántas veces ha visitado Ecuador?

“Es mi primera vez en Ecuador, hemos ya organizado muchas visitas con una operadora turística pero si regreso me encantaría poder incluir en mi itinerario la visita a un viñedo porque me parece muy interesante que en Ecuador hagan vino”

“He visitado este país 2 veces, he visto lugares muy lindos en la web, y la verdad es que quisiera venir más seguido, pero los boletos son muy caros. La primera vez que vine me fui a Cuenca y me encanto, ahora estoy yendo a Galápagos para conocer esas islas encantadas”

“Es la cuarta vez que vengo a Ecuador por mi familia, la verdad es que no me llamaba mucho la atención, pero hay lugares increíbles que explorar”

2. ¿Qué mes del año es más probable que viaje a Guayaquil?

“He venido a Ecuador tres veces, la primera en Julio, la segunda en Septiembre y la tercera ahora en Enero. Entre Septiembre y Julio me quedo

porque han sido los mejores meses, soleados y no tan húmedos. Si tengo que elegir uno podría ser Julio”

“Me gusta el frio de Guayaquil porque no es frio, cuando vine en Mayo de las 4 veces que he venido, fue el mes con mejor clima para mí.”

“Es mi segunda vez acá en Ecuador y definitivamente escogería Julio o Agosto por las vacaciones en mi país, esta segunda vez que vine no me gustó mucho el clima, es muy húmedo y llueve demasiado”

3. ¿Conoce El Morro y sus alrededores?

“La verdad no, ¿Dónde queda?”

“Solo se de Ecuador por sus Islas Galápagos”

“¿El Morro?, No.

4. ¿Usted tiene conocimiento sobre el Enoturismo?

“He leído un poco sobre enoturismo en libros”

“No, pero suena interesante ¿Es un nuevo tipo de turismo?”

“Creo que tiene que ver con el estudio del vino”

5. ¿Ha visitado un viñedo antes?

“Si he visitado muchos, me encanta la historia que encierran los viñedos. Cada uno tiene su perfil, producen lo mismo que es el vino pero ningún vino es igual a otro”

“En mi país hay muchos, he visitado otros países y también he a sus viñedos”

“Por supuesto, en Chile puedes encontrar hasta la ruta del vino”

6. ¿Le gustaría experimentar los procesos de un viñedo en una hacienda mientras realiza actividades como Cata de vino, exposición de cada tipo de uva y recorrido guiado?

“Si siempre que pueda hacerlo me gustaría, es una experiencia muy relajante y tranquila”

“Por supuesto, ¿Dónde puedo ir? Amo el vino y encantaría poder probar su vino, aunque no me considero catadora”

“Claro que sí, así podría tener otra iniciativa en mis viajes al visitar viñedos”

7. Al visitar el viñedo, ¿Qué actividad le resulta más interesante?

“Me encantaría que dentro del recorrido la opción de la bicicleta este incluido porque en Italia mi mejor recuerdo fue haber montado bicicleta en un viñedo con mi esposo.”

“Cuando fui a un viñedo lo más interesante fue hacer el recorrido, conocer la fruta es en parte conocer el país, su gente y la cultura. El vino cuenta mucho más allá que un tradición para mi”

“Hacer el recorrido me resulta más interesante, conocer cómo nace la fruta es la razón por la que he visitado viñedos”

“La cata de vino por supuesto, catar el vino de diferentes viñedos es una experiencia que para mi parecer es muy enriquecedora en cultura”

8. ¿Estaría dispuesto a hacer un recorrido que le tome un día entero durante su estadía en la ciudad de Guayaquil?

“Si me encantaría que Guayaquil tuviera esa opción, es más, ¿dónde queda el viñedo? A mí me encanta el vino y seria increíble poder disfrutar de un buen vino aquí en la ciudad”

“Claro que si, en España he recorrido tantos viñedos porque me gusta conectarme con la cultura de esa forma.”

“Estaría de probarlo, nunca me imaginé que en Ecuador se pudieran dar viñedos, me resulta tan interesante que me encantaría poderlo ir a visitar en algún momento”

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un tour que le incluya servicios como: Guía dentro del viñedo + cata de vino + transportación (salida y regreso a Guayaquil)?

“El valor que estoy dispuesto a pagar depende mucho de la calidad de vino que estoy catando, si es muy bueno y hay un servicio excepcional podría ser hasta el valor más caro, pero si no es un buen vino solo pagaría lo más barato”

“El más barato, hacer este tipo de viajes casi siempre resulta en beneficio al productor del vino, es como una de las maneras de hacer marketing entonces pienso como que si estoy pagando por su publicidad. Hacer estos tours es una manera de hacer conocer el vino que se produce en el viñedo que se visita”

“Definitivamente, el más barato porque supongo que han de haber más personas y no deberían cobrar tanto para un recorrido y la cata de vino, a menos que sea un recorrido personalizado”

10. ¿Con quién le gustaría compartir esta experiencia?

“Con amigos, casi siempre viajo con ellos y es más divertido hacerlo de esta forma”

“Me gustaría tener la opción de ir sola al viñedo, me parece que es una experiencia que se la puede tener de manera individual”

“Con mi pareja, porque los niños no podrían disfrutar”

11. ¿Al finalizar el tour, le gustaría tener la facilidad de comprar un vino producto del viñedo?

“Si es un vino que me ha deleitado no lo dudaría en llevármelo a mi país, Ecuador no es conocido por sus vinos entonces sería algo único de tener”

“Claro que sí, pero no me lo podría llevar a mi país, porque no me permiten ingresar líquidos o se me puede romper la botella en la maleta.

“Me encantaría poder tener una botella, aunque deberían incluirlo en el valor del paquete.

### **Salida de campo (hacienda Dos Hemisferios).**











Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Costales Garzón Andrea Stephanie, con C.C: # 0919515692 autora del trabajo de titulación: Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** 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, 11 de marzo del 2016

f. Andrea Costales

Costales Garzón Andrea Stephanie

C.C: 0919515692



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, Vargas Toledo Claudia Estefanía, con C.C: # 0925126757 autora del trabajo de titulación: Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** 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, 11 de marzo del 2016

f. Cuargastoledo

Vargas Toledo Claudia Estefanía

C.C: 0925126757



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Propuesta de desarrollo de producto enoturístico en la Hacienda Dos Hemisferios, en el Recinto de San Miguel de la Parroquia rural el Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Costales Garzón, Andrea Stephanie Vargas Toledo, Claudia Estefanía		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra; Msc.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	80
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo consciente y sostenible.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	ENOTURISMO, PRODUCTO TURISTICO, OFERTA, VIÑEDO Y SISTEMA TURISTICO.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente proyecto tiene como finalidad la creación de un plan de desarrollo de producto enoturístico o turismo de vino en la hacienda Dos Hemisferios, en el recinto San Miguel de la Parroquia rural El Morro, Cantón Guayaquil para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad.</p> <p>Para el estudio de investigación se han establecido varios capítulos con el fin de abarcar los diferentes objetivos estipulados. El primer capítulo se basa en las distintas teorías aplicadas que fundamentan la investigación; el segundo capítulo contiene el diagnóstico turístico, donde se hace un análisis de entorno mediante fichas de investigación y catastros municipales que detallan los datos generales, características principales del centro turístico y en donde se detectan las necesidades primordiales del recinto y de la hacienda Dos Hemisferios.</p> <p>En el tercer capítulo se plantea la metodología de la investigación; el tipo de mercado al cual va dirigido, las técnicas necesarias para la recolección y selección de datos, tal como encuestas y entrevistas a turistas.</p> <p>En el cuarto capítulo se desarrolla la idea central del proyecto; donde se plantea los problemas junto con sus necesidades, creando futuras soluciones como facilidades turísticas, promoción del lugar y las capacitaciones a empleados para contribuir a la formación profesional. Se encontrara un cronograma del presupuesto de la propuesta implementada.</p> <p>Finalmente se encuentran las conclusiones y recomendaciones para permitir coadyuvar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-6040346 / 0991536728 +593-4-2851594 / 0981232820	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:andreacostales@hotmail.com">andreacostales@hotmail.com</a>  <a href="mailto:claudia.vargas@hotmail.com">claudia.vargas@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés <b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912 <b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec		