



CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA
HACIENDA SAN ANTONIO, PARROQUIA UYUMBICHO,
CANTÓN MEJÍA”**

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título de
Tecnólogo en Guía Nacional de Turismo.

Autor: Rómulo Enrique Cárdenas Crespo

Director: MSc. Luis Ludeña

D. M. Quito, 07 de junio 2019

DEDICATORIA

El presente proyecto le dedico primero a Dios, por cuanto es quien, a través de su Santo Espíritu, conduce nuestro camino en el diario vivir. A mi esposa quien me ha brindado su apoyo permanente, a mi hijo por ser el motivo inspirador para alcanzar mis proyectos personales. A mis maestros quienes con su ayuda supieron apoyarme en este largo caminar. A todos quienes de una u otra forma me apoyaron de manera incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser quien ha forjado mis días y me ha dirigido por el camino correcto y en todo momento guía el camino de mi vida.

Agradezco de manera sincera y especial, a mi tutor por su apoyo, conocimiento y paciencia durante la elaboración del presente proyecto.

Finalmente quiero expresar mi agradecimiento a mi esposa y mi excepcional hijo quienes de forma incondicional siempre me han brindado el apoyo necesario para alcanzar mis sueños.

AUTORIA

Yo, Rómulo Enrique Cárdenas Crespo, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Rómulo Enrique Cárdenas Crespo
Estudiante Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI

Quito, 07 de junio de 2019

LUIS LUDEÑA

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Luis Ludeña

TUTOR PROYECTO

Quito, 07 de junio de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA:

El MSc. Luis Ludeña y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Rómulo Enrique Cárdenas Crespo, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr. Rómulo Enrique Cárdenas Crespo realizó el trabajo fin de carrera titulado: "DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA SAN ANTONIO, PARROQUIA UYUMBICHO, CANTÓN MEJÍA", para optar por el título de, Tecnólogo en Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del MSc. Luis Ludeña

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA:

Los comparecientes, MSc. Luis Ludeña, en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Rómulo Enrique Cárdenas Crespo, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: "DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA SAN ANTONIO, PARROQUIA UYUMBICHO, CANTÓN MEJÍA", y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA:

Aceptación: las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc. Luis Ludeña

Rómulo Enrique Cárdenas Crespo

DIRECTOR PROYECTO

ESTUDIANTE

Quito, a 07 de junio de 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Página
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIA.....	IV
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
RESUMEN	XIV
INTRODUCCIÓN	1
Nombre del proyecto	1
Marco contextual - Antecedentes	1
Palabras claves	2
Problema de Investigación	4
Formulación del Problema	5
Idea a defender	5
Identificación de variables.....	6
Objeto de estudio.....	6
Campo de Acción	6
Justificación.....	6
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Matriz de Marco Lógico:.....	8
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.2. Turismo	11
1.3. Sistema turístico	12
1.4. Turismo Sostenible.....	13

1.4.1. Dimensiones que debe satisfacer el turismo sostenible	13
1.5. Producto Turístico	14
1.6. Diseño de producto turístico	14
1.7. El Agroturismo	15
1.7.1. Características del Agroturismo	16
1.7.2. Actividades del agroturismo:	16
1.7.3. Ventajas del Agroturismo	18
1.8. Producto Agroturístico	18
1.9. Agroturismo en el Ecuador	19
1.10. Agroturismo en Pichincha	20
1.11. Turismo Rural	20
1.12. Agricultura	21
1.13. Ganadería	22
1.13.1. Evolución de la ganadería	22
1.14. Marketing	24
1.14.1. Marketing turístico	25
CAPÍTULO II	27
DIAGNÓSTICO	27
2.1. Antecedentes Diagnósticos	27
2.2. Diseño de la Investigación	27
2.3. Modalidad básica de la investigación	28
Bibliográfica documental	28
De campo	28
Método inductivo	28
Método deductivo	28
Descriptiva	29
2.4. Metodología de Investigación	29

2.5. Diseño del Producto Agroturístico.....	31
2.5.1. Descripción de los autores:.....	32
2.6. Resultados del análisis de productos agroturísticos.....	34
2.6.1. Modelo del Producto Agroturístico.....	34
2.6.2. Pasos para la Implementación de Productos Agroturísticos.....	35
CAPÍTULO 3.....	43
IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS AGROTURÍSTICOS.....	43
3.1. Diagnóstico:.....	44
Diagnóstico FODA.....	47
3.1.3. Establecer las estrategias.....	49
3.2. Diseño Conceptual.....	51
3.3. IMPLEMENTACIÓN.....	57
3.3.1. Habilitación de los Recursos Clave.....	57
3.3.1.2. Recursos Humanos.....	74
3.3.2. Estructura Organizacional.....	77
3.3.2.1. Organigrama de la Hacienda San Antonio.....	77
3.3.2.2. Misión.....	78
3.3.2.3. Visión.....	78
3.3.2.4. Valores.....	78
3.3.2.5. Servicios.....	79
3.3.2.6. Capacitación.....	80
3.3.3. Comercialización del Producto.....	83
3.3.3.1. Promoción del producto.....	84
Paseo Agroturístico.....	85
3.3.3.2. Ventas.....	90
3.3.3.3. Atención al Cliente.....	90
Conclusiones.....	91

Recomendaciones	91
Referencias Bibliográficas.....	93
Matriz del problema.....	96

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1: Fiestas San Cristóbal Parroquia Uyumbicho.....	52
Fotografía 2: Ganadería Parroquia Uyumbicho	52
Fotografía 3: Ganadería Parroquia Uyumbicho	53
Fotografía 4: Ganadería Parroquia Uyumbicho	53
Fotografía 5: Toma Aérea Parroquia Uyumbicho	54
Fotografía 6: Ganadería Parroquia Uyumbicho	54
Fotografía 7: Cultura Parroquia Uyumbicho	56
Fotografía 8: Coorida de toros Parroquia Uyumbicho.....	56
Fotografía 9: Infraestructura Hacienda San Antonio	59
Fotografía 10: Área Administrativa Hacienda San Antonio.....	60
Fotografía 11: Área de Capacitación Hacienda San Antonio	60
Fotografía 12: Camión para el transporte de productos agrícolas	61
Fotografía 13: Tractor para los trabajos agrícolas	62
Fotografía 14: Área de pesaje de los productos agrícolas.....	62
Fotografía 15: Áreas de ganado vacuno.....	63
Fotografía 16: Potrero cercado para el ganado vacuno.....	63
Fotografía 17: Terrenos preparados para el cultivo	64
Fotografía 18: Sembrío de cilantro en crecimiento.....	65
Fotografía 19: Sembrío inicial de semillas	65
Fotografía 20: Semillas en crecimiento, sistema hidropónico	66
Fotografía 21: Sistema Hidropónico, sembrío de lechugas	66
Fotografía 22: Lechugas listas para la cosecha.....	67
Fotografía 23: Sistema Hidropónico, cosecha de lechugas.	67

Fotografía 24: Bodega de almacenamiento de productos químicos	68
Fotografía 25: Fichas técnicas vegetales.....	68
Fotografía 26: Área de ordeño del ganado vacuno	69
Fotografía 27: Área de Hospedaje Quinta San Cuco	70
Fotografía 28: Vista frontal área de hospedaje	70
Fotografía 29: Mirador Área de Hospedaje Quinta San Cuco.....	71
Fotografía 30: Habitaciones confortables Quinta San Cuco.....	72
Fotografía 31: Baños confortables Quinta San Cuco.....	72
Fotografía 32: Bañeras exclusivas Quinta San Cuco.....	73
Fotografía 32: Cultivos de col.....	76
Fotografía 33: Parroquia Uyumbicho	85

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Modelo de Producto Agroturístico	34
Gráfico 2: Mapa Mental para la generación de la idea de un proyecto	36
Gráfico 3: Técnica del Sombrero	37
Gráfico 5: Mapa Mental Producto Agroturístico Hacienda San Antonio.....	45
Gráfico 6: Técnica del Sombrero	46
Gráfico 7: Organigrama de la Hacienda San Antonio	77
Gráfico 8: Paseo Agroturístico Hacienda San Antonio	86
Gráfico 9: Logo y slogan Hacienda San Antonio	87
Gráfico 9: Tríptico Quinta “San Cuco”	88
Gráfico 10: Tríptico Quinta “San Cuco”	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades del Agroturismo	16
Tabla 2: Diseño del Producto Agroturístico	31
Tabla 3: Matriz FODA	38
Tabla 4: Matriz de estrategias FODA	40
Tabla 5: Diagnóstico FODA	47
Tabla 6: Matriz de estrategias FODA	49
Tabla 7: Recursos Físicos	57
Tabla 8: Recursos Humanos	74
Tabla 9: Recursos Financieros	75
Tabla 10: Costos	84

Tema: "DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA SAN ANTONIO, PARROQUIA UYUMBICHO, CANTÓN MEJÍA"

Autor: Rómulo Cardenas

Tutor: Luis Ludeña

RESUMEN

El presente proyecto está enfocado en realizar el Diseño de un Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Mejía, para la ejecución del mismo, se partió de un análisis de la situación actual y del producto o servicio a implementar, el mismo se realizó por medio del análisis FODA que radica en la evaluación de los factores internos y externos, con el fin de obtener información importante que permita establecer las estrategias de trabajo. Para fundamentar científicamente la información, se elaboró el marco teórico, tomando en consideración el tema de estudio. En cuanto a la metodología, se orienta por el enfoque cuantitativo y cualitativo, la modalidad de investigación aplicada es bibliográfica documental que permite recabar la información científica de diferentes autores, para sustentar teóricamente el presente proyecto, se aplica la investigación de campo, los métodos utilizados son inductivo, deductivo y el nivel de investigación es descriptiva. Posteriormente se realizó un análisis de las metodologías aplicadas por diferentes autores, el cual permitió determinar el modelo de producto agroturístico con tres pasos importantes: Diagnóstico, diseño conceptual e implementación. Finalmente, se procede con la aplicación del producto agroturístico en la Hacienda San Antonio de la Parroquia Uyumbicho, Cantón Mejía.

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

“DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA SAN ANTONIO, PARROQUIA UYUMBICHO, CANTÓN MEJÍA”

Marco contextual - Antecedentes

La Hacienda San Antonio, es un lugar agropecuario ubicado en la Parroquia Uyumbicho, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha, con una extensión de 14 hectáreas, cuenta con una gran diversidad de cultivos, animales y vegetación que aún no han sido aprovechados, además, ofrece una gran variedad de especies nativas del lugar, que son atractivos para los visitantes tanto nacionales como extranjeros, de la misma manera contribuirá con los procesos de aprendizaje significativo de los estudiantes en los diferentes niveles, básico, medio y nivel superior por medio de convenios interinstitucionales, quienes mediante las visitas de observación y las experiencias vividas en contacto con la naturaleza, fortalecerán sus conocimientos teóricos de forma práctica, por otro lado, la hacienda como un sitio agroturístico, aportará como un espacio de esparcimiento y enseñanza a la comunidad.

Palabras claves

Agroturismo: Turismo que se realiza en zonas rurales.

Turismo rural: Son los viajes que tienen como propósito el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Espiritualidad: Cualidad de las personas o de las cosas espirituales.

Pilón: Recipiente cóncavo en el que se acumula de tierra, sustrato o materia orgánica donde una semilla crecerá sus pelillos absorbentes y su tiempo será llevada a otro lugar.

CFN: Corporación Financiera Nacional del Ecuador.

SERNATUR: Servicio Nacional de Turismo de Chile. Servicio público encargado de investigar, planificar, fomentar, promover y coordinar la actividad turística.

Hidroponía: Método de cultivo industrial de plantas que en lugar de tierra utiliza únicamente soluciones acuosas con nutrientes químicos disueltos (arena, grava, vidrio molido, tierra, sustrato) como soporte de la raíz de las plantas.

Cronograma: Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

Chaquiñanes: Palabra quichua que significa -camino de a pie-.

Zamarro: Prenda amplia de vestir, rústica, de abrigo, que cubre el cuerpo hasta medio muslo, hecha de piel con lana o pelo por fuera o por dentro.

Alambradas: o alambrado, es una estructura de alambre, habitualmente de acero, separada por postes de madera, metal o cemento, destinada a delimitar terrenos, encerrar ganado, delimitar propiedades etc.

Ejidos: Terreno comunal a las afueras de una población que se destina a servicios comunes, como eras o pastos de ganado

Pivote central: Estructura diseñada para regar superficies grandes de forma circular. Se acciona mediante un motor en el un extremo del sistema y sobre ese eje gira la estructura que riega el terreno requerido. Empleados donde el agua es un factor limitante. Sistema eficiente para aumentar los rendimientos y mejor aprovechamiento del agua con una eficiencia del 85 a 90 %

Estabulación: Mantener a los animales que se crían dentro de un establecimiento durante gran parte de su vida. Puede deberse a factores ambientales o económicos.

Draque: Bebida refrescante elaborada con agua, aguardiente, azúcar, canela, hierbas aromáticas o flores.

Pilonera: Lugar en el que se desarrollan los pilones. También se le dice llama a la persona encargada de sembrar y crecer las plántulas hasta el estado de siembra.

Problema de Investigación

La hacienda es un espacio ideal para la práctica de diferentes actividades; procesos enseñanza aprendizaje, turismo, diversión, entre otros, sin embargo, después de analizar los diferentes actividades que a diario se realizan en la granja, se ha observado que el principal problema en la hacienda es, que aún se mantiene con el mismo modelo con que se manejan todas las haciendas en el Ecuador, por cuanto, únicamente su actividad se basa en la siembra de hortalizas y producción de leche cruda, frente a esta situación, es necesario y conveniente elaborar un plan estratégico para aprovechar las bondades la granja y hacer del lugar un modelo donde haya más variedad de hortalizas y animales, poder exhibirlos y enseñar a los visitantes; instituciones educativas, turistas y comunidad en general que no tienen la posibilidad para entrar en contacto con las especies propias del sector.

La planificación de la estrategia está diseñada para que la granja se transforme en un centro de estudios y aprendizaje donde el principal material didáctico y pedagógico sea el campo, la naturaleza y cada una de las especies que habitan y se producen en el lugar, el mismo abrirá las puertas a los visitantes y organizaciones tanto a nacionales como extranjeras que optan por un turismo en donde entren en contacto directo con la naturaleza.

Por otro lado a nivel educativo, la población ha ido creciendo, por lo tanto necesitan de nuevas alternativas y espacios para fortalecer los procesos educativos que permitan desarrollar un aprendizaje significativo, por tal motivo ha existido la búsqueda permanente de las instituciones educativas de nivel básico, bachillerato y superior, de nuevas estrategias para fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula, sin embargo se han presentado pocas opciones de espacios educativos que permita fortalecer los conocimientos, por ejemplo en el área de ciencias naturales, física, química, biología o simplemente turismo ecológico, con el fin de fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula.

En el campo educativo, la parte teórica perderán su valor sino se realiza un trabajo práctico, dejando de lado el aprendizaje significativo, en donde le permite al estudiante transformar los conocimientos abstractos en aprendizajes concretos donde pueda vivenciar la realidad mediante el contacto directo la naturaleza y las especies que habitan en el fin de fortalecer los conocimientos adquiridos y a la vez les permita valorar la naturaleza y la vida de las especies que habitan en él, por tal motivo es necesario desarrollar el presente proyecto, que hace referencia al trabajo y fortalecimiento de una granja ecológica, turística y educativa que se encuentre al servicio de la sociedad.

El Ecuador es un sitio que ofrece una variedad de bondades para el desarrollo del turismo, la gran diversidad de especies propias de la naturaleza, tanto animales como vegetales han llamado la atención del turista nacional y extranjero que buscan diferentes alternativas para visitar y una de las principales opciones es la región andina, y concretamente la parroquia de Uyumbico, un sector acogedor y muy estratégico por su ubicación, pero, se puede percibir cierto nivel de incertidumbre en turistas y visitantes en la búsqueda de espacios para desarrollar nuevas experiencias de conocimiento y aprendizaje, además, se observa un reducido número de sitios agroturísticos que acojan a visitantes o turistas que optan por conocer especies nativas de un determinado sector, por tal motivo es necesario trabajar en la implementación de nuevos proyectos, como el agroturístico que le permite a los turistas nacionales y extranjeros, conocer todas las bondades tanto naturales como animales que ofrece el país en el sector de la Región Andina.

Por lo tanto, el diseño y aplicación de un producto agroturístico en el sector de Uyumbicho genera gran expectativa, pues al tener un espacio ideal, la comunidad en general, los turistas y las instituciones educativas, tendrán la oportunidad de contar con instalaciones equipadas para disfrutar de momentos de esparcimiento, diversión y aprendizaje, además los programas de seguimiento a los visitantes, la tecnología moderna e innovadora para comunicar, transmitir y enseñar con el fin de proporcionar mayor información y elevar el nivel cognitivo de los visitantes, hará que los procesos educativos sean prácticos, visuales y participativos, donde cada visitante se sienta integrado en la actividad y pueda replicarlo en su hogar, escuela y comunidad en general.

Formulación del Problema

¿De qué manera el DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO mediante un análisis metodológico permite acoger a los turistas nacionales, extranjeros y a la población en general con el fin de contribuir con el desarrollo sostenible de la Hacienda San Antonio?

Idea a defender

Mediante el Diseño de un Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, se logrará acoger a los turistas nacionales, extranjeros y a la población en general, en un ambiente sano, agradable y acogedor, donde el turista tendrá la alternativa de visitar una variedad de opciones como: sembríos con el sistema hidropónico, la granja de animales, las cosechas, senderos ecológicos, la Quinta San Cuco, lugar de hospedaje.

Identificación de variables

Variable independiente: La ausencia de promociones turísticas en el cantón, ha hecho que la Hacienda San Antonio sea poco reconocida en el mercado del turismo.

Variable dependiente: Diseño de un Producto Agroturístico.

Objeto de estudio

El objeto del presente estudio es el diseño de un producto agroturístico en la hacienda San Antonio, parroquia Uyumbicho, cantón Mejía, por medio del cual se pretende aportar a la comunidad en general con un sitio estratégico en donde, no solo tengan la oportunidad de visitar la población del sector, sino también los turistas nacionales y extranjeros, para disfrutar de su diversidad de especies, animales y vegetales, por lo tanto, es una alternativa ideal para que las instituciones educativas que realizan procesos de vinculación social, tengan la oportunidad de visitar el lugar.

Por otro lado, se pretende beneficiar a los habitantes de la parroquia Uyumbicho, y a la vez también beneficiar a los turistas nacionales y extranjeros que optan por el turismo rural agroturismo y el conocimiento de especies naturales y animales propias de un lugar, finalmente el objeto del presente estudio es contribuir con la educación del país en los diferentes niveles, quienes buscan alternativas para fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula por medio de una salida pedagógica a sitios estratégicos en donde entren en contacto con la naturaleza para fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula.

Campo de Acción

El Campo de acción constituye la Hacienda San Antonio en la Parroquia Uyumbicho, Cantón Mejía, por cuanto la ausencia de promociones agroturísticas, ha hecho que se encuentre inexistente en el mercado turístico.

Justificación

El diseño de un producto agroturístico en la hacienda San Antonio, parroquia Uyumbicho, cantón Mejía, tiene gran importancia por cuanto permite aportar a la comunidad en general con un sitio estratégico en donde, no solo tendrán la oportunidad de visitar la población del sector, sino también los turistas nacionales y extranjeros, para disfrutar de su diversidad de especies, tanto animales como vegetales, por otro lado, también adquiere gran interés, por cuanto es una alternativa ideal para que las instituciones educativas que realizan procesos de vinculación social, tengan la oportunidad de visitar el lugar.

Los beneficiarios del presente proyecto de implementación son los habitantes de la parroquia Uyumbicho, pero a la vez, los turistas nacionales y extranjeros que optan por el turismo ecológico y el conocimiento de especies naturales y animales propias de un lugar, además son de gran ayuda, para las instituciones del nivel básico, quienes buscan alternativas para fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula por medio de una salida pedagógica a sitios estratégicos en donde entren en contacto con la naturaleza y de esta manera, fortalecer los conocimientos adquiridos.

Objetivo General

Elaborar el Diseño de un Producto Agroturístico mediante un análisis metodológico, para acoger a los turistas nacionales, extranjeros y a la sociedad en general, con el fin de contribuir con el desarrollo sostenible de la Hacienda San Antonio.

Objetivos Específicos

1. Determinar el marco teórico para el diseño del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.
2. Analizar las diferentes metodologías para el desarrollo del Agroturismo que garantice su estabilidad.
3. Aplicar la metodología analizada en la implementación y desarrollo del Agroturismo en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.

Síntesis de la introducción

La Hacienda San Antonio se encuentra ubicado en un lugar estratégico del Cantón Mejía, Parroquia de Uyumbicho, por tal motivo se ha motivado pensar en la ejecución del presente proyecto, son la práctica de actividades monótonas de las familias durante sus espacios libres, pues ante la necesidad de nuevas alternativas para el esparcimiento nace la inquietud de la población por conocer nuevos lugares, pero la ausencia de nuevos espacios en donde la población tenga nuevas alternativas para disfrutar de un turismo ecológico entrando en contacto directo con la naturaleza y los animales ha hecho que sigan disfrutando o visitando lugares que no les genera valor o satisfacción a sus necesidades de hacer turismo o simplemente conocer y aprender.

Matriz de Marco Lógico:

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Fuentes de Verificación	Supuestos de Sustentabilidad
<p>Fin:</p> <p>Contribuir con el desarrollo sostenible de la Hacienda San Antonio, mediante la implementación de un producto agroturístico, para acoger a los turistas nacionales y extranjeros en un ambiente sano y acogedor.</p>	<p>Indicadores del fin:</p> <p>Implementación del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio.</p> <p>Levantamiento de Procesos y procedimientos.</p> <p>Promoción del Producto Agroturístico</p>	<p>Medios del fin:</p> <p>Proyecto Agroturístico</p> <p>Formatos de Procesos y Procedimientos</p> <p>Afiches, trípticos spots publicitarios</p>	<p>Supuestos del fin:</p> <p>Apoyo e involucramiento de los directivos y trabajadores</p> <p>Trabajo empoderado de los involucrados.</p> <p>Desarrollar la publicidad de la Hacienda San Antonio.</p>
<p>Propósito (objetivo general):</p> <p>Elaborar el Diseño de un Producto Agroturístico mediante un análisis metodológico, para acoger a los turistas nacionales, extranjeros y a la sociedad en general, con el fin de contribuir con el desarrollo sostenible de la Hacienda San Antonio.</p>	<p>Indicadores del propósito:</p> <p>Análisis de metodologías aplicadas en proyectos agroturísticos</p> <p>Proyecto elaborado en forma contextualizada</p> <p>Ejecución de las actividades previstas en el proyecto</p>	<p>Medios del propósito:</p> <p>Metodologías de proyectos agroturísticos de diferentes autores</p> <p>Aprobación del proyecto</p> <p>Informes y formatos para el levantamiento de información.</p>	<p>Supuestos del propósito:</p> <p>Bibliografía especializada de proyectos agroturísticos.</p> <p>Captar el interés de los beneficiarios del proyecto.</p> <p>Información contextualizada según la realidad</p>

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Fuentes de Verificación	Supuestos de Sustentabilidad
<p>Componentes/productos (resultados u objetivos específicos):</p> <p>Determinar el marco teórico para el diseño del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.</p> <p>Analizar las diferentes metodologías para el desarrollo del Agroturismo que garantice su estabilidad.</p> <p>Aplicar la metodología analizada en la implementación y desarrollo del Agroturismo en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.</p>	<p>Indicadores de componentes:</p> <p>Selección de la información según la realidad de la Hacienda San Antonio.</p> <p>Selección de la metodología según las necesidades de la Hacienda.</p> <p>Aplicación de la metodología tomando en consideración el contexto de la Hacienda San Antonio</p>	<p>Medios de componentes:</p> <p>Bibliografía especializada según las necesidades del autor</p> <p>Metodologías de aplicación de proyectos agroturísticos.</p> <p>Diseño de Implementación del Producto Agroturístico</p>	<p>Supuestos de componentes</p> <p>Organizar adecuadamente las actividades</p> <p>Desarrollar las actividades en forma coordinada</p> <p>Disponer de los medios y recursos para el óptimo cumplimiento</p>
<p>Actividades:</p> <p>Realizar un Plan del proyecto Agroturístico.</p> <p>Aprobación del Proyecto</p> <p>Levantamiento de información.</p> <p>Diseño del producto agroturístico.</p> <p>Ejecución del proyecto</p>	<p>Presupuesto:</p> <p>80 dólares</p> <p>20 dólares</p> <p>200 dólares</p> <p>600 dólares</p> <p>6000 dólares</p>	<p>Medios de actividades:</p> <p>Plan de Proyecto</p> <p>Proyecto elaborado</p> <p>Documentos, formatos, planes, informes</p> <p>Planes, formatos, bibliografía.</p> <p>Diseño del Producto agroturístico.</p>	<p>Supuestos de actividades:</p> <p>Coordinar las fechas de trabajo</p> <p>Proyecto de implementación aprobado.</p> <p>Predisposición de trabajo de los involucrados</p> <p>Información según la necesidad</p> <p>Se cuenta con los recursos para la ejecución.</p>

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Diagnóstico

Análisis de la problemática: Las características naturales del Ecuador ofrece una gran variedad de bondades para el desarrollo del turismo, la gran diversidad de especies de flora y fauna, además los aspectos sociales y culturales han llamado la atención del turista nacional y extranjero principalmente en la región andina, y una de las alternativas se encuentra en la parroquia de Uyumbico, un sector acogedor y muy estratégico por su ubicación, sin embargo, existe un cierto nivel de incertidumbre en los turistas y visitantes por cuanto buscan nuevos espacios para desarrollar nuevas experiencias turísticas, situación que podría ser recompensada con productos agroturísticos, pero, se observa un reducido número de lugares agroturísticos que acojan a visitantes o turistas que optan por conocer especies nativas de un determinado sector, por tal motivo es necesario trabajar en la implementación de nuevos proyectos, que le permite a los turistas nacionales y extranjeros, conocer nuevas alternativas para hacer turismo.

Realidad Actual: Actualmente la Hacienda San Antonio cuenta con servicios de hospedaje en la Quinta “San Cuco”, tiene amplios espacios de cultivo en donde se cosecha productos propios del sector como: la col, la lechuga, remolacha, zanahorias, cilantro, entre otros; además cuenta con el sistema hidropónico de cultivo, en donde se produce lechuguines, mismos que son cosechadas y distribuidas a los principales y reconocidos supermercados de la provincia de Pichincha. De la misma manera se dedica a la ganadería, cuenta con aproximadamente 25 cabezas de ganado vacuno, quienes les proveen de leche y queso, los cuales son distribuidos para la venta en la comunidad del sector, las cinco cabezas de ganado caballar son utilizados para el paseo por los senderos de la Hacienda y el cuidado y control del ganado; como se puede apreciar la hacienda cuenta con los recursos para la práctica del agroturismo, sin embargo todavía no ha sido reconocido en el mercado turístico, por falta de promoción y el desarrollo de procesos y estrategias que garanticen la sostenibilidad y sustentabilidad de la Hacienda San Antonio.

Análisis Causal: La Hacienda San Antonio cuenta con el espacio ideal y los recursos necesarios para la práctica del agroturismo, por lo tanto, es necesario reorganizar su administración y los procesos internos por medio de planes, programas, proyectos y estrategias que permitan determinar la ventaja competitiva y de esta manera organizar las

actividades para promocionar los servicios a un nivel micro, meso y macro, con la finalidad de buscar el posicionamiento ideal en el mercado, ofreciendo productos únicos y variados de acuerdo a las exigencias de los turistas y visitantes tanto nacionales como extranjeros y de esta manera satisfacer sus necesidades de servicios.

1.2. Turismo

La definición del turismo tiene varias posiciones y varios autores lo definen de diferente manera, según la Organización Mundial del Turismo (1994) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”, más adelante la misma Organización Mundial del Turismo (2008) menciona: “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales”.

A nivel general se determina al turismo como el conjunto de los fenómenos originados por los viajes, mismos que se originan en un mercado, en donde se forman y desarrollan las actividades turísticas para dirigirse a los diferentes núcleos receptores de una determinada región (Crosby & Moreda, 1994). El turismo está enfocado en las actividades realizadas por motivos de viaje que generan ingresos para un determinado sector de la sociedad con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y sustentable de una población, por tal motivo debe generar riqueza.

Según Crosby y Moreda (1994) citado por Burkart y Medlik (1981) “El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (p.10), en este caso, el turismo está enfocado en los movimientos que realizan las personas a lugares distintos a su residencia o trabajo, con el fin de realizar actividades que impliquen diversión, esparcimiento o a su vez actividades vinculadas a su vida laboral, como capacitación, análisis de mercado, entre otros.

El Turismo se presenta de diferente formas, y se le puede determinar como el movimiento temporal de personas que buscan satisfacer una necesidad de servicio conociendo o visitando los diferentes entornos de un sector, por periodos inferiores a un año,

o destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (p.10), por lo tanto se puede decir que el turismo hace referencia a las actividades realizadas por las personas por periodos cortos o largos de tiempo e incluso está centrado en las actividades que realizan los sitios turísticos con el fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

1.3.Sistema turístico

El concepto de turismo admite multitud de definiciones debido a las variadas consideraciones a las que puede estar sometido, pero quedémonos con la siguiente definición que describe muy bien el término: Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos. (Cabascos, 2006)

Las concepciones espaciales del turismo ponen el acento en las diferentes vinculaciones que la actividad establece con el espacio geográfico. Esto queda reflejado en la definición propuesta por Sánchez (1985: 104) según la cual el mismo es aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, bien para disfrutar de los recursos y atractivos geofísicos diferenciales que ofrece el territorio al cual se acude, bien para contemplar elementos genealógicos contenidos en él, es decir, para admirar residuos y obras históricas que perviven en el terreno, y a las cuales se les atribuye un valor monumental, artístico o cultural. (Gómez & López, 2002)

Todos los elementos del sistema turístico deben ser identificados individualmente. Al mismo tiempo, se deben establecer las interacciones que existen entre los mismos. El conjunto de todos ellos, a través de estas interacciones, deben aportar una sinergia, que garantice la sostenibilidad del desarrollo turístico. Por ello, es necesario inventariar dichos elementos para su posterior evaluación. También se deben tomar en consideración otros factores (como la accesibilidad o los equipamientos) en relación con productos turísticos que se configuran en un sistema turístico dado, que tienen gran importancia en las fases de promoción y comercialización de dichos productos. (Salvador, y otros, 2005)

Según Boullon (2004) determina al sistema turístico como el “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística,

producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre”, de la misma determina que el funcionamiento del sistema se origina en la necesidad de la oferta turística y la demanda por medio de un proceso de venta del producto turístico, mismo que debe ser correctamente estructurado bajo un plan o estrategias de servicios para garantizar la satisfacción del cliente.

1.4.Turismo Sostenible

“El turismo sostenible es un turismo que minimiza los costos y maximiza los beneficios del turismo en áreas naturales y comunidades locales, y puede ser practicado de manera indefinida sin dañar los recursos de los que depende” (Barrera Constanza & Bahamondes, 2012)

1.4.1. Dimensiones que debe satisfacer el turismo sostenible

Según Barrera Constanza & Bahamondes, (2012), El turismo genera impacto en la economía, en la cultura social y en el medio ambiente, dichas dimensiones se describen como:

1.4.1.1.Económica: El turismo sostenible debe ser rentable. Ningún empresario apostará por la sostenibilidad, si dicho negocio no genera valores positivos. El turismo sostenible debe ser realizado bajo prácticas empresariales adecuadas.

1.4.1.2.Social: El turismo sostenible debe ayudar a reforzar valores de relación, intercambio de experiencias, enriquecimiento cultural tanto de los visitantes como de los habitantes del destino turístico. Se debe considerar las posibles acciones y efectos del turismo en la zona geográfica, la idea es realizar la actividad sin dañar a la sociedad existente, para ello se debe respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.

1.4.1.3.Ambiental: El turismo sostenible tiene que colaborar en la protección y conservación del ambiente en el que se desarrolla. Es necesario responder al uso del medio ambiente hoy, sin dañar su uso futuro, es decir, sin comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras lo utilicen.

1.5. Producto Turístico

Según el Mintur (2018) manifiesta que: "El Ecuador tiene un gran potencial turístico, que con decisión y trabajo puede convertirse en un referente de este proyecto en la región" por tal motivo es necesario que tanto las organizaciones públicas y privadas trabajen en el fortalecimiento del turismo, por cuanto el Ecuador presenta una variedad de opciones para acoger a los turistas nacionales y extranjeros a quienes se debe satisfacer sus necesidades y de esta manera se pueda incrementar y fortalecer la imagen del producto turístico que ofrece el Ecuador.

La relación entre el producto turístico y la imagen del destino es fundamental para el éxito de ambos en el tiempo. Esto, dado que son los productos representativos o más importantes de un destino, los que logran posicionarlo en el mercado, y a la inversa, porque es la imagen de un destino la que logra ser el enganche de mayor fuerza a la hora de atraer turistas a un lugar en particular y así acercar sus productos a los consumidores. (SERNATUR, 2015)

Cuando se afronta un trabajo como éste en el que se pretende determinar la posición del consumidor ante un producto, una de las primeras actividades que debemos planteamos es la definición genérica de producto para, posteriormente, definir específicamente el producto concreto que nos ocupa y así obtener un conocimiento profundo del mismo y poder destacar las características que lo definen y diferencian del resto de productos competidores. (Borja, Casanovas, & Bosch, 2002)

1.6. Diseño de producto turístico

El Ministerio de Turismo del Ecuador a través de los diferentes GAD'S en la Provincia de Pichicha pretende trabajar y brindar el apoyo para el diseño y desarrollo de Productos Turísticos por medio del "Proyecto Pueblos Mágicos un programa que busca implementar un modelo de gobernanza turística como una herramienta para impulsar el desarrollo sustentable y competitivo de los destinos sitios turísticos del país" (Mintur, 2018) de esta manera el Ministerio de Turismo pone énfasis en las ventajas y bondades que presenta el Ecuador y junto con el conocimiento preciso de los segmentos turísticos, que son de gran utilidad permitirá conocer productos y experiencias turísticas exitosas y de orientaciones similares a las que se pretende desarrollar, por ello, es necesario realizar un análisis de los diferentes productos agroturísticos que se encuentran posicionados en el

mercado, de esta manera identificar su estructura, funcionamiento y trabajar para su fortalecimiento.

El diseño del producto refuerza la conciencia en los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece le capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes (Fernández, 2006).

Se puede decir que existen dos conceptos de producto turístico que se usan indistintamente cuando nos queremos referir a un producto creado por una empresa, o al propio destino. Cuando hablamos de destino como producto turístico, en realidad lo que hacemos es buscar un significado de producto turístico con carácter territorial, que engloba los recursos, los atractivos de la zona y las infraestructuras turísticas y no turísticas, y en cuya planificación y estructura participan entes públicos y privados. (Garrido, 2018)

1.7.El Agroturismo

Según la Organización Mundial del Turismo citado por Blanco & Riveros, “2010) menciona que “El agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios” (p.118), por lo tanto el agroturismo hace referencia a las actividades realizadas dentro de las granjas, plantaciones en donde a más de ofrecer atractivos o servicios agrícolas, brinda la oportunidad de alojamiento, estadía para satisfacer las necesidades del turista o visitante.

Según Szmulewicz y Álvarez, (2007), citado por Gómez , Rodríguez, & Acosta, (2012), considera al agroturismo como: “Una alternativa económica viable al estar inserto en los principios del turismo sustentable, integrando de manera coherente y armoniosa algunos aspectos como: la conservación de los recursos naturales, la participación de las comunidades rurales, el fortalecimiento de su identidad cultural”, es este caso el agroturismo está enfocado en el desarrollo sustentable con el fin conservar y proteger los recursos

naturales y el medio ambiente con la participación de las comunidades para generar sus propios recursos económicos y materiales para desarrollar una supervivencia estable que garantice el bienestar de la familia y la población en general.

1.7.1. Características del Agroturismo

Al hablar de agroturismo, se entiende por diferentes actividades que realiza el turista en diferentes centros turísticos que tienen relación con la agricultura, la crianza de animales, cuidado del medio ambiente, entre otros, sin embargo, es necesario identificar algunas características, Según Zambrano, (2009) menciona las siguientes:

- Es una de las modalidades del turismo rural.
- Se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas.
- La familia del productor agrario participa en la atención de los turistas.
- El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo.
- Es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de atractivos posibles, aunque estos puedan tener solo una finalidad demostrativa y no productiva.

1.7.2. Actividades del agroturismo:

Las actividades que se desarrollan dentro del agroturismo presentan varias opciones que permiten el esparcimiento y la diversión del turista, las mismas han sido consideradas por instituciones u organizaciones públicas y privadas como una estrategia para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios, entre las actividades agroturísticas se describen a continuación:

Tabla 1: Actividades del Agroturismo

Actividad	Descripción
Ganadería	Cuando los primitivos habitantes de este continente llegaron, traían como su único animal acompañante al perro, lejos estaban de la domesticación de animales locales. La evolución ha permitido que dominemos la ciencia y la genética para poder transformar a los animales en fuentes de alimento, seleccionando las características que se necesite. En el ganado se mejoró la producción de leche y carne, esto actualmente es motivo de curiosidad para la gente de ciudad que opta por visitar y aprender.

Paseo en bote, carreta o caballo	Una manera de trasladarse por senderos previamente diseñados y contruidos para utilizar el espacio terrestre puede ser la bicicleta o la carreta tirada por caballos o tractor, cuyo paseo hará inconfundible la experiencia de conocer más de cerca el paisaje rural, en tanto que para el espacio acuático se puede hacer uso de botes.
Interacción con animales de granja	Es la interacción recíproca por parte de los turistas hacia los animales y aves que han sido domesticadas y que previo a una explicación y demostración de quienes estén a cargo de la granja, los niños, jóvenes o adultos pueden realizarlo.
Observación de procesos agroindustriales	Esta actividad genera aprendizaje ya que puede ser aplicada en la industria artesanal alimentaria, que se encarga de la transformación de los productos provenientes de la agricultura, ganadería, pesca, riqueza forestal, entre otros, en productos elaborados para el consumo (ejemplo: yogurt, embutidos). Y, por otra parte, la no alimentaria se ocupa de la transformación de las materias primas usando sus recursos naturales para la realización de diferentes productos.
Disfrute de gastronomía típica	Esta actividad consiste en permitirle degustar al visitante de la comida o bebidas que representa los gustos particulares la región o comunidad, la que tiene ingredientes fácilmente elaborados o cultivados en la región.
Esquila de ovejas	Es el proceso de extracción de la lana o el pelo de un ganado o de otros animales. En el caso de la oveja mediante un corte adecuado se obtiene una pieza entera de fibras de lana, denominada vellón
Fotografía rural	Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes del ambiente rural.
Talleres de elaboración de conservas	Actividad en la cual se expone y se hace partícipes a los visitantes del proceso de la manipulación de los alimentos de tal forma que se evite o ralentice su deterioro (pérdida de calidad, palatabilidad o valores nutricionales).
Observación de manejo de cultivos	Es la observación directa del turista con respecto a cultivos en donde puede presenciar la forma de: sembrar, cuándo sembrar, tiempos de maduración, época de cosecha, entre otros y principalmente lo que tiene que ver con la Horticultura.

Fuente: Barrera, E. (2006). Turismo rural: Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola.

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

1.7.3. Ventajas del Agroturismo

También en el contexto del turismo rural se habla de agroturismo. El agroturismo es una forma de turismo en la que las fincas rurales se utilizan para ofrecer a los visitantes además de alojamiento una experiencia de contacto con la tierra y los animales y la posibilidad de conocer los trabajos y actividad propios de la vida en las fincas. (Ressle, 2008)

No todas las agroindustrias tienen las mismas posibilidades de encarar con éxito un negocio de agroturismo, algunas poseen ventajas comparativas que facilitarán su trabajo, por ejemplo: cercanía con centros poblados, con lugares receptores de turismo masivo o ubicado en rutas de paso. También ayuda si los establecimientos están localizados en una zona de gran belleza paisajística y si en los alrededores hay sitios arqueológicos, ríos, lagos o volcanes. (Blanco M. , 2003)

El agroturismo es otra modalidad o tipo de turismo que se da en el medio rural. En este caso, los clientes se alojan en la vivienda de los agricultores o ganaderos, manteniendo un contacto directo con su estilo de vida, su gastronomía, e incluso con las actividades agropecuarias que los residentes llevan a cabo a diario. Es interesante señalar que ésta es una de las variables del turismo rural caracterizado por la convivencia y la interculturalidad, pues pone en contacto a la cultura receptora o autóctona con la visitante (urbana). El turista rural puede participar activamente o no en las tareas y actividades propias de sus anfitriones (ordeñar, recolectar frutos y vegetales, elaborar platos típicos. etc.). (Peña, 2010)

1.8.Producto Agroturístico

El agroturismo es considerado como una parte del turismo rural, con una participación todavía débil en diferentes países del mundo, tal es el caso de Europa que aproximadamente alcanza el 2% de ventas del turismo rural, sin embargo existen grandes retos para aprovechar su potencial: mejora en la descripción y presentación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, formación de personal en atención al turista y desarrollo de operadores turísticos locales, capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamiento interesantes para los visitantes y de presentarlas en forma atractiva. (Riveros & Blanco, 2003)

El agroturismo en América Latina, aún no ha logrado alcanzar significativa importancia, sin embargo se conoce de circuitos que incluyen trapiches paneleros, beneficios de café y plantas queseras principalmente, pero se podría ampliar la oferta, haciéndola más

interesante en cuanto a los servicios ofrecidos, en los diferentes sectores, u organizaciones localizadas en áreas rurales y manejadas por pequeños y medianos productores, tales como el secado de frutas, especias y plantas medicinales; la cría de peces; la extracción de miel de abeja; cuidado de animales, entre otras y, que puedan articularse con sitios para realizar deportes, centros de esparcimiento en general, servicios de alimentación y hospedaje. (Riveros & Blanco, 2003)

Para que el agroturismo se convierta realmente en una alternativa para los pequeños y medianos productores agrícolas y agroindustriales y en general, es necesario planes de acción que permitan realizar un trabajo planificado, ejecutado y controlado, a fin de obtener los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla de esta manera contribuir con el desarrollo de una localidad y del país en general, en donde participe toda la población tanto en la producción como en los resultados obtenidos.

1.9. Agroturismo en el Ecuador

Las actividades agrarias, en general, se manifiestan, en la mayoría de las zonas rurales ecuatorianas, como la actividad predominante en los procesos de desarrollo local, tal es el caso de las provincias andinas, como Imbabura, Azuay, Cañar, Bolívar, Chimborazo y Cotopaxi, quienes se han venido desarrollando a partir de la década de los años 90, sin embargo en algunas provincias de la costa todavía no se puede percibir su desarrollo, tal es el caso de la provincia de Santa Elena quien todavía no se ha desarrollado, sin embargo es importante mencionar que el agroturismo en el cantón Santa Elena se fundamentará en los servicios turísticos que ofrece al visitante, pero existe el escenario para dar impulso al agroturismo, pero la falta de infraestructura para dar un servicio obstaculiza su desarrollo. (Orellana, Holguín , & Yance, 2016)

Según Diario el Comercio, (2016) menciona que. “El agroturismo es una forma alternativa del turismo. Consiste en que los visitantes puedan convivir con las familias nativas y compartir sus rutinas cotidianas en las chacras” (Márquez, 2016), en este sentido en el Ecuador existen diferentes sectores en donde se practica el agroturismo, y cada vez se han ido incrementando, por cuanto representa una alternativa de desarrollo económico para la población, tal es el caso del sector de Shilpalá, la primera comunidad en contar con un emprendimiento de estas características, porque está en un sitio estratégico cerca de la

ciudad de Riobamba, se encuentra en la parte alta de un cerro y presenta una vista panorámica. (Márquez, 2016)

El Ministerio de Turismo (Mintur) busca consolidar una estrategia para el desarrollo y el fortalecimiento del agroturismo a escala nacional, por tal motivo ha desarrollado un plan de capacitación a la población, el cual forma parte del “Plan nacional para el agroturismo” que impulsa el Ministerio de Turismo con el objetivo de atraer más turistas a las áreas rurales. El Mintur recuerda que se busca para posicionar a Ecuador como una verdadera potencia turística en el mundo. En el caso del agroturismo la idea es desarrollar productos con los cuales se pueda vincular a los actores de la cadena productiva turística mediante una participación activa para desarrollar estrategias de impacto. (Productor, 2018)

1.10. Agroturismo en Pichincha

Los hacendados de Mejía, cantón ubicado al sur del Distrito Metropolitano de Quito, han dejado de lado su privacidad para abrir las puertas de sus propiedades a los turistas. En estos espacios se muestra la cotidianidad de la vida del campo. Son predios rodeados de sembríos, pajonales, animales, de esta manera se puede citar algunas haciendas que actualmente se han dedicado a brindar el servicio agroturístico, tales como: La Hacienda el Porvenir, propiedad del señor Jorge Pérez, ubicada junto al Parque Nacional Cotopaxi, donde ofrecen: alimentación, hospedaje, paseos a caballo, caminatas. La Hacienda “La Alegría” de la familia Espinoza, ofrece hospedaje y paseos a caballo. La Hacienda, Sierra - Alisos, ubicada en Tambillo, en donde se ofrece: Paseos a caballo, sala de reuniones, conferencias, caminatas y avistamiento de aves. La Hacienda Huerta Sacha, ubicada en el Chaupi a la entrada de los Ilinizas, ofrece: Alojamiento, comida y excursiones.

1.11. Turismo Rural

El concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa y describe: “La modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias, dando a conocer sus costumbres” (Zambrano, 2009, pág. 5)

La actividad de turismo rural se presenta como una modalidad del llamado turismo alternativo que se especializa en realizar actividades al aire libre con el contacto de la naturaleza. Según la revista mexicana TURyDES define al turismo alternativo como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la

naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (Blanco , Pano, Sarai, & Hernández, 2012)

Según Boullón, (2008), señalan que turismo rural y agroturismo no son lo mismo, los autores afirman que el turismo rural contiene modalidades, dentro de las cuales se encuentran las actividades agroturísticas:

1. Turismo en establecimientos agropecuarios donde el visitante puede participar activamente de tareas de manejo agropecuario.
2. Granjas educativas que dictan cursos y prácticas de agricultura orgánica.
3. Turismo en cascos de estancias, equipados con piscinas, juegos de niños, servicio de comidas típicas, cabalgatas, donde predomina la demanda que va a pasar un solo día.
4. Turismo de salud, que se asemeja al caso anterior, con la diferencia de que funciona como SPA (Salud por agua) y que muy excepcionalmente contiene instalaciones para uso terapéutico con aguas termales surgentes dentro de un establecimiento rural.
5. Turismo deportivo, donde a los establecimientos agropecuarios se agregan facilidades y servicios para la práctica de la caza o la pesca.

El turismo rural se utiliza como denominación cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es la oferta a los visitantes de un contacto personalizado, brindándoles la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales y, en medida de lo posible de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local

1.12. Agricultura

La agricultura es la actividad agraria que comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras. Es el arte de cultivar la tierra, refiriéndose a los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y cultivo de vegetales, normalmente con fines alimenticios, o a los trabajos de explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural

o por la acción del hombre: cereales, frutas, hortalizas, pasto, forrajes y otros variados alimentos vegetales.

1.13. Ganadería

Es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en la crianza de animales para su aprovechamiento. Dependiendo de la especie ganadera, se obtiene diversos productos derivados, como la carne, leche, huevos, cueros, lana y miel, entre otros. (Ecured, 2018). La ganadería es uno de los aspectos económicos más importantes en el desarrollo de una región o estado, el mismo genera ingresos para el desarrollo sustentable y sostenible.

1.13.1. Evolución de la ganadería

En los últimos 12.000 años, la ganadería ha evolucionado a través de la selección realizada por las comunidades humanas y la adaptación a nuevos entornos. Los historiadores creen que cabras y ovejas fueron las primeras especies animales en ser domesticadas por el ser humano. Con posterioridad, hace unos 9.000 años, se domesticó al cerdo. La vaca fue el último animal importante en ser domesticado, hace unos 8.000 años, en Turquía o en Macedonia. Probablemente sólo entonces se descubrió la utilidad nutritiva de la leche. También se utilizaba la leche de cabra, de oveja, de cierva y de camella. (Myers, s/f)

Los habitantes del valle del Indo domesticaron a la gallina salvaje de la India debido fundamentalmente a su producción de huevos; más tarde se convertiría en el pollo que hay en todo el mundo, fuente de huevos y de carne. Los habitantes de México, por su parte, habían domesticado al pavo. Los seres humanos utilizaban diversas especies de mamíferos y aves para obtener alimento, así como especies de anfibios, de peces y diversos artrópodos. Los insectos han aportado siempre una importante fuente de proteínas, y hoy en día forman parte de la dieta humana, principalmente en las culturas no occidentales. La miel de las abejas fue uno de los primeros alimentos: hace ya 5.000 años los egipcios sabían cómo expulsar a las abejas de sus panales mediante el humo para recoger la miel. (Myers, s/f)

La pesca es también una antigua ocupación destinada a obtener alimento, si bien el agotamiento de las zonas de pesca naturales ha hecho de la acuicultura la fuente de contribución a la producción de pescado que con más rapidez ha crecido desde el principio del decenio de 1980, alcanzando en la actualidad el 14 % del total (Platt 1995). Los seres

humanos han domesticado asimismo muchos mamíferos para usarlos como animales de tiro, como el caballo, el burro, el elefante, el perro, el búfalo, el camello y el ciervo. Probablemente el primer animal utilizado para tiro, quizás con la excepción del perro, fue la cabra, que al buscar alimento era capaz de eliminar la capa seca de tierra, permitiendo su cultivo. (Myers, s/f)

En el Ecuador, la Ganadería es una actividad que se encarga de la producción, crianza y confinamiento de animales para la obtención de carne, leche o pieles. Por lo tanto, el ganado es una fuente importante de alimentos y de aporte a la agroindustria. Uno de los mayores problemas que enfrenta la sociedad actual, es la falta de alimentos; mientras las necesidades aumentan, los recursos son limitados, por las diferentes situaciones políticas y sociales que atraviesa el país. El ganado requiere de alimentos con alto valor de proteínas, para garantizar la calidad y seguridad alimentaria, de esta manera, la ganadería es considerada como uno de los componentes más importantes en el crecimiento económico de un país. (Ortiz, 2018)

Las Haciendas o centros ganaderos más importantes en el Ecuador y concretamente en la provincia de Pichincha se destacan: Hacienda de San José, ubicada en la Parroquia Machachi, la Hacienda cuenta con una extensión de terreno de 110 Hectáreas, 200 Reses, raza mezcla triple base HOLSTEIN, FRISIAN MONTBELIARDE, BROWN SWISS de las cuales 80 se encuentran en producción, produce 1.300 litros de leche diario. La Hacienda Ganadera Betania & La Nena ubicada vía a la Independencia, en Km 54 Nanegalito, Pichincha, Ecuador, es una empresa dedicada a la producción y venta de leche. Hacienda La Fontana, Tambillo alto – Pichincha cuenta con 39 hectáreas, 30 cabezas de ganado tanque de enfriamiento de 1480 litros equipo de ordeño para 4 puestos establo con bombas de leche unidad final casa de hacienda pequeña casa de servicio. Hacienda la merced Baja, localizada en el valle de Zuleta, rodeada de montañas y paisajes andinos, alejada de las carreteras principales y conocido principalmente por quienes viven allí, se encuentra La Merced Baja. Este hermoso lugar está apenas a unos 100 km de Quito, a 16 km del Lago de San Pablo, muy cerca de Otavalo. A 22 km de Ibarra y del lago Yahuarcocha, lugares que todo visitante debe conocer.

Con respecto al tipo de ganado, en la sierra, generalmente se maneja la raza Holstein Friesian, muy fáciles de reconocer por sus colores blanco y negro. La jersey, apetecida por su tamaño y promedio de rendimiento lechero. La Brown Swiss por su alto porcentaje en

grasa. Las normado, llamativas por su contextura y adaptabilidad a la altura. Últimamente se está manejando mucho el cruce de razas, tratando de mejorar producciones, tamaños, fenotipos, colores etc. En 1908, llega la locomotora, y facilita la traída de animales a la sierra, pues así se evitan la larga caminata de la costa a la sierra. En el año 2000, es popular la inseminación artificial, ensilaje, riego con pivote central. Por supuesto que hay unas razas mejores que otras y depende del lugar en que están ubicados. Las más solicitada en el trópico: Angus, charolaise, Gyr, Cebú, Brahaman. En el año 2019, algunas haciendas practican el trasplante embrionario, selección de sexo, ensilaje plastificado, estabulación de hatos, alimentación y riegos computarizados, mecanización para manejo de poteros, procesamiento de productos, exportación de quesos: maduros y tiernos.

1.14. Marketing

En cuanto a una definición gerencial, el marketing a menudo se ha descrito como el arte de vender productos. Sin embargo. Peter Drucken un importante teórico en administración, dice que el objetivo del marketing es volver superflua la actividad de vender. El propósito del marketing es conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se ajuste perfectamente a él y se venda sólo. Idealmente, el resultado del marketing debe ser un cliente que está listo para comprar. (Anta, 2002)

El concepto de marketing ha evolucionado considerablemente en el último medio siglo. Actualmente puede decirse que bajo el apelativo de marketing se reconoce toda una serie de prácticas de gestión empresarial relativas a la investigación del mercado, al diseño de productos y servicios , a la comunicación y venta de los mismos, siempre en el contexto de un mercado regido por las reglas de la competencia. (Belio & Sainz, 2007)

Según Kotler (2003) menciona que: "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes" (p. 4), es decir en la sociedad actual quienes desean fortalecer y mantener sus negocios para el desarrollo sostenible y sustentable, es necesario aplicar diferentes estrategias de marketing, con el de practicar un comercio lícito ofreciendo sus productos y servicios e incluso intercambiando información pertinente que les ayude en el crecimiento del negocio.

1.14.1. Marketing turístico

La utilidad definitiva del análisis estratégico es determinar todas las ventajas competitivas que el negocio turístico deberá utilizar para sustentar su estrategia general, y de marketing turístico en particular. Ahora bien, en este sector tienen, también, una gran importancia las denominadas ventajas comparativas del destino turístico.

1. Las ventajas comparativas son los recursos inherentes al territorio que han fundamentado su desarrollo turístico.
2. Las ventajas competitivas se agregan al destino para diferenciarlo y garantizar una mejor competitividad a medio y largo plazo. (Ballina, 2017)

El marketing turístico es una modalidad dentro del marketing de servicios. El turismo constituye uno de los servicios por excelencia que, además engloba a un conjunto más amplio de servicios. Las ventas de un restaurante pueden ser objeto de una estrategia de marketing que tenga como resultado un incremento en la afluencia de clientes a ese establecimiento. Sin embargo, las ventas de un producto turístico, como pueda ser la "Costa del Sol" como destino turístico, tendrá como resultado de la estrategia de marketing un incremento de la afluencia de turistas a esa región sólo si el conjunto de servicios que se integran en la definición del producto (clima, calidad de las playas, calidad de los hoteles, calidad de los restaurantes, actitud de la población residente hacia los extranjeros, etc.) son del agrado del consumidor.

El mercado turístico está formado por diferentes perfiles y tipos de turistas que conforman diferentes "mercados" fruto de una segmentación. El objetivo de la segmentación de los mercados turísticos es atender de manera más directa y personal las necesidades de cada tipo de turista, logrando así un trato de más calidad y una mayor satisfacción del cliente-turista. (Publicaciones vértice, 2007)

El marketing turístico permite conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio turístico. (Ojeda & Mármol, 2012)

En sí, para la implementación del producto agroturístico en la Hacienda San Antonio, es necesario partir de la idea conceptual del proyecto en donde, a través del Marco Teórico se analiza los argumentos científicos según varios autores con respecto al turismo, que implica la ejecución de actividades que realizan las personas durante sus viajes planificados

o estancias en determinados lugares; El Agroturismo que hace mención a las diferentes actividades económicas relacionadas con los campos agrícolas o granjas con el fin de contribuir con el desarrollo sostenible y sustentable de un determinado lugar, y entre la diferentes actividades agroturísticas se encuentra: la ganadería, la pesca, el paseo a caballo, la interacción con los animales, observación de los procesos agroindustriales, el disfrute de la gastronomía propia de un sector o localidad, situación que llama mucho la atención de los visitantes o turistas nacionales y extranjeros.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes Diagnósticos

La Hacienda San Antonio ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Mejía, Parroquia Uyumbicho, cuenta con amplios espacios físicos, propios para la práctica del agroturismo, en donde ofrece diferentes alternativas de servicio tales como: senderos ecológicos, hospedaje, cultivos, ganado, granja, paseo a caballo, cultivos con el sistema hidropónico y hospedaje, sin embargo, por diferentes situaciones, tanto administrativas con de sustentabilidad, no se ha podido promocionar el producto, pero en la actualidad, la implementación del producto agroturístico se hará visible. El mismo parte desde un diagnóstico inicial, permitiendo identificar la realidad del lugar tomando en consideración las actividades de la competencia, por otro lado, se pondrá énfasis en las estrategias de trabajo durante la implementación y promoción del servicio, los recursos, infraestructura, talento humano, espacio físico, entre otros, con el fin de garantizar su estabilidad en el sector agroturístico y de esta manera contribuir con el desarrollo sostenible de la hacienda.

2.2. Diseño de la Investigación

La presente investigación tiene el carácter cuantitativo y cualitativo. Según Briones G. (1997) citado por Herrera , Medina, & Naranjo, (2010) menciona que el enfoque “Cualitativo es propia de las ciencias humanas que privilegia las cualidades y características, en donde se busca la comprensión de los fenómenos sociales, mediante la observación naturalista que orienta a la formación de la hipótesis”, por otro lado el enfoque cuantitativo, “Privilegia el conteo y manipulación de datos matemáticos y estadísticos, buscando las causas de los hechos que estudia por medio de una medición controlada orientada a la comprobación de la hipótesis y poniendo principal énfasis en el resultado final” (Herrera , Medina, & Naranjo, 2010, pág. 94)

Por lo tanto, la investigación es cualitativa, por cuanto permite analizar el diseño de un producto agroturístico, tomando en consideración los conceptos teóricos desde diferentes puntos de vista de varios autores; y, cuantitativo porque se analiza matemática y estadísticamente, la información extraída en base a un análisis estratégico para la implementación de un proyecto agroturístico.

2.3. Modalidad básica de la investigación

Bibliográfica documental

La investigación bibliográfica – documental “tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar, diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada basados en fuentes primarias y secundarias” (Herrera , Medina, & Naranjo, 2010, pág. 95), es decir por medio de varios textos, libros, revistas, artículos científicos, páginas especializadas del Internet entre otras se profundizará científicamente el tema de investigación acerca de la implementación de un producto agroturístico en la Hacienda San Antonio de la parroquia Uyumbicho.

De campo

“La investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar que se producen, en donde el investigador toma contacto en forma directa con la realidad para tener información de acuerdo a los objetivos del proyecto” (Herrera , Medina, & Naranjo, 2010, pág. 95). Frente a la posición del autor, en el presente proyecto para la implementación de un producto agroturístico, la recolección de información se realizará en la Hacienda San Antonio de la Parroquia Uyumbicho, Cantón Mejía, por parte del investigador en donde existirá un contacto directo con los involucrados en el desarrollo del proyecto agroturístico.

Método inductivo

Es aquel método científico que descubre conclusiones generales partiendo de suposición o antecedentes específicos, es decir “se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general”. (Bernal, 2006, p. 56) El método inductivo es utilizado en el presente proyecto ya que a partir de los datos obtenidos se establece conclusiones generales para la investigación

Método deductivo

Mediante el método deductivo de investigación es posible llegar a conclusiones directas, cuando se deduce lo particular sin intermediarios, sugiere obtener explicaciones particulares y concretas por tanto, “Consiste en la aplicación de leyes universales o premisas de los casos generales a los singulares o particulares” (Bernal, 2006, p. 56) El método deductivo en el presente proyecto fue utilizado para dar explicaciones particulares de los

resultados obtenidos en la investigación, de tal manera que se determinaron las causas y consecuencias que se genere del problema establecido.

Descriptiva

“La investigación descriptiva se refiere al tipo de pregunta de investigación, diseño y análisis de datos que se aplica a un tema determinado. La estadística descriptiva responde a las preguntas quien, que, cuando, dónde y cómo” (Abreu , 2012), a través de la investigación descriptiva se podrá describir las características de cada una de las variables dentro del contexto agroturístico de la Hacienda San Antonio, para tener un conocimiento más profundo del proyecto propuesto y esto permitirá describir de forma detallada el producto agroturístico para obtener datos que permitan garantizar el trabajo que se pretende implementar.

2.4. Metodología de Investigación

Los métodos utilizados se describen en el siguiente cuadro:

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	MÉTODO	RESULTADO
Elaborar el Producto Agroturístico mediante un análisis metodológico, para acoger a los turistas nacionales y extranjeros y a la sociedad en general.	Determinar el marco teórico para el diseño del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.	Inductivo Deductivo Bibliográfica	A partir de los datos obtenidos producto de una revisión bibliográfica permite obtener información científica que garantice la investigación.
	Analizar las diferentes metodologías para el desarrollo del Agroturismo que garantice su estabilidad.	Inductivo Deductivo Descriptiva Bibliográfica	Obtener explicaciones particulares de los resultados obtenidos en la investigación, que permita identificar las causas y consecuencias que se genere del problema establecido.

	<p>Aplicar la metodología analizada en la implementación y desarrollo del Agroturismo en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito.</p>	<p>Investigación Exploratoria Descriptiva</p>	<p>Validar y aplicar la metodología paso a paso con el fin de dar respuesta con mayor precisión a la pregunta de investigación y solucionar los problemas detectados.</p>
--	--	---	---

2.5. Diseño del Producto Agroturístico

En el presente apartado se realiza un análisis de las diferentes metodologías para la implementación de un producto agroturístico que fue utilizado por varios autores a partir del año 2007.

Tabla 2: Diseño del Producto Agroturístico

PROCEDIMIENTO METODOLOGÍA	Diagnóstico	Generación del Proyecto	Diseño Conceptual	Modelo de Negocios	Implementación	Testeo	Estrategias de Marketing	Lanzamiento al mercado
SERNATUR (2015)	X	X	X	X	X	X		
Eduardo Castillo Coy (2007)	X		X		X			
Esther Machado Yanet Hernández (2007)	X		X	X	X		X	X
Silvia Constabel Edgardo Oyarzun Pablo Szmulewicz (2009)	X		X		X			
Edison Espín (2015)	X		X		X			
Yanina Coronel (2015)	X		X		X			X
TOTAL	100%	17%	100%	34%	100%	17%	17%	34%

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

2.5.1. Descripción de los autores:

El Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) de Chile, tomando en consideración que en los últimos años la industria del turismo ha crecido a tal punto que representa el 70% de los ingresos internos. Sin embargo, se ha podido apreciar una escasa diversidad e innovación en la oferta, tanto para turismo internacional como nacional, por tal motivo el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable (2015-2018), elaborado por la Subsecretaría de Turismo de Chile, presenta como un instrumento orientador, movilizador y canalizador de los esfuerzos, la metodología para elaborar paso a paso, un producto agroturístico.

El objetivo de la metodología planteada por SERNATUR es generar y disponer de información práctica para la creación y el desarrollo de productos turísticos integrados, promoviendo la diversificación y especialización de productos turísticos a lo largo del país, con miras a un desarrollo sustentable, para la ejecución del mismo parte de un diagnóstico, que permite determinar la situación actual del turismo en la localidad por medio de varias técnicas como el PEST, que le permite analizar los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos; La aplicación del FODA que le permite determinar los factores internos y externos como son: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, producto del cual se determina la realidad y en base a los resultados obtenidos se pueden establecer estrategias de trabajo con miras al desarrollo de un nuevo proyecto, que en el caso de la SERNATUR (2015) le complementa con el proceso de un Diseño Conceptual, finalmente la Implementación del Proyecto en donde se define los diferentes recursos, la estructura organizacional y la comercialización del producto.

Con respecto a los procesos aplicados por Eduardo Castillo Coy (2017) presenta un estudio de caso acerca del proceso que debe seguirse para desarrollar un producto turístico, partiendo de realizar el análisis desde las perspectivas de la oferta y la demanda de Productos Turísticos del Municipio de Guacarí para dos Segmentos de Mercado, avalada por la Universidad Autónoma de Occidente y la alcaldía del municipio de Guacarí Colombia. Los pasos aplicados en el desarrollo del proyecto son: Fase 1, Diagnóstico, que parte del análisis de la situación actual de la localidad con respecto a la oferta y la demanda; Fase 2, Diseño Conceptual, en donde se realiza la formulación del diagnóstico, el estudio de las capacidades internas y la definición conceptual del proyecto, finalmente en la Fase 3, la definición de los productos turísticos, que parte de la descripción del mercado actual y potencial, la descripción de los productos y la estrategia de comunicación distribución y precio.

Con respecto a la metodología de Esther Machado y Yanet Hernández (2007) para la implementación de un producto agroturístico parte del Diagnóstico en donde realiza un análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras, además permite identificar cuáles son los mercados disponibles; esto es, hacia qué mercados se puede dirigir la oferta; cuáles son sus necesidades y preferencias; posteriormente, el diseño conceptual del proyecto, en donde se realiza la concepción de nuevas ideas para generar productos turísticos, las mismas deben incluir preferencias, gustos y tendencias del mercado, además de la infraestructura existente, en la siguiente etapa realiza la implementación del proyecto agroturístico, en donde se define el precio tomando en consideración la competencia, se analiza el triángulo estratégico para identificar la ventaja competitiva del producto, final se procede a buscar los canales de distribución para la comercialización del producto.

Según Silvia Constabel, Edgardo Oyarzun y Pablo Szmulewicz (2009) plantean una serie de acciones que deben ser aplicadas por el sector público y privado con base en el análisis y el diagnóstico realizado, el principal objetivo constituye superar las debilidades con fundamento en las fortalezas encontradas para lograr el desarrollo y consolidar el agroturismo. En la etapa del diseño conceptual se establece una selección de criterios que inciden prioritariamente en el agroturismo y una definición de los diferentes términos aplicada a las zonas geográficas, para la estructuración del espacio en donde se desarrollará el producto agroturístico, finalmente en la etapa de implementación, se procede a establecer el servicio, en donde se organiza su estructura y proceso de comercialización tomando en consideración estrategias de mercado con el fin de identificar la ventaja competitiva y mantenerse a la par con la competencia en el mercado.

El trabajo de investigación de Janina Coronel (2015) tiene como objetivo principal determinar la oferta del centro turístico haciendo énfasis a las actividades agroturísticas en la población del Cantón Buena Fe de Guayaquil, con el fin de potenciar el desarrollo del Cantón para la ejecución del mismo toma en cuenta los siguientes pasos: Parte de un análisis previo en donde se identifica la realidad de la localidad, producto del cual se identifica los objetivos y los recursos con los que cuenta, posteriormente se realiza el diseño conceptual del proyecto en donde se define el producto turístico, finalmente se desarrolla la implementación de actividades turísticas tomando como punto inicial, la observación de campo del sitio turístico, el contacto con personas especializadas en el tema, quienes definen las pautas que se deben tomar en cuenta dentro de los servicios que ofrece un producto

agroturístico con el fin de establecer actividad, como es la seguridad del visitante y el conocimiento que le puedan transmitir. La implementación del producto agroturístico tiene como principal objetivo fortalecer el servicio a través de prácticas reales para contribuir al desarrollo de la localidad, Zonificar el centro Turístico “Aguas Blancas” con la distribución actual y con la propuesta de estudio, entre las actividades a desarrollar son: determinar los recorridos del Centro Turísticos; Seleccionar actividades agroturísticas a realizar; Diseñar guiones interpretativos para los visitantes.

Según Edison Espín (2015) La actividad turística es el motor dinamizador de la economía local, y este permite fomentar o estructurar la oferta de servicios en función a establecimiento de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento; en este sentido se toma como referencia la oferta actual de la planta turístico como complementaria a la oferta agroturística, ya que el turista y/o visitante requiere de estos servicios, y como se evidencia en la oferta actual, las actividades de agroturismo están ligadas principalmente a recorridos de las fincas y haciendas y sus procesos productivos en los productos que comercializan en sus distintas fases.

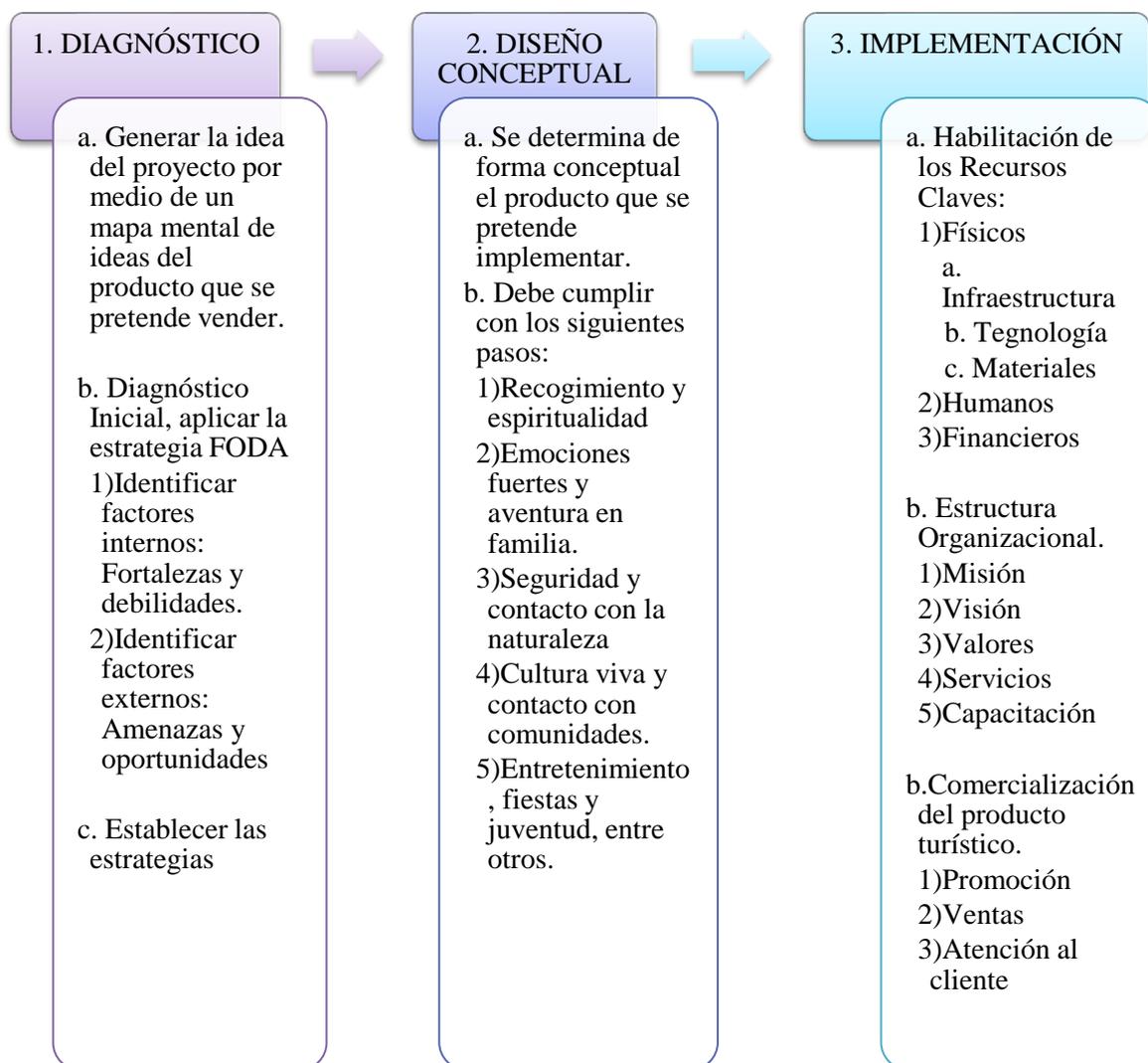
2.6.Resultados del análisis de productos agroturísticos.

Según los resultados de la tabla con respecto al procedimiento aplicado para la elaboración del Proyecto Agroturístico, según la metodología, claramente se puede evidenciar que los procesos más utilizados son: Diagnóstico con un porcentaje de un 100%; Diseño Conceptual con un 100%; e Implementación con el 100% de aplicación por parte de los investigadores, los mismos se describen a continuación.

2.6.1. Modelo del Producto Agroturístico

La planificación y desarrollo de un modelo agroturístico se cumple según el siguiente diagrama:

Gráfico 1: Modelo de Producto Agroturístico



Elaborado por: Rómulo Cárdenas

2.6.2. Pasos para la Implementación de Productos Agroturísticos.

1. Diagnóstico:

La implementación del producto agroturístico partirá desde un diagnóstico inicial, en donde permitirá identificar la realidad del lugar con respecto a los diferentes aspectos: características, fortalezas, debilidades, su posicionamiento en el mercado, las estrategias de trabajo durante la implementación y promoción del servicio, los recursos, infraestructura, talento humano, espacio físico, entre otros, con el fin de garantizar su estabilidad en el sector agroturístico, de esta manera se cumplirá con los siguientes pasos:

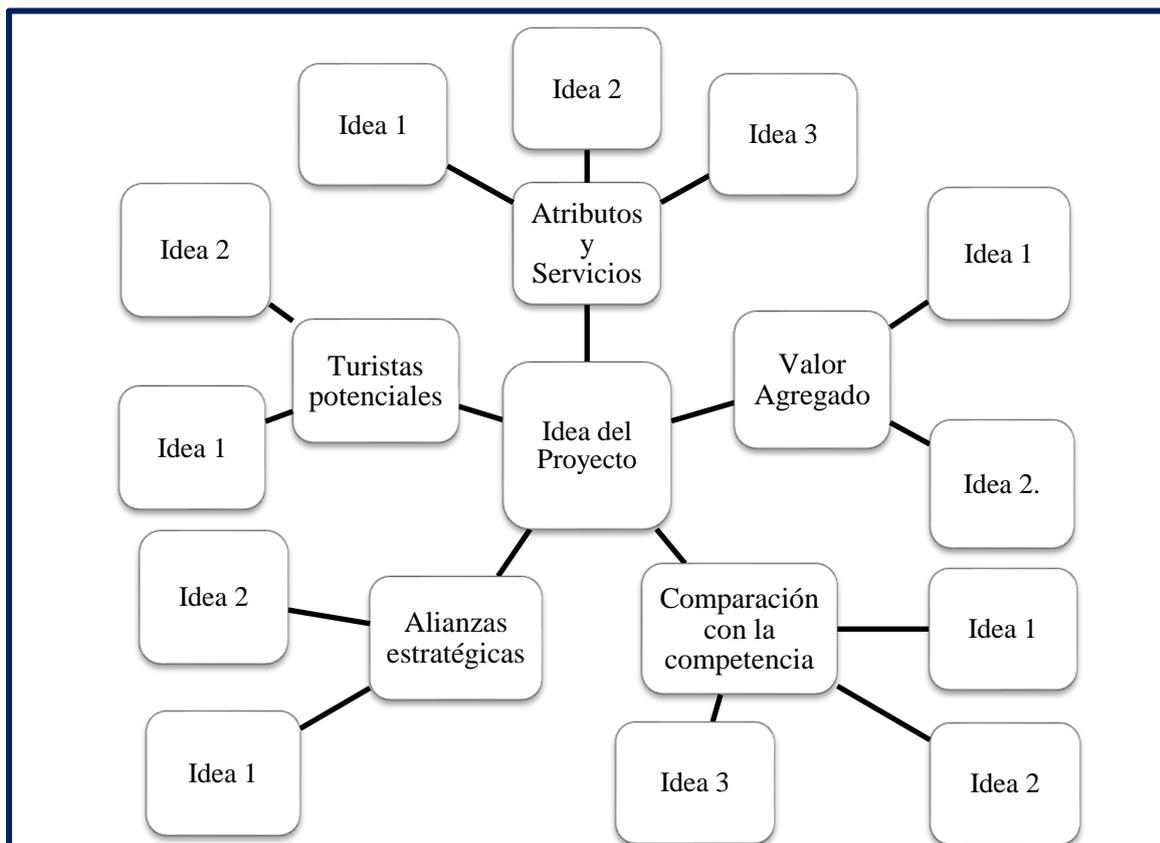
a) Generación de la idea, del proyecto ¿Qué se quiere vender y a quién?

La generación de la idea del proyecto parte de un análisis inicial de lo que se pretende vender y a quien se lo va a realizar, para ello es necesario enfocarse a un recurso (físico, humano u otro) o a una actividad en particular, el mismo es analizado de la siguiente manera:

1. Nombrar los diferentes atributos y servicios que presta el producto,
2. Analizar el valor agregado que ofrece al turista,
3. Comparar con la competencia en relación a su entorno y a la temática.
4. Identificar posibles alianzas, personas y/o productos complementarios.
5. Analizar a quién se pretende llegar, el turista potencial.

La generación de la idea del proyecto se puede realizar por medio de un mapa mental de ideas que se muestra a continuación:

Gráfico 2: Mapa Mental para la generación de la idea de un proyecto



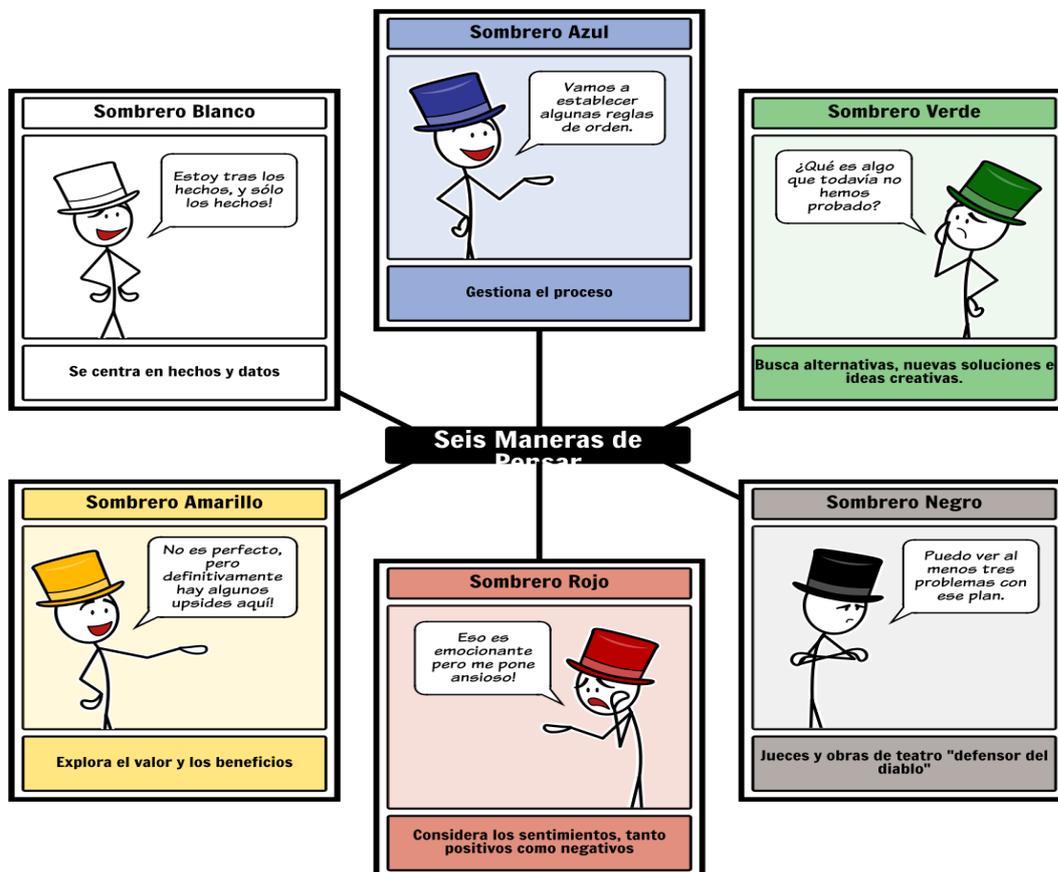
Pasos para realizar un mapa mental de ideas:

1. Identifique su idea central. Utilice pocas palabras y sea preciso/a.
2. Inicie siempre desde el centro de la hoja, colocando la idea central (Objetivo) y remarcándolo.
3. En el contorno debe ubicar las ideas o elementos claves.
4. Incorpore todas las ideas que aparezcan en el segundo contorno. No descarte nada a priori.
5. Acomode las ideas en torno a la idea central, sin amontonarlas.
6. Relacione las ideas con líneas, flechas, guiones u otros recursos.
7. Remarque las ideas más fuertes. Sea enfático para distinguir los elementos más fuertes

Técnica del sombrero para definir la idea de un proyecto

Para seleccionar y definir la idea del proyecto se aplica también la técnica del sombrero en donde se analiza los diferentes aspectos con respecto a los servicios que pretende:

Gráfico 3: Técnica del Sombrero



b) Diagnóstico inicial por medio de la estrategia FODA

Para realizar el diagnóstico inicial, debe partir de un análisis de la situación actual del producto o servicio que se pretende implementar, el mismo se realiza por medio del análisis FODA que radica en la evaluación de los factores internos y externos, para obtener información importante que permita establecer las estrategias de trabajo.

La Matriz FODA permite determinar los factores internos y factores externos que afectan o influyen en la implementación o desarrollo de un proyecto:

1. **Factores Internos:** Se refiere a las Fortalezas y Debilidades que influyen en el desarrollo del proyecto, los mismos se presentan al interior o exclusivamente dentro de una organización, su análisis permitirá identificar la realidad interna de la empresa.
2. **Factores Externos:** Se refiere a las Amenazas y Oportunidades que influyen en el desarrollo del proyecto, los mismos vienen de la parte externa de la organización, y que pueden afectar en su desarrollo, su análisis permitirá identificar, de qué manera puede afectar la competencia, la sociedad, las normativas legales o el mismo gobierno, en el desarrollo de una empresa.

Los elementos de la Matriz FODA se describen a continuación:

Tabla 3: Matriz FODA

MATRIZ FODA				
		FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS	
		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	
POSITIVO	F1		O1	
	F2		O2	
		DEBILIDADES	AMENAZAS	
NEGATIVO	D1		A1	
	D2		A2	

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

c) Establecer las estrategias

Una vez determinada la Matriz FODA con cada uno de los elementos según la realidad del producto o servicio a implementar, es importante realizar un análisis profundo de los diferentes factores por medio de una combinación organizada que permita determinar las estrategias ideales del proyecto, las estrategias que se deben analizar son las siguientes:

- a) ESTRATEGIA FO: Fortalezas y Oportunidades.
- b) ESTRATEGIA DO: Debilidades y Oportunidades.
- c) ESTRATEGIA FA: Fortalezas y Amenazas.
- d) ESTRATEGIA DA: Debilidades y Amenazas.

La descripción de las estrategias se desarrollan en la siguiente matriz:

Tabla 4: Matriz de estrategias FODA

MATRIZ DE ESTRATEGIAS							
		FACTORES INTERNOS					
		FORTALEZAS		DEBILIDADES			
		1	F		1	D	
		2	F		2	D	
		3	F		3	D	
4	F		4	D			
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES		1. ESTRATEGÍAS FO		2. ESTRATEGIAS DO		
	1	O					
	2	O					
	3	O					
	4	O					
	AMENAZAS		3. ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA		
	1	A					
	2	A					
	3	A					
	4	A					

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

e) Seleccionar la idea del proyecto.

Para seleccionar y definir la idea del proyecto se aplica la técnica del sombrero en donde se analiza los diferentes aspectos del producto agroturísticos con respecto a los servicios que pretende ofrecer y la posible competencia, el mismo se presenta a continuación:

2. Diseño Conceptual del producto agroturístico:

Una vez definido la idea seleccionada del proyecto y de conocer de una manera más profunda al potencial cliente, se debe centrar en la parte conceptual que permita dar forma a todo el diseño del producto o servicio, dentro de la etapa de diseño conceptual se escogerán ideas claves que permitirá promocionar o llegar al cliente de una forma más efectiva. Para realizar el análisis de las necesidades de los turistas, se tomará en cuentas los siguientes aspectos:

- a) **Recogimiento y espiritualidad:** Se refiere al clima espiritual o creencia en el cual se mueven las personas, en este caso es necesario analizarlo y tomar en cuenta, para garantizar que el producto agroturístico satisfaga a toda la sociedad en general.
- b) **Emociones fuertes y aventura en familia:** Analiza los intereses familiares en cuanto a diversión o esparcimiento que tienen durante los tiempos libres.
- c) **Seguridad y contacto con la naturaleza:** Permite determinar el nivel de importancia que tiene la naturaleza para la sociedad del entorno y las personas que optan por el producto o servicio.
- d) **Cultura viva y contacto con comunidades:** El análisis de la cultura y los diferentes intereses marca un hito muy importante para preparar los servicios, con el fin de garantizar y satisfacer las necesidades del usuario.
- e) **Relajo, entretenimiento, fiestas y juventud, entre otros:** El análisis de los intereses que tienen los diferentes niveles y sectores de la población, especialmente la población más joven, es importante para preparar un servicio que satisfaga las necesidades a todos en general.

3. Implementación

Una vez definido el proyecto, los objetivos y los posibles clientes se procede con la implementación en tres grandes áreas:

- a) **Habilitación de los Recursos Clave.** - Proceso en el cual se determinarán los recursos físicos, financieros y humanos.
- b) **Estructura Organizacional.** - Proceso en donde se definirá la estructura funcional de la organización, considerando los niveles de dotación de recursos, como por ejemplo la capacitación de un equipo de trabajo.
- c) **Comercialización del producto turístico.** - Finalmente se pondrá en marcha el producto o servicio, que incluya a los socios claves, la difusión del producto a través de los diferentes canales y la producción de estos componentes.

Para garantizar la permanencia y el fortalecimiento del proyecto agroturístico debe partir de un proceso de diagnóstico inicial, en donde se determinan las diferentes necesidades a través del análisis FODA, por medio del cual se determinan los factores internos y externos, como son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas: a continuación, se realiza el diseño conceptual, en donde se definen los diferentes elementos que forman parte de las actividades y los servicios enfocados a los turistas nacionales y extranjeros, finalmente se implemente el producto agroturístico, el mismo parte de la determinación de un organigrama, los recursos humanos, tecnológicos y económicos, la comercialización y promoción del producto.

CAPÍTULO 3

IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS AGROTURÍSTICOS

Para la implementación del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio es necesario tomar en consideración la aplicación de un proceso organizado, con pasos sucesivos que permiten garantizar su implementación, en donde es necesario tomar en cuenta cada uno de los detalles, recursos o procesos, los mismos debe estar claramente definidos y sujetos a un proceso de seguimiento evaluación y control, con el fin de garantizar su implementación.

A la llegada de los españoles los terrenos de La Hacienda San Antonio y sus circundantes pasaron a ser de posesión de la corona española, quienes le declararon como las selvas del rey, en los años 1600 los Sacerdotes de la Congregación Dominicana pasan a ser dueños del territorio, posteriormente por los años de 1800 los adquiere la familia Villavicencio propietarios de la Hacienda Chillo Jijón. Pasa entre muchas manos para caer en propiedad del doctor Isidro Ayora, presidente del Ecuador entre los años 1929 y 1931, es heredado por su hijo José Ayora, quien lo enajena en propiedad del Señor Pablo Anhalzer y éste a su vez lo testa a favor de su nieto Jorge Juan Anhalzer Valdivieso, actual dueño de las propiedades. (Chiriboga, 2019)

La hacienda tenía grandes extensiones de bosques, una vez que fueron diezmados, se comienza a explotar los terrenos por medio de sembríos de maíz y pastizales, para alimentar rebaños de ovejas, con cuya lana se fabricaba prendas de vestir en la cercana hacienda de Chillo Jijón. Posteriormente, con el incremento de la producción lechera y el aporte del doctor Galo Plaza en la importación de ganado mejorado, se convierte los terrenos en pastizales, también se inició con la siembra de leguminosas importadas y variedades forrajeras útiles para la alimentación vacuna.

Los últimos 50 años, en las 12 hectáreas los hatos lecheros han colmado las tierras y hace una década han ocupado las legumbres una mitad de los terrenos. Todos los pobladores de Uyumbicho recuerdan cuando los miembros de sus familias laboraban en el recinto que fue siempre un sustento a la economía del lugar, se recuerda también las grandes experiencias de aprendizaje de las diferentes generaciones en las faenas agropecuarias, nostalgias y alegrías en la vida campesina.

3.1.Diagnóstico:

La implementación del producto agroturístico partirá desde un diagnóstico inicial, en donde permitirá identificar la realidad del lugar con respecto a los diferentes aspectos: características, fortalezas, debilidades, su posicionamiento en el mercado, las estrategias de trabajo durante la implementación y promoción del servicio, los recursos, infraestructura, talento humano, espacio físico, entre otros, con el fin de garantizar su estabilidad en el sector agroturístico, de esta manera se cumplirá con los siguientes pasos:

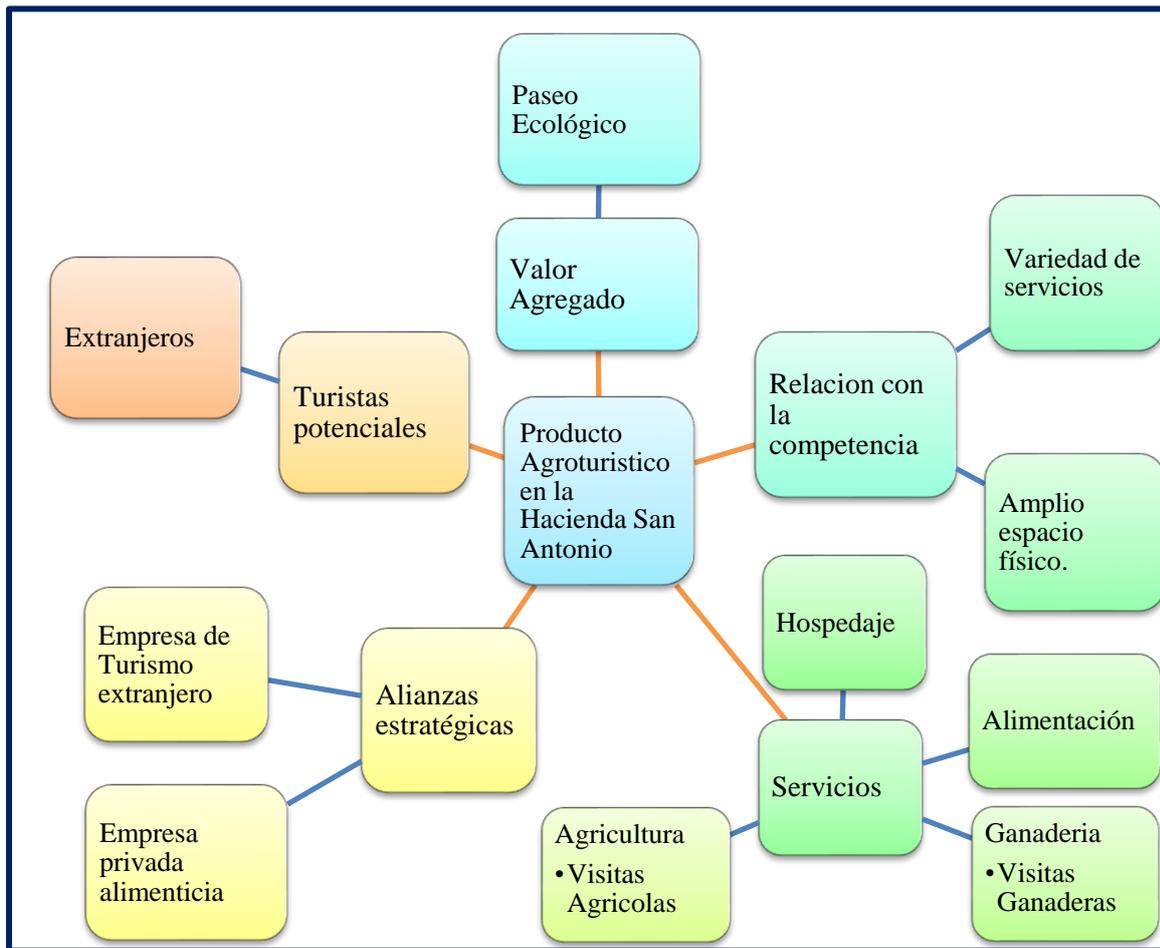
3.1.1. Generación de la idea, del proyecto ¿Qué se quiere vender y a quién?

La generación de la idea del proyecto parte de un análisis inicial en la Hacienda San Antonio en donde se pretende implementar un Producto Agroturístico para ofrecer a los turistas tanto nacionales como extranjeros una variedad de servicios con el fin de satisfacer sus necesidades, para el análisis respectivo se procede de la siguiente manera:

1. Nombrar los diferentes atributos y servicios que presta el Producto Agroturístico,
2. Analizar el valor agregado que ofrece al turista,
3. Comparar con la competencia en relación a su entorno y a la temática.
4. Identificar posibles alianzas, personas y/o productos complementarios.
5. Analizar a quién se pretende llegar.

Para determinar y definir los recursos claves para la implementación y ejecución producto agroturístico, es necesario tomar en consideración los diferentes pasos que se pretende aplicar en la hacienda San Antonio, los mismos se describen en el siguiente mapa mental:

Gráfico 4: Mapa Mental Producto Agroturístico Hacienda San Antonio



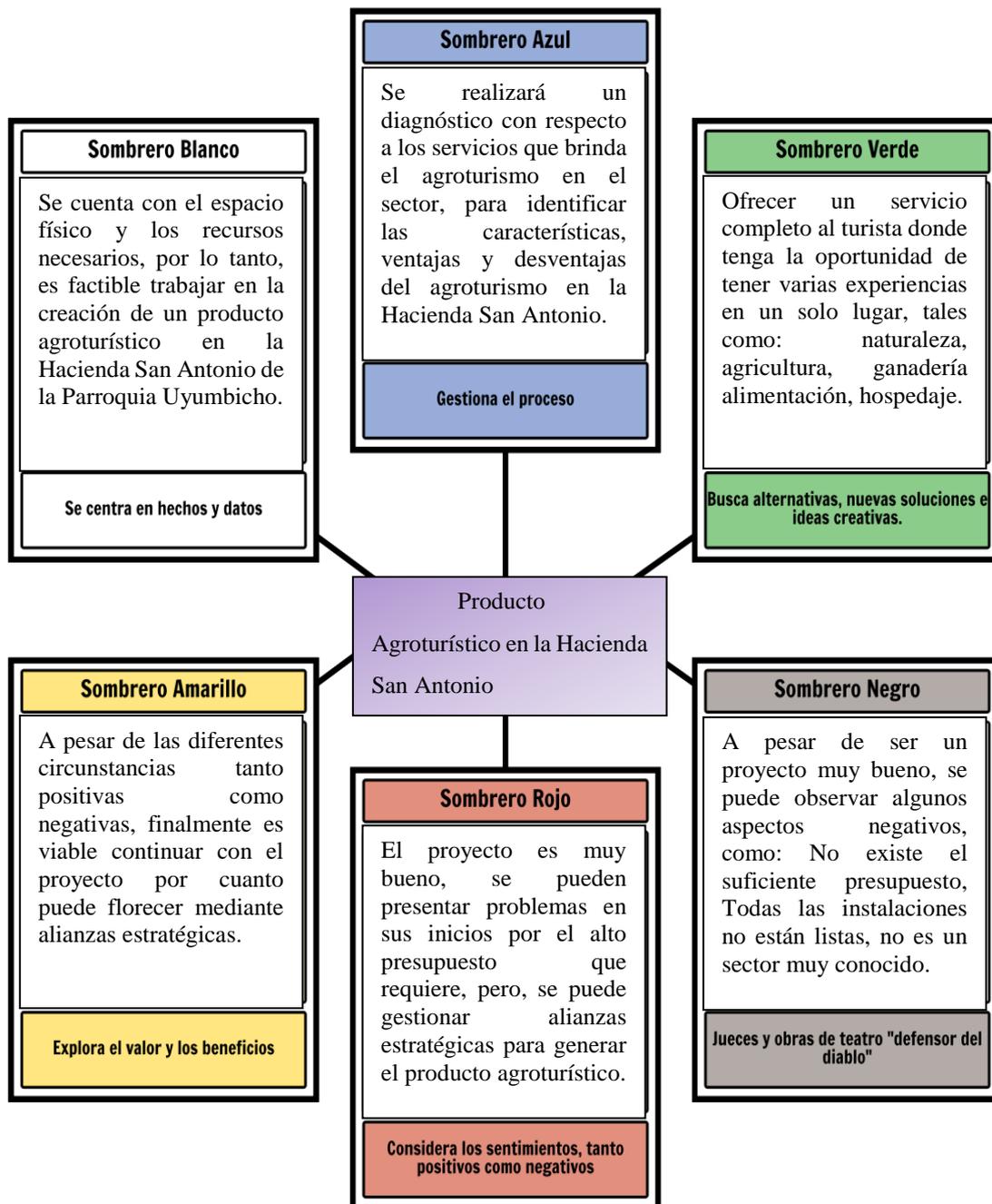
Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Para determinar la implementación de un Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio de la Parroquia Uyumbicho parte de un análisis exhaustivo de los diferentes aspectos con el fin de garantizar su desarrollo y fortalecimiento, los aspectos a considerar son: a) El valor agregado que ofrece, en este caso, las visitas ganaderas, paseos ecológicos y visitas agrícolas únicas y de exportación muy diferentes al de la competencia; b) Relación con la competencias, en donde ofrece productos únicos de mayor variedad por tener un amplio espacio físico; c) Los servicios, que ofrece son particulares y propios de la Hacienda San Antonio, un hospedaje único con características coloniales y acogedoras, alimentación con productos agrícolas y ganaderos propios del sector y producidos en la hacienda, accesos libre a conocer los procesos de agricultura y ganadería; d) Alianzas estratégicas con empresas tanto de alimentación como de turismo extranjero; y, e) Turistas Potenciales, identificados son los extranjeros en mayor porcentaje.

4. Seleccionar la idea del proyecto.

Para seleccionar y definir la idea del proyecto se aplica la técnica del sombrero en donde se analiza los diferentes aspectos del producto agroturísticos con respecto a los servicios que pretende ofrecer y la posible competencia, el mismo se presenta a continuación:

Gráfico 5: Técnica del Sombrero



3.1.2. Diagnóstico inicial por medio de la estrategia FODA

Con el fin de realizar un análisis de la situación actual del producto agroturístico en la Hacienda San Antonio de la Parroquia de Uyumbicho, se realiza un diagnóstico a través del análisis FODA que radica en la evaluación de los factores internos y externos, con el fin de obtener información importante para establecer las estrategias de trabajo.

Una vez determinada la situación del agroturismo de la localidad por medio de la aplicación del diagnóstico FODA, los datos obtenidos ayudarán a la toma de decisiones para garantizar la propuesta planteada, los mismos se analizan a continuación.

Diagnóstico FODA

Tabla 5: Diagnóstico FODA

MATRIZ FODA			
		FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
POSITIVO	F1	Riqueza natural y turística	O1 Interés de los visitantes por el turismo verde
	F2	Alianzas estratégicas con empresas de alimentos.	O2 Estabilidad de las autoridades de la Junta Parroquial de Uyumbicho.
	F3	Riqueza gastronómica propia del sector.	O3 Presencia de Instituciones Educativas.
	F4	Cultivo y comercialización de los productos orgánicos de la localidad.	O4 Servicio de transporte público permanente
	F5	Amplios espacios para la agricultura y la ganadería.	O5 Apoyo del Ministerio de Turismo a instituciones para mejorar el turismo.
	F6	Amplio espacio físico de la Hacienda San Antonio.	O6 Crecimiento poblacional de la Parroquia Uyumbicho y del cantón Quito.
	F7	Instalaciones acogedoras para el hospedaje de turistas.	O7 Aplicación del Plan de Desarrollo Sostenible en Instituciones Educativas.
	F8	Relación y comunicación con turistas extranjeros	O8 Crecimiento de los visitantes extranjeros al país.
NEGATIVO	DEBILIDADES		AMENAZAS
	D1	Ausencia de gestión para impulsar el agroturismo.	A1 Crecimiento del parque industrial.

D2	Ausencia de un Plan Estratégico	A2	Crecimiento del parque automotor.
D3	Carencia de información turística.	A3	Desconocimiento del agroturismo por parte de los pobladores.
D4	Desconocimiento de procedimientos para impulsar el agroturismo	A4	Instituciones educativas desconocen sitios de agroturismo en el sector.
D5	No cuenta con un plan de negocios.	A5	Crecimiento del agroturismo en sectores aledaños.
D6	Ausencia de información turística.	A6	Incremento del costo de la canasta básica familiar.
D7	No cuenta con una Misión y Visión	A7	Incremento en el costo de los insumos agroturísticos.
D8	Ingreso esporádico de turistas.	A8	Variaciones drásticas en el cambio climático.

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

3.1.3. Establecer las estrategias

Tabla 6: Matriz de estrategias FODA

MATRIZ DE ESTRATEGIAS					
FACTORES INTERNOS					
		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1	Riqueza natural y diversidad de producción	D1	Ausencia de gestión para impulsar el agroturismo.
		F2	Alianzas estratégicas con empresas de alimentos.	D2	Ausencia de un Plan Estratégico
		F3	Riqueza gastronómica ofertada en el menú	D3	Carencia de información turística.
		F4	Cultivo y comercialización de los productos orgánicos de la localidad.	D4	Desconocimiento de procedimientos para impulsar el agroturismo
		F5	Amplios espacios para la agricultura y la ganadería.	D5	No cuenta con un plan de negocios.
		F6	Amplio espacio físico de la Hacienda San Antonio.	D6	Ausencia de información turística.
		F7	Instalaciones acogedoras para el hospedaje de turistas.	D7	No cuenta con una Misión y Visión
		F8	Relación y comunicación con turistas extranjeros	D8	Ingreso esporádico de turistas.
FACTORES EXTERNOS		OPORTUNIDADES		1. ESTRATEGÍAS FO	
O1	Interés de los visitantes por el turismo verde	F1, F2, F3, F4, O1, O2, O3, O4, O5, O7	E1.- Establecer alianzas estratégicas con entidades del gobierno, Instituciones Educativas y Empresas de Transporte, desarrollando planes de publicidad para promocionar los productos agrícolas, la riqueza gastronómica y natural del sector.	2. ESTRATEGIAS DO	
O2	Estabilidad de las autoridades de la Junta Parroquial de Uyumbicho.			D1, D2, D4, D5, D7, O7, O5	E3.- Desarrollar un Plan Estratégico tomando en cuenta la actividad económica y las fortalezas que tiene la Hacienda San Antonio mediante procesos y procedimientos que garantice la estabilidad del producto agroturístico.
O3	Presencia de Instituciones Educativas.				
O4	Servicio de transporte público permanente				

O5	Apoyo del Ministerio de Turismo a instituciones para mejorar el turismo.	F5, F6, F7, F8, O8, O8,	E2.- Fortalecer las estrategias de comunicación por medio de promociones y publicidad dirigido a turistas nacionales y extranjeros, dando a conocer las fortalezas que tiene la Hacienda San Antonio en cuanto a sus instalaciones que permita desarrollar un producto agroturismo autosustentable y autosostenible.	D3, D6, D8, O1, D7, O1, O2, O3, O4, O8	E4.- Desarrollar un Plan de Promociones turísticas tomando en consideración el crecimiento poblacional y de turismo en el Ecuador con el fin de tomar posicionamiento dentro del turismo y darse a conocer como un producto agroturístico.
O6	Crecimiento poblacional de la Parroquia Uyumbicho y del cantón Quito.				
O7	Aplicación del Plan de Desarrollo Sostenible en Instituciones Educativas.				
O8	Crecimiento de los visitantes extranjeros al país.				
AMENAZAS		3. ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Crecimiento del parque industrial.	F2, A8, A7	E5.- Desarrollar planes de capacitación para fortalecer el servicio del agroturismo en la Hacienda San Antonio, tomando en consideración las estrategias que permita brindar un producto agroturístico de calidad.	D2, D3, D4, D5, A4, A5, A8, A3	E6.- Generar un Plan de negocios que optimice todos recursos con que cuenta la Hacienda San Antonio y pueda competir en el sector turístico, brindando un servicio de calidad.
A2	Crecimiento del parque automotor.				
A3	Desconocimiento del agroturismo por parte de los pobladores.				
A4	Instituciones educativas desconocen sitios de agroturismo en el sector.				
A5	Crecimiento del agroturismo en sectores aledaños.			D1, D6, D7, D8, A1, A2, A6, A7	E7.- Realizar Planes de Gestión empresarial que permitan determinar la ventaja competitiva del producto agroturístico en la Hacienda San Antonio brindar sus servicios a todos los niveles de la sociedad.
A6	Incremento del costo de la canasta básica familiar.				
A7	Incremento en el costo de los insumos agroturísticos.				
A8	Variaciones drásticas en el cambio climático.				

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

3.2.Diseño Conceptual

3.2.1. Producto Agroturístico

La Hacienda San Antonio de la Parroquia Uyumbicho se ha decidido implementar el producto agroturístico que consiste en presentar varias actividades para el esparcimiento y diversión del turista, tales como: Paseo a caballo, visita a la granja de animales, visita a la plantación del sistema hidropónico, visita a la Quinta San Cuco, entre otros; las mismas han sido consideradas una estrategia para dinamizar el desarrollo de la Hacienda San Antonio por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales y contribuir con alternativas dinámicas para la visita de turistas nacionales y extranjeros, para dar forma al proyecto, dentro de la etapa del diseño conceptual se escogieron ideas claves que permitieron promocionar o llegar al cliente de una forma más efectiva.

3.2.2. Pasos el análisis de necesidades de los turistas.

Para realizar el análisis de las necesidades que presentan los turistas se tomó en cuentas los siguientes aspectos:

3.2.2.1.Recogimiento y espiritualidad:

El clima de espiritualidad de la Parroquia de Yámbico, lugar en donde se desarrolla el proyecto Agroturístico de la Hacienda San Antonio, se mueve por la tradicional fiesta a San Cristóbal de los creyentes católicos que demuestran mucha fé, en este caso es necesario analizarlo y tomar en cuenta, para garantizar que el producto agroturístico satisfaga a toda la sociedad en general. En el mes de junio, muchos migrantes vuelven a su pueblo natal para festejar la fiesta de San Cristóbal, que es el patrono de la parroquia. Esta fiesta los unirá por casi 30 días consecutivos, mucha religiosidad, algarabía y diversión emana de sus habitantes. Su iglesia situada al costado del parque central es el centro reunión diario. El día termina con una celebración religiosa más una procesión con el Patrono hasta el barrio “prioste” llevando en andas su imagen. En el recorrido los protagonistas, al frente de una banda popular, lanzan naranjas, el populacho se arremolina para recogerlas. Es esta tradición muy antigua, no se ha podido descifrar cuando nació, pero va creciendo esta actividad año tras año. El día siguiente, otro barrio previamente designado, tomará la iniciativa, tratando siempre de superar al predecesor. Y la noche se alarga con festivales musicales, danzas y brindis populares.

Fotografía 1: Fiestas San Cristóbal Parroquia Uyumbicho



Fuente: Costumbres y tradiciones Parroquia Uyumbicho

3.2.2.2. Emociones fuertes y aventura en familia:

Los intereses familiares del sector están centrados en la agricultura, la ganadería y los paseos ecológicos que los disfrutan durante sus tiempos libres. Los que prefieren descansar lo hacen en San Cuco. El otro público elige caminatas, paseos a caballo, sembrar, cosechar, alimentar a los animales, ordeñar o simplemente preparar acompañar a los trabajadores para aprender de las actividades del lugar. Esto puede ser una hora u alargarse por todo el día. La alimentación que se les brinda está basada más en los productos sembrados en la hacienda, dando un toque sano, ecológico y balanceado.

Fotografía 2: Ganadería Parroquia Uyumbicho



Fuente: Ganadería Parroquia Uyumbicho

Fotografía 3: Ganadería Parroquia Uyumbicho



Fuente: Ganadería Parroquia Uyumbicho

Fotografía 4: Ganadería Parroquia Uyumbicho



Fuente: Ganadería Parroquia Uyumbicho

3.2.2.3.Seguridad y contacto con la naturaleza:

La Hacienda San Antonio se encuentra en el lugar estratégico de la Parroquia Uyumbicho en contacto con la naturaleza. Al estar a 30 kilómetros de la capital, nos sentimos suficientemente lejos, pero muy cerca de todos los servicios que ofrece la gran urbe. Este sitio que algún día fue calificado como las “selvas del Rey”, tiene todavía remanentes de bosque nativo, y éstos se hallan en los linderos de la Hacienda San Antonio. Un lugar fácil de llegar, temperaturas que en las noches descienden a 12 grados centígrados y en el día fluctúan entre los 18 grados hacen placentero el lugar.

Fotografía 5: Toma Aérea Parroquia Uyumbicho



Fuente: Toma Aérea Parroquia Uyumbicho

3.2.2.4. Cultura viva y contacto con comunidades:

El análisis de la cultura y los diferentes intereses marca un hito muy importante para preparar los servicios, con el fin de garantizar y satisfacer las necesidades del usuario. Todavía existen construcciones antiguas que testifican la evolución del pueblo. Visitamos ancianos con vestimenta tradicional (blusas bordadas simulando la flor de papa y anacos), pantalones anchos, sombreros, ponchos y osotas) son frecuentes a pesar de estar en el lindero con la capital. Lo que fue considerado un pueblo guerrero antes de los incas, mantiene intacto su carácter un tanto belicoso. Sin mucha notoriedad, ha logrado sobrevivir al tiempo.

Fotografía 6: Ganadería Parroquia Uyumbicho



Fuente: Cultura Parroquia Uyumbicho

3.2.2.5. Relajo, entretenimiento, fiestas y juventud, entre otros:

En Uyumbicho, el pueblo vecino de San Antonio, celebran varias festividades religiosas y paganas; navidad, carnaval, Semana Santa, Corpus Cristi, día de los difuntos, los priostes son el principal bienhechor de la fiesta, basado en su reputación, prestigio y solvencia económica, se encargará de immortalizar cualquiera de los actos que son concurridos por todo el vecindario, las fiestas son acompañadas con música y comida, alegría y camaradería, acción y pasión durante todos los eventos programados.

El más importante, es el homenaje a San Cristóbal, recordado solemnemente como el patrón del transporte, es acreedor a una gran celebración. La fiesta comienza en junio con un gran desfile en la calle principal del pueblo; comparsas, bandas, colegios escuelas e instituciones culturales engalanan esta marcha hasta el parque central. El festejo se abre con el pregón en donde se elige la reina del pueblo, que acompañará en todos los actos de recordación. Tienen todo un mes los barrios, clubes y organizaciones para repartirse a diario sendos días para la farra, cada uno tiene que superar a su anterior para ganar prestigio y notoriedad, podemos imaginarnos cuánta iniciativa es necesaria para relegar lo vivido día anterior, muchos lo logran.

Como actos culminantes, el último sábado de la celebración, brindan un show musical en el estadio local, con artistas de renombre nacional e internacional, el día siguiente, domingo, todos medio adormecidos, acuden a la misa de San Cristóbal, la bendición de los carros y recuerdos, en el pretil de la iglesia se instala una tarima donde habrá un desfile de artistas que estarán brindando “La serenata a San Cristóbal”, este es lugar indicado para encontrar forasteros, migrantes, amigos y amigos de amigos en un frenético baile, con elocuentes discursos y muestras de amistad y cariño, aquí se anuncia a los “priostes” para el próximo año.

Se desborda la plaza central cuando el toro del crepúsculo ha sido encerrado y los concursantes de la corrida llegan a la plaza a cerrar el día. Todos están hasta que la policía gentilmente les invita a retirarse a sus casas, esto es con las primeras luces de la aurora. Esta fecha es el éxtasis. El nuevo amanecer despierta a todos cansados y con obligaciones laborales, solamente habrá la última corrida en la tarde, que cierra el festejo y abre las puertas a los nuevos personajes, que sin duda se lucirán el año venidero.

Fotografía 7: Cultura Parroquia Uyumbicho



Fuente: Cultura Parroquia Uyumbicho

Fotografía 8: Corrida de toros Parroquia Uyumbicho



Fuente: Cultura Parroquia Uyumbicho

3.3.IMPLEMENTACIÓN

3.3.1. Habilitación de los Recursos Clave

3.3.1.1.Recursos Físicos

La Hacienda San Antonio cuenta con recursos físicos de diferentes tipos que pueden garantizar la calidad del servicio tanto a turistas nacionales como extranjeros.

Tabla 7: Recursos Físicos

TIPO DE RECURSOS	RECURSOS
Inmuebles	<ul style="list-style-type: none">• Oficinas• Galpones• Parqueadero• Taller• Áreas de proceso• Comedor• Sala de capacitación• Vestidores• Baños y duchas• Patios• Bodegas
Maquinaria y equipo de producción	<ul style="list-style-type: none">• Bombas de agua: estacionarias, de mochila• Cortadora de hierba• Motoguadaña• Motosierra• Rastra• Rotavator• Tractores• Guachadoras• Hileradoras• Thiller• Cosechadora de papas• Remolques• Ordeñadora mecánica• Lavadora de vegetales• Cuarto frío• Refrigeradoras• Congeladoras
Herramientas	<ul style="list-style-type: none">• Martillo• Clavos• Desarmador• Tornillo• Serrucho• Aperos agrícolas

	<ul style="list-style-type: none"> • Gavetas
Muebles y equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Estante • Vitrinas • Computadoras • Escritorio • Silla • Engrapadora • Copiadora • Calculadora • Balanzas digitales • Balanzas manuales • Mesas
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • 3 camiones. • 2 bicicletas. • 2 motocicletas. • 2 camionetas.
Materia prima	<ul style="list-style-type: none"> • Sustancias sólidas • Sustancias líquidas • Piezas diversas • Plástico
Materiales auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Aceite • Sustancias y objetos para lavar maquinaria, equipo y materias primas. • Sustancias y objetos para reparar o modificar maquinaria, equipo y materias primas
Materiales de empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Cajas • Bolsas • Gavetas grandes y medianas.
Energía y combustibles	<ul style="list-style-type: none"> • Luz • Gas • Diesel • Gasolina

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Infraestructura

La Hacienda San Antonio, ubicada en un hermoso lugar de la Parroquia de Uyumbicho, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha, cuenta con 12 hectáreas de terreno, su ubicación es considerada estratégica, por cuanto atraviesa de norte a sur, el Eje vial E-35 más conocida

como la autopista Tambillo-Sangolquí en la parte oriental de la hacienda y en la parte occidental atraviesa la calle Isidro Ayora, avenida principal de la localidad.

Los caminos interiores de la hacienda son empedrados, facilitando la movilidad de los productos, en los diferentes medios de transporte como: tractores, camionetas, camiones, autos, motocicletas y animales de carga.

Fotografía 9: Infraestructura Hacienda San Antonio



Fuente: Hacienda "San Antonio"

En cuanto a los servicios básicos, cuenta con un sistema óptimo de energía eléctrica, tanto bifásico como trifásico. El alcantarillado está en uso desde hace aproximadamente 10 años. La telefonía, televisión, cable y el internet son servicios que tienen gran importancia para mantener una comunicación eficiente en la Hacienda San Antonio y la Parroquia Uyumbicho en general. Además de ser requerido por sus visitantes.

Fotografía 10: Área Administrativa Hacienda San Antonio



Fuente: Hacienda “San Antonio”

La Hacienda San Antonio cuenta con una oficina en donde se lleva a cabo las actividades administrativas, aquí se planifica y realiza el seguimiento y control de los diferentes procesos, cuenta con una secretaria y un contador que brinda los servicios de asesoría externa.

Fotografía 11: Área de Capacitación Hacienda San Antonio



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Con el fin de garantizar la ejecución y desarrollo de los diferentes procesos que se manejan en la Hacienda San Antonio, se cuenta con el área de capacitación, de forma permanente se realiza reuniones para el desarrollo de competencias de los colaboradores por medio de charlas y capacitaciones, de la misma manera durante las mañanas antes de la jornada

laborar se reúnen los trabajadores con el coordinador de producción, para dar a conocer las actividades y responsabilidades para la jornada laboral, también se aprovecha el momento para motivar a realizar un trabajo responsable y organizado.

Tecnología

En la hacienda San Antonio, con el fin de mejorar la producción, en los últimos años ha logrado innovar las diferentes áreas a través de la tecnología, a tal punto que todo el proceso productivo se apoya con tractores agrícolas y maquinaria para tareas de labranza, como: el rotavator, las rastras, guachadoras, hileradoras, cosechadoras, arados, máquinas de lavado y limpieza de vegetales también están en su inventario, bombas de succión, de regadío, de presión y de caudal para tiempos de verano y bombas de fumigación son elementos importantes que se utiliza dentro de las actividades agroindustriales.

En la ganadería se cuenta con un equipo de ordeño mecánico, imprescindible en la actualidad por cuanto colabora en la higiene para el procesamiento de los productos lácteos. Son de gran utilidad computadoras y otros elementos tecnológicos como termómetros, dosificadores, medidores de ph, balanzas electrónicas, frigoríficos etc. Siendo la agricultura la principal actividad de la Hacienda San Antonio, ha buscado diferentes medios que permitan garantizar la producción y la entrega de productos a tiempo, a los intermediarios, empresas y consumidores finales, para ejecutar la acción cuenta con medios de transporte idóneos para la actividad.

Fotografía 12: Camión para el transporte de productos agrícolas



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Los tractores son de gran ayuda en las actividades agrícolas y son utilizadas a diario dentro de las 12 hectáreas de extensión de terreno, también es utilizada para transportar los productos al interior de la hacienda.

Fotografía 13: Tractor para los trabajos agrícolas



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Al área de pesaje llegan todos los productos agrícolas que son cosechados, en el mismo se organiza, se clasifica y se distribuyen todos los vegetales según la necesidad del proveedor de acuerdo al peso requerido.

Fotografía 14: Área de pesaje de los productos agrícolas



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Ganadería

En la ganadería se utiliza el pasto, el lugar está dividido en 10 potreros donde acceden los animales cuando la hierba está en su mejor estado alimenticio y proteínico, esto es un 30 % de floración alrededor de cada 40 días.

Fotografía 15: Áreas de ganado vacuno



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Se les alimenta ayudados de una cerca eléctrica para que sea aprovechada mejor y no se pisotee y maltrate el pasto, la misma que se le dosifica en el día, abasteciendo de sal a voluntad y a la hora del ordeño tienen acceso a melaza, el agua lo tienen durante todo el día y están acompañadas por una persona que los monitorea a diario.

Fotografía 16: Potrero cercado para el ganado vacuno



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Agricultura

En la Agricultura, los vegetales, como es la lechuga, crece dentro de invernaderos donde se les nutre con agua que se recicla con su contenido de minerales para alimentar a la planta por un período de 40 días, previamente se encuentra una pilonera para germinar las semillas, en un proceso de dos semanas desde su germinación hasta obtener el tamaño y raíces suficientes para mantenerse dentro del tubo PVC donde crecen con el sistema hidropónico, la técnica es utilizada para mejorar la calidad del producto, minimizando plagas, contaminación, y evitar mano de obra.

Los otros vegetales son sembrados al aire libre cada semana, para el abastecimiento de los clientes, pasarán al suelo luego de sacarlos de la pilonera a las 3 semanas y en tres meses están listos para ser cosechados, a excepción del rábano que se lo hace a los 28 días, siendo éste el término óptimo para la cosecha.

Fotografía 17: Terrenos preparados para el cultivo



Fuente: Hacienda “San Antonio”

La Hacienda San Antonio por contar con amplias extensiones de terreno, que por cierto son muy fértiles, tiene separadas diferentes áreas o secciones para sus plántulas, tales como cilantro, col, cebolla, lechugas, remolacha, zanahorias, e incluso pasto, para el ganado de la hacienda. El trabajo en la tierra se lo hace mediante equipos especializados combinando con trabajadores contratados para actividades menores de labranza.

Fotografía 18: Sembrío de cilantro en crecimiento



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Los cultivos tienen diferentes secciones, especialmente en el trabajo con el sistema hidropónico, donde se esmeran en especial cuidado a cada una de las etapas del proceso, el mismo parte desde una etapa de fecundación de semillas en diferentes gavetas según los productos que se requiere cultivar, el lugar donde están las semillas deben permanecer completamente cerradas para evitar el ingreso de las aves o pájaros, el personal debe utilizar el equipo de protección personal apropiado y la desinfección correspondiente de manos y botas.

Fotografía 19: Sembrío inicial de semillas



Fuente: Hacienda “San Antonio”

En el lugar inicial del proceso de semilla, las plantas permanecen durante un tiempo determinado hasta conseguir que hayan germinado, posteriormente se realiza procesos de trasplantado de las plantas, está en su etapa de crecimiento y fortalecimiento de sus tallos, finalmente son trasplantados al área hidropónica en donde cumplen su proceso final mediante una recirculación del agua con químicos especializados, rotando el agua por medio de una bomba hidráulica.

Fotografía 20: Semillas en crecimiento, sistema hidropónico



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 21: Sistema Hidropónico, sembrío de lechugas



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Una vez que haya concluido con todo el proceso del sistema hidropónico, se realiza la cosecha del producto, para el efecto se traslada gavetas al lugar en donde, de forma organizada se procede a extraer los vegetales de las tuberías PVC, con el fin de clasificar según la calidad del producto, posteriormente son trasladados al área de pesaje para su respectiva clasificación y distribución en donde a través de una balanza se determina el pesaje ideal.

Fotografía 22: Lechugas listas para la cosecha



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 23: Sistema Hidropónico, cosecha de lechugas.



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Materiales

Por las características de la hacienda y las diferentes actividades que se desarrollan cuenta con una gran variedad de materiales que son utilizados a diario, tanto en la agricultura y la ganadería como en los servicios del turismo, entre los materiales se puede mencionar: Sustancias sólidas, sustancias líquidas, piezas diversas, plástico, agua, aceites vegetales, comestibles y combustibles, sustancias químicas y objetos para lavar maquinaria, cajas, bolsas, gavetas, entre otros. Para el manejo eficiente y eficaz de los diferentes insumos, se cuenta con una bodega en donde se almacenan los diferentes productos, además se lleva un registro permanente y cada mes se realiza un inventario de los insumos existentes.

Fotografía 24: Bodega de almacenamiento de productos químicos



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 25: Fichas técnicas vegetales



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Otras actividades

Granja: La hacienda San Antonio también se dedica a la crianza y exhibición de otros animales domésticos tales como: chanchos, ovejas, llamas, caballos, burros, mulas; ubicados en sendos corrales donde los turistas podrán observar y alimentar a los animales de su predilección, de la misma manera se puede apreciar animales menores como: cuyes, conejos, gallinas; aquí tienen acceso los turistas, para observar las diferentes variedades de animales domésticos e incluso podrán alimentarlos y si es de su agrado comprarlos.

Fotografía 26: Área de ordeño del ganado vacuno



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Hospedaje:

La Hacienda San Antonio cuenta con una Villa o Quinta denominada San Cuco, en donde se encuentra una cabaña amplia construida con materiales típicos de la zona, en madera, carrizo, piedra y ladrillo visto, con terminados de barniz que le dan un brillo espectacular. La cabaña tiene cinco habitaciones y un amplio balcón con hamacas, sillas perezosas y ventanales grandes que facilitan la observación de pájaros y la vegetación del entorno por las mañanas. Todas las cabañas tienen baño privado, con agua caliente y amplios espacios interiores contruidos de manera singular con piedra tallada, e incluyen shampoo y jabón, todas las instalaciones se encuentran para el servicio de los turistas que decidan pernoctar en el lugar, de la misma manera ofrece espacios para acampar, ya que cuenta con amplios espacios verdes o

jardines al aire libre. El área de Hospedaje tiene características excepcionales en donde los turistas tienen la oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza en un ambiente de tranquilidad disfrutando de las melodías y sonidos propios de la naturaleza que le brindan una experiencia única e incomparable, por cuanto la Hacienda San Antonio brinda todas las bondades al servicio de los turistas nacionales y extranjeros.

Fotografía 27: Área de Hospedaje Quinta San Cuco



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 28: Vista frontal área de hospedaje



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 29: Mirador Área de Hospedaje Quinta San Cuco



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 30: Habitaciones confortables Quinta San Cuco



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 31: Baños confortables Quinta San Cuco



Fuente: Hacienda “San Antonio”

Fotografía 32: Bañeras exclusivas Quinta San Cuco



Fuente: Hacienda “San Antonio”

3.3.1.2. Recursos Humanos

Dentro de las organizaciones, los recursos humanos son de vital importancia, para el desarrollo sustentable y sostenible, por tal motivo es imprescindible generar programas de capacitación y desarrollo de competencias del personal.

Tabla 8: Recursos Humanos

PROCESO	PERSONAL
ADMINISTRATIVO	<ul style="list-style-type: none">• 1 contador• 1 secretaria• 1 administrador• 2 guías de turismo• Personal de hospedaje
OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none">• 2 jardineros• 1 bodeguero• 1 servicios generales• 2 conductores• 14 agricultores

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

En cuanto al talento humano, la hacienda San Antonio cuenta con 25 trabajadores, se pretende aumentar un 40% más en mano de obra para las actividades que se piensa incrementar. La principal política es utilizar mano de obra del mismo pueblo por cuanto genera los siguientes beneficios:

- Cercanía de la población: por cuanto se encuentra colindando con los terrenos a trabajar y es de fácil acceso para cualquier persona.
- Movilidad: Los trabajadores no tienen la necesidad de quemar combustibles fósiles para su movilidad, pueden hacerlo a pie, en bicicleta o a caballo.
- Ayuda a la población: Al no haber muchas fuentes de trabajo cercanas, los interesados pueden optar por una plaza sin tener que viajar a las grandes urbes.
- Economía: Al ser el traslado que emplea un máximo de cinco minutos, no tienen que gastar en el pago de un pasaje.
- Tiempo: El tiempo de movilización a otro lugar de trabajo desde el pueblo de Uyumbicho, implica al menos de 15 minutos, el mismo que pudiera ser de una hora y media si tuvieran que trasladarse a Quito. Lo que sumaría un total de tres horas de viaje al día en el asiento de un transporte, tiempo que se lo utilizará en otros menesteres.

- Beneficio familiar: La jornada laboral concluye a las 4 de la tarde, lo cual les permite llegar a su casa máximo a las 4:15 pm, tiempo que será utilizado en labores domésticas y familiares junto con los seres queridos.
- Salud: Las labores se lo realizan en el campo, ajenos a la contaminación vehicular que implica el trabajar en los grandes centros poblados.
- Ayuda social: Se viene trabajando con la mira puesta más en que las plazas sean ocupadas por madres solteras, amas de hogar, divorciadas, quienes en realidad necesitan de un ingreso para sostener a la familia. Los minusválidos también están dentro de la lista de aceptación, los mismos que han demostrados ser constantes, responsables y a la vez están agradecidos de ser tomados en cuenta.

3.3.1.3. Recursos Financieros

Dentro las organizaciones públicas o privadas, los recursos financieros “son los mecanismos de manejo de capital que requiere la empresa” (Montalvan, 1999) y son de vital importancia dentro de la organización por cuanto permite controlar los flujos de entradas o salidas de efectivo y deben estar correctamente controladas por el presupuesto

Tabla 9: Recursos Financieros

Requerimiento	Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	TOTAL
Personal	20 trabajadores	9000	9000	9000	9000	9000	9000	54000
	1 contador	800	800	800	800	800	800	4800
	2 vendedores	1200	1200	1200	1200	1200	1200	7200
	1 secretaria	600	600	600	600	600	600	3600
	1 administrador	800	800	800	800	800	800	4800
Equipamiento	2 computadoras	1500						1500
	Sillas, mesas, otros	1200						1200
	Equipos de Seguridad	6000						6000
	EPP	1500						1500
	Equipo Agrícola	20000						20000
	Equipo Ganadero	10000						10000
	Muebles del hogar	6000						6000
Infraestructura	Mantenimiento	2000	2000	2000	2000	2000	2000	12000
	Servicios básicos	400	400	400	400	400	400	2400
TOTAL		61000	14800	14800	14800	14800	14800	135000

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Dentro de la parte financiera también es importante destacar que la Hacienda San Antonio tiene 25 vacas de leche que producen alrededor de 300 litros diarios en las seis hectáreas de pastos. Los restantes 6 ha. están destinadas a la producción de hortalizas que se lo realiza semanalmente en las siguientes cantidades: lechuga hidropónica 1200 kg.; Col 5000 kg.; Cilantro 600 kg.; Acelga 50 kg.; Cebollín, 20kg.; Cebolla perla 100 kg.; Apio 400 kg. Perejil 300 kg.; Rábano, 300 kg.; Zanahoria 200 kg.; Remolacha 300 kg. La producción agrícola produce una utilidad que le permite invertir para optimizar, aumentar, agregar y crecer en otros campos que proyectan un buen retorno de capital con la finalidad de hacerlo más rentable.

Fotografía 33: Cultivos de col



Fuente: Hacienda “San Antonio”

El financiamiento bancario es bienvenido únicamente en caso de emergencias por cuanto las tasas del 16-17 % exigido es muy elevado lo que implicaría destinarle el 0,9% a la entidad bancaria, lo mismo sucede con las Cooperativas que tienen una mejor tasa de interés, pero hablando del 13-14 % todavía se le considera alta, sin embargo es importante mencionar que la CFN ofrece créditos entre el 7-8%, el cual es un opción más aceptable y se puede acceder. En el extranjero los préstamos no superan el 4%, de interés, pero acceder a ser sujetos de crédito de aquellas instancias es muy restringida por las exigencias, por lo tanto, es difícil acceder a las entidades financieras del extranjero.

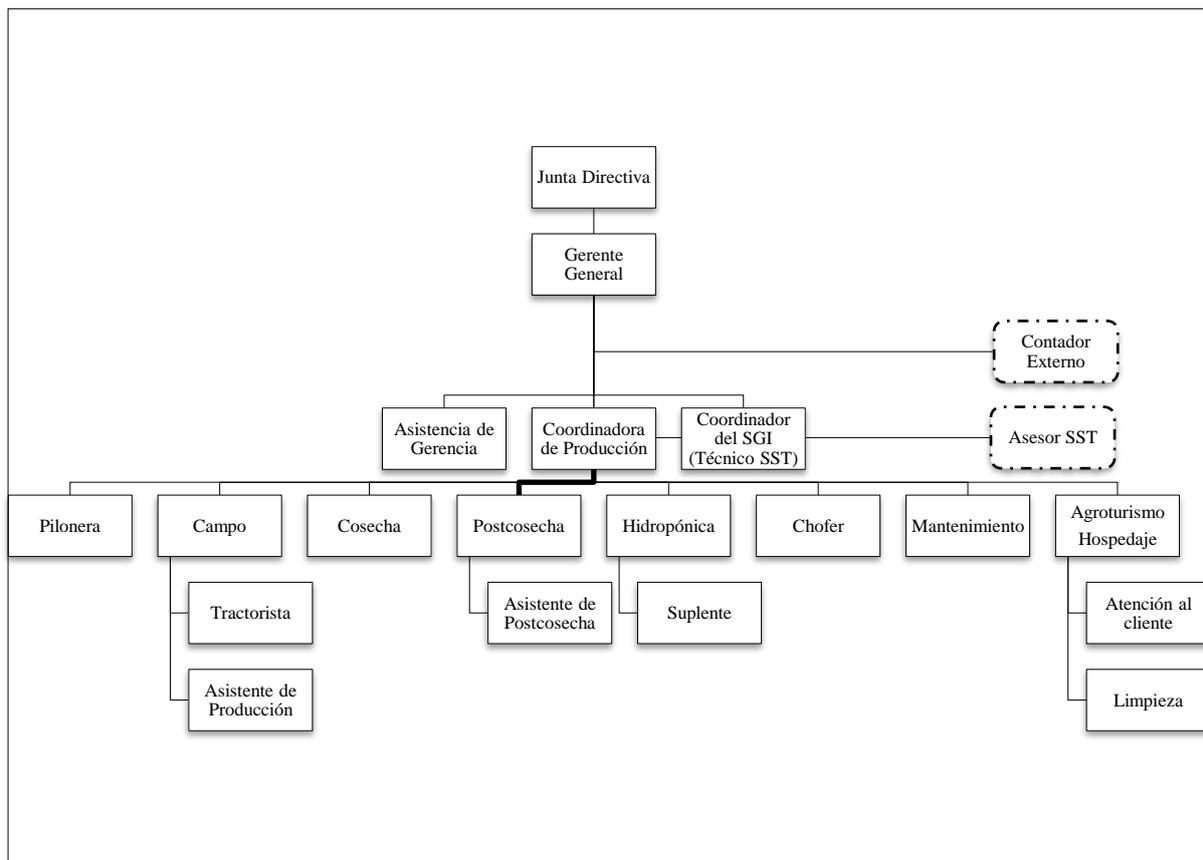
3.3.2. Estructura Organizacional

Con el fin de mantener organizado los diferentes procesos que se manejan en la Hacienda San Antonio, se cuenta con un organigrama en donde cada colaborador es conocedor de las funciones a su cargo, de esta manera se contribuye al desarrollo sostenible de la organización.

3.3.2.1. Organigrama de la Hacienda San Antonio

La Hacienda San Antonio cuenta con un organigrama que presenta las siguientes características: Por su forma de distribución, es vertical y por la forma de presentar la estructura, es general. Vertical: Por cuanto presenta las unidades ramificadas de arriba hacia abajo a partir del titular en la parte superior y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. General: Por cuanto muestra la organización completa, dando a primera vista un panorama de todas las relaciones entre las divisiones y Departamentos o entre los cargos, según su naturaleza.

Gráfico 6: Organigrama de la Hacienda San Antonio



Elaborado por: Rómulo Cárdenas

a) Descriptivos de Cargo

La identificación de los cargos y las funciones que realiza cada colaborador de la Hacienda San Antonio, se encuentra en el Descriptivo de los puestos, para el efecto se realiza un proceso de levantamiento de información visitando cada uno de los puestos de trabajo con el fin de identificar las actividades de los trabajadores, mismo que dará forma al Manual de Descriptivo de Puestos coadyuvando a la actualización y aplicación del Organigrama Estructural, a continuación se presenta un ejemplo del descriptivo de cargo.

3.3.2.2.Misión

Somos una empresa líder en la producción de vegetales y un ejemplo en manejo de especies domésticas para el turismo, dando un uso adecuado de los recursos naturales para satisfacer a nuestros visitantes nacionales y extranjeros de todas las edades.

3.3.2.3.Visión

La Hacienda San Antonio en el 2022 será reconocida en el mercado, como una empresa competente, liderando la producción agroturística para el servicio de visitantes nacionales e internacionales, acompañado de una línea de calidad y velando siempre por la sostenibilidad, manejo amigable con el medio ambiente e interesados en el bienestar y supervivencia de todos sus empleados y comunidad circundante.

3.3.2.4.Valores

1. Respeto a la dignidad humana y al medio ambiente.
2. Honestidad
3. Responsabilidad
4. Transparencia en las acciones
5. Innovación
6. Solidaridad
7. Equidad
8. Responsabilidad social
9. Compromiso
10. Trabajo en equipo

3.3.2.5.Servicios

La Hacienda San Antonio, por contar con amplios espacios en las diferentes áreas, tiene la facilidad para ofrecer un sinnúmero de servicios que contribuirán con el desarrollo del agroturismo en el sector. Los servicios que ofrece son los siguientes:

1. **Senderos ecológicos:** La Hacienda San Antonio ofrece en su interior, senderos ecológicos por donde se puede transportar a caballo o simplemente a pie, conociendo las extensiones de terrenos, sembríos de diferentes productos como agrícolas, establos de ganado vacuno, caballar, los senderos son empedrados al estilo tradicional. En verano es recomendable que durante las visitas se utilice zapatos deportivos, pero en invierno es mucho más comfortable un par de botas de caucho, que se les provee.
2. **Visitas a las plantaciones del sistema hidropónico de cultivo:** Los servicios son variados, en este caso, para quienes buscan otras opciones de entretenimiento, pueden optar por la visita a la planta del sistema hidropónico de cultivo, en donde tendrán un guía turístico con amplios conocimientos en el tema, para explicar acerca del sistema de cultivo, las diferentes técnicas aplicadas y los beneficios a la salud de las personas.
3. **Paseos a caballos en las instalaciones:** La diversión y los atractivos están determinados para todos los gustos y para los diferentes extractos de la sociedad, por cuanto ofrece una variedad de actividades, que contribuyen con al entretenimiento, en este caso el paseo a caballo por los senderos de la hacienda.
4. **Paseo en tractor:** Las personas que buscan diversión y aventura pueden optar por el paseo a tractor para conocer las diferentes parcelas y cultivos de col, maíz, cilantro, frutilla, zanahoria e incluso las granjas de animales y el establo del ganado vacuno, el paseo se lo realiza por el sendero empedrado de la Hacienda.
5. **Paseos de cosecha:** Si opta una visita más sedentaria y tranquila o simplemente tiene el gusto por el cultivo y la cosecha, puede tomar la opción para cosechar los productos de primera necesidad que produce la hacienda, para el mismo en la sección de almacenamiento se les provee de un canasto para que visiten los huertos y cosechen los productos agrícolas según sus necesidades y de esta manera adquieran o compren los para sus hogares.

6. **Siembra de productos:** Los visitantes o turistas tienen la opción de escoger la siembra de productos, para el mismo, el respectivo guía le facilitará de los implementos o herramientas necesarios para labrar la tierra, además de una persona encargada de la siembra y cosecha de productos, quien guiará y explicará la forma de sembrar.
7. **Visitas a la granja:** La granja es un lugar muy visitado y escogido por los turistas, cuenta con un espacio exclusivo para la crianza de aves de corral, cuyes, conejos, ganado vacuno, caballos y los turistas pueden observar e incluso comprar pequeñas porciones de alimento como: zanahoria, pasto, verde, entre otros, para darles de comer a los animales, toda la actividad es realizada en compañía de un guía.
8. **Visita a la Quinta San Cuco:** Si los turistas desean hospedarse y permanecer por más tiempo disfrutando de la riqueza natural y una gran variedad de opciones, la Hacienda San Antonio cuenta con un espacio exclusivo, diseñado con todas las comodidades para brindar tranquilidad y descanso al turista, el sitio es la “Quinta San Cuco” espacio que se encuentra dentro del cronograma de visita, para disfrutar y apreciar la vegetación, las flores, los pájaros y las instalaciones diseñadas con un estilo tradicional y moderno.

3.3.2.6. Capacitación

El personal que labora en la Hacienda San Antonio está en continuo aprendizaje, para ampliar sus conocimientos, habilidades y aptitudes. El conjunto de actividades didácticas les permite desempeñarse con mayor eficiencia en los actuales puestos de trabajo y garantizar su efectividad los futuros cargos que pueden ser designados y mejor adaptabilidad frente a las exigencias del entorno en el que se desarrolla su actividad.

Las experiencias adquiridas por los participantes permiten transformar los conocimientos en posibles aplicaciones prácticas, para ello el plan de capacitación consiste en:

1. **Planificar una estrategia:** Con el fin de garantizar y fortalecer los servicios, todas las acciones están enfocadas a desarrollar un producto único y de calidad, en donde se respeta y se valora la importancia que tiene el turista para el desarrollo sostenible y sustentable del producto agroturístico en la hacienda San Antonio, tomando en cuenta las necesidades tanto del cliente interno como del cliente externo.

2. **Definición de objetivos:** Con el fin de garantizar el desarrollo sostenible y sustentable del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, todas las actividades están enfocadas a:
- Desarrollar hábitos de prevención, para evitar los accidentes de trabajo por medio de la implementación de un Sistema de Salud y Seguridad Ocupacional, en donde se establecerán diferentes procedimientos, instructivos y protocolos que permitan realizar un trabajo seguro, para garantizar la estabilidad emocional de los empleados de la Hacienda San Antonio, contribuyendo a desarrollar un mejor ambiente de trabajo, seguro y agradable; de esta manera garantizar su eficiencia y productividad.
 - Desarrollar la toma de conciencia en el personal sobre el ahorro de materia prima mediante la optimización de recursos y de esta manera minimizar la devolución de productos.
 - Realizar un trabajo responsable, honesto y eficiente tomando en consideración las normas de manejo de producto y atención al cliente para garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrece la Hacienda San Antonio y de esta manera mantenerse entre los mejores frente a la competencia.
 - Tomar en consideración todos los detalles para dar un cuidado exclusivo a los animales en su alimentación, limpieza y manejo, tomando en consideración que son los principales atractivos de los turistas que acuden a la Hacienda San Antonio.
 - Establecer y difundir la política de Salud Seguridad Ocupacional y Medio Ambiente con el fin de garantizar el cuidado y protección del entorno natural y satisfacer las necesidades del cliente al ciento por ciento.
3. **Elaborar un presupuesto:** Revisión y control de todos los costos y gastos de los diferentes procesos que se encuentran presentes en la ejecución de las actividades por medio de auditorías internas y procesos que permitan determinar los cuellos de botella, que a su vez influyen en el producto final, con el fin de garantizar el desarrollo sustentable y sostenible de la Hacienda San Antonio.
4. **Definición de las áreas para desarrollar competencias:** Mediante una planificación previa y permanente, definir talleres y cursos relacionados a la agricultura, ganadería y

la cría de animales menores, manejo de enfermedades, tratamientos, prevenciones, desinfecciones, disposición de desechos, con el fin de mantener actualizado los conocimientos frente a las necesidades de la Hacienda San Antonio.

5. **Espacio físico:** Definición del espacio físico para el desarrollo de los talleres, charlas y capacitaciones, dotando de un lugar idóneo donde no haya distracciones para los asistentes, con materiales y tecnología que permita la asimilación de los nuevos conocimientos.
6. **Cronograma:** Determinar el cronograma y el tiempo para la ejecución de las charlas o capacitaciones, los mismos deben hacerlo en horas convenientes para la empresa y los trabajadores, con el fin de no afectar a la productividad. Los gastos económicos estarán a cargo de la Hacienda San Antonio.
7. **Participantes:** Para el desarrollo de los talleres, charlas o capacitaciones debe asistir todo el personal, sin embargo, tomando en consideración la naturaleza del trabajo que realiza la Hacienda San Antonio, se realizará una selección o grupos de colaboradores para que participen en las charlas.
8. **Capacitadores:** Se buscará los capacitadores idóneos, expertos en el tema según las necesidades, que lleguen al grupo, con autoridad, presencia y conocimientos, capaces de influir positivamente en los colaboradores.
9. **Evaluación:** En todo proceso de capacitación, al final de cada jornada se realiza una evaluación con el fin de identificar la efectividad del proceso, la evaluación se enfocará en los siguiente:
 - A. ¿Cómo fue la aceptación y reacción del personal con el proceso y el contenido?
 - B. ¿La capacitación le ayudó a incrementar sus conocimientos, habilidades y destrezas?
10. ¿Cómo actuaron durante y después de la capacitación procesos de capacitación por medio de preguntas, tales como: ¿Qué le gustó? ¿Qué le faltó? ¿Qué hubiese querido? ¿Qué viene después?

3.3.3. Comercialización del Producto

La comercialización de un producto está formada por varios servicios a un precio determinado para su explotación comercial, para lanzar al mercado se debe tener en cuenta diferentes variables que pueden depender el éxito o el fracaso del producto, tales como: comprensión del producto en el mercado, precios, costes de comercialización, consumidores o clientes, los cuales hacen que la comercialización del producto tenga éxito.

Con una reservación anticipada, está asegurada la estadía, el pago es anticipado 25 USD la noche por persona. Las 20 visitas que se puede albergar, escoge entre: El que se les provea comida y desayuno 30 USD por persona diarios; o, Si prefieren la segunda opción, permite a los visitantes de San Cuco, llevar sus alimentos y los prepare, San Cuco les facilita cocina, refrigeradora y demás utensilios necesarios para la preparación de comidas, (batidora, horno, licuadora, cafeteras, vajilla etc.), por el servicio hay un recargo de 5 us por persona en caso de ser pretendido. La leña para la chimenea está al alcance o calefactores eléctricos, duchas de agua caliente, terraza, música, wifi, no cuenta con televisión, el forastero está más interesado en disfrutar del lugar que en sentarse a ver tv. Es una costumbre que, a nuestros huéspedes por más de dos días, se los sirva el desayuno en las cascadas del río Pita, coincidiendo un tour a visitar el área del Parque Nacional Cotopaxi, mercado de Machachi, el Pedregal, Limpiopungo, o acorde a la petición del viajero. Todo el año, San Cuco está prestando sus servicios, es mejor asegurar la estadía con tiempo para no tener sorpresas.

Al finalizar la estadía de los visitantes o turistas se realizará un proceso de satisfacción del cliente por medio de un buzón de sugerencias para identificar las necesidades e inquietudes sobre los servicios que brinda la Hacienda San Antonio, de la misma manera, se aplicará el buzón de sugerencias con el personal que labora en la Hacienda.

Preguntas para el cliente Interno:

- A. ¿Cómo se siente usted en la empresa?
- B. ¿Qué necesita usted de la empresa?
- C. ¿Cuál es la actitud de los compañeros, con los superiores, con sus actividades después de una capacitación?

Tabla 10: Costos

SERVICIOS	COSTOS
Hospedaje individual un día una noche	25,00
Hospedaje individual diario (incluye alimentación)	30,00
Paseo a caballo, durante el día, visita a la Reserva Ecológica Pasochoa	25,00
Paseo a caballo, en los senderos de la hacienda 1 hora	10,00
Paseo a tractor 15 minutos	1,00
Visita Planta Hidropónica	3,00
Visita granja de animales	3,00
Cosecha de productos vegetales, incluye canasto	10,00
Visita planta de ordeño	3,00

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

3.3.3.1.Promoción del producto

En todo ámbito productivo y comercialización, la promoción de un producto es de vital importancia para garantizar el desarrollo sustentable y sostenible, en este caso para promocionar el producto agroturístico en la Hacienda San Antonio se tomarán en cuenta lo siguiente:

1. Elaborar un tríptico promocional, en donde se encuentre todos los servicios que ofrece el Producto Agroturístico de la Hacienda San Antonio.
2. Elaborar un spot publicitario corto por medio de videos con fotografías de los servicios que ofrece el Producto Agroturístico de la Hacienda San Antonio.
3. Elaborar afiches publicitarios, volantes con información de las actividades y servicios del Producto Agroturístico de la Hacienda San Antonio
4. Elaborar un mapa de ruta agroturística con imágenes dando a conocer el lugar de forma precisa y las actividades y servicios que ofrece la Hacienda San Antonio.
5. Capacitar al personal en atención al cliente y el conocimiento de productos que ofrece la Hacienda San Antonio.
6. Realizar promociones y ofertas con los productos según la temporada.
7. Participación en ferias de turismo donde se puedan hacer vínculos de tal forma que se alcance a promocionar el lugar y la actividad Agroturística.
8. Tomando en consideración que la Hacienda San Antonio que se encuentra ubicada en un sitio estratégico de la Parroquia Uyumbicho, realizará las promociones los productos agroturísticos a través de las redes sociales como: Facebook, WhatsApp, Messenger, entre otros, que se encuentran al alcance de todos y llevan las novedades interesantes alrededor del mundo en instantes.

Fotografía 34: Parroquia Uyumbicho



Elaborado por: Rómulo Cárdenas

La Hacienda San Antonio presenta diferentes atractivos agroturísticos que garantiza la satisfacción del cliente durante su visita, entre las principales actividades se encuentran:

1. Visita a la granja
2. Paseo a caballo
3. Visita a la planta hidropónica
4. Paseo a tractor por los senderos
5. Compra de productos
6. Práctica de cultivos
7. Visita al ganado vacuno
8. Visita a la sección de ordeño.
9. Visita por la Quinta San Cuco, sitio de hospedaje.
10. Caminata por los senderos.

Paseo Agroturístico

Una vez que haya llegado el turista a la Hacienda San Antonio, se cumple con el siguiente cronograma de actividades que se detallan según el Gráfico 7 de Paseo Agroturístico.

1. Brindis de bienvenida a los turistas en el área de llegada (6),
2. Dependiendo del interés de los visitantes, se comienza el recorrido dirigiéndose a donde están las semillas recién plantadas, al lugar le llamamos pilonera (3) porque luego de tres semanas las semillas estarán adheridas con sus raíces a un sustrato especial y formarán un pilón, que será puesto luego en la tierra o hidroponía para su crecimiento.

3. Continuamos al área 5 donde visualizarán los visitantes, la forma de empacar los productos (5), lavado y desinfección. Aquí también podrán adquirir nuestros productos agropecuarios.
4. Continuamos hacia el área de cultivo (10), donde en consideración con el personal de servicios de la hacienda, se los involucra a los turistas o visitantes, en la siembra, cosecha, o deshierba de los vegetales.
5. Posteriormente nos encaminamos hacia el área de ordeño (8) para conocer entender y practicar el proceso de ordeño.
6. Se visita el área de pastizales (7) donde están pastando las vacas productoras de leche.
7. Finalmente, se concluye el recorrido con la visita a la finca San Cuco (9), lugar donde algunos de los visitantes tienen acceso a hospedaje y alimentación, previa reservación.

Gráfico 7: Paseo Agroturístico Hacienda San Antonio



Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Gráfico 8: Logo y slogan Hacienda San Antonio



Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Gráfico 9: Tríptico Quinta “San Cuco”

FINCA SAN CUCO
PARAISO ESCONDIDO

HACIENDA SAN ANTONIO
AGROTURISTICO

WWW.FINCASANCUCO.COM

TECNOLOGÍA
En la hacienda San Antonio, con el fin de mejorar la producción, en los últimos años ha logrado innovar las diferentes áreas a través de la tecnología, a tal punto que todo el proceso productivo se apoya con tractores agrícolas y maquinaria para tareas de labranza.

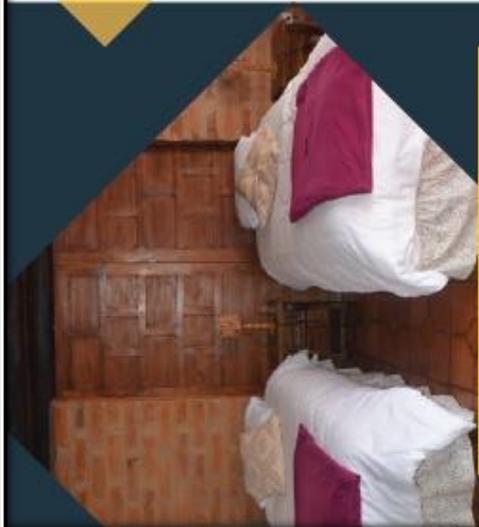
GANADERÍA
En la ganadería se utiliza el pasto, el lugar está dividido en 10 potreros donde acceden los animales cuando la hierba está en su mejor estado alimenticio y proteínico, esto es un 30 % de floración alrededor de cada 40 días. Se les alimenta ayudados de una cerca eléctrica para que sea aprovechada mejor y no se pisotee y maltrate el pasto.

AGRICULTURA
En la Agricultura, se practica el sistema de cultivo hidropónico en donde los vegetales, como es la lechuga, crece dentro de invernaderos nutriéndose con agua que se recicla con su contenido de minerales para alimentar a la planta por un período de 40 días.

INFRAESTRUCTURA
La Hacienda San Antonio cuenta con 12 hectáreas de terreno, se encuentra ubicada estratégicamente, por cuanto atraviesa de norte a sur por el Eje vial E-35 más conocida como la autopista Tambillo-Sangolquí y también en la parte oriental de la hacienda y en la parte occidental atraviesa la calle Isidro Ayora. PARROQUIA DE UYUMBICHU.

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

Gráfico 10: Tríptico Quinta “San Cuco”



HOSPEDAJE

La Hacienda San Antonio cuenta con una villa o Quinta denominada San Cuco, en donde se encuentra una cabaña amplia construida con materiales típicos de la zona, en madera, carrizo, piedra y ladrillo visto, con terminados de barniz que le dan un brillo espectacular.

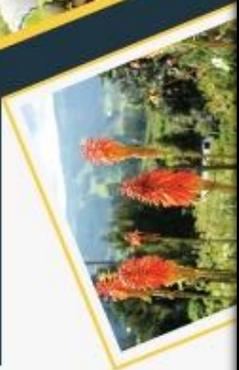
GRANJA



La hacienda San Antonio también se dedica a la crianza y exhibición de otros animales domésticos tales como: chanchos, ovejas, llamas, caballos, burros, mulas; ubicados en sendos corrales, donde los turistas podrán observar y alimentar a los animales de su predilección, de la misma manera se puede apreciar animales menores como: cuyes, conejos, gallinas; a donde tienen acceso los turistas, para observar las diferentes variedades de animales domésticos e incluso podrán alimentarlos si es de su agrado comprarlos.

AGRICULTURA





ACTIVIDADES FINCA SAN CUCO

- ◆ Senderos ecológicos por el interior de la hacienda, los caminos son empedrados.
- ◆ Visitas a las plantaciones del sistema hidropónico de cultivo.
- ◆ Paseos a caballos en las instalaciones
- ◆ Paseo en tractor
- ◆ Paseos de cosecha en donde se les provee de un canasto para que cosechen según sus necesidades y compren los productos para sus hogares.
- ◆ Alternativas para sembrar o simplemente caminar informándose de las actividades que realiza la Hacienda San Antonio.
- ◆ Visitas a la granja para observar aves de corral, cuyes, conejos, ganado vacuno, caballos.
- ◆ Visita a la Quinta San Cuco y disfrutar de la vegetación, flores, pájaros, entre otros atractivos que tienen las instalaciones



PARROQUIA UYUMBICHO
de norte a sur por el Eje vial E-36 más conocida como la autopista "Terni"-
to-Sangait





En verano es recomendable que durante las vistas se utilice zapatos deportivos, pero en invierno es mucho más confortable un par de botas de caucho, que se les provee.

Elaborado por: Rómulo Cárdenas

3.3.3.2.Ventas

Para fijar el precio de los productos a ofrecer se tomará en cuenta los costos y gastos que surjan de la operación del proyecto. Igualmente se tomará en cuenta los precios fijados por la competencia de manera que compita éticamente, mismo que generen utilidad razonable sin sacar provecho de los visitantes. Los precios reflejarán la calidad de los servicios y actividades que se oferten. En este aspecto se realizará descuentos especialmente para grupos de visitantes que superen las 10 persona.

Sin embargo, es importante mencionar que los principales clientes con quienes se ha establecido alianzas estratégicas son: La cadena INT FOOD SERVICES.CORP, especialistas en comidas rápidas entre ellos: KFC, Menestras del Negro, Pollos Gus, El español, Tropi Burger, American Deli, Cajún; el Grupo Sigma (Juris, Don Diego). Las cadenas están siempre buscando la excelencia y por esto sus parámetros de calidad son elevados. Conocedores de esta calidad, ofreceremos nuestros productos al servicio de todos los visitantes.

3.3.3.3.Atención al Cliente

La hacienda San Antonio considera que el cliente es un ser humano y requiere todas las consideraciones para que se sienta a gusto en el lugar que eligió, para esto se considera:

1. Ponernos en la posición del cliente y de sus necesidades.
2. Durante su atención, usar un tono de voz delicado, suave y educado.
3. Respetar su tiempo, brindar una atención eficiente.
4. Utilizar una comunicación coherente y amable.
5. Transmitir una actitud positiva y alegre.
6. Mantener la profesionalidad manejando los estados de ánimo del cliente
7. Actuar con diligencia, pensar que la gente viene con una idea en mente y no defraudarles en sus expectativas.
8. Demostrar una buena actitud de servicio.
9. Demostrar conocimientos actualizados de agroturismo.
10. Ofrecer al cliente las herramientas necesarias para la comprensión, análisis y discusión sobre un tema que puede estar interesado.
11. Hacer un trabajo eficiente, sencillo basado siempre en el conocimiento y la tecnología
12. Pensar que el cliente es lo más importante en nuestro negocio.

Conclusiones

1. Mediante la utilización de diferentes fuentes de información se desarrolló el marco teórico, para el diseño del Producto Agroturístico en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito, donde se pudo determinar que el Agroturismo hace mención a las diferentes actividades económicas relacionadas con los campos agrícolas, ganadero, con el fin de contribuir con el desarrollo sostenible y sustentable.
2. Existen diferentes tipos de metodologías de varios autores que garantizan la implementación de productos agroturísticos, en este caso para la implementación en la Hacienda San Antonio, se aplicó el Modelo Agroturístico que parte del diagnóstico, posteriormente el diseño conceptual, finalmente la implementación en sí, los mismos, según los autores garantizan el servicio y satisfacen las necesidades del cliente.
3. Al aplicar la metodología analizada en la implementación y desarrollo del Agroturismo en la Hacienda San Antonio, Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito, se pudo identificar la realidad del lugar, las necesidades y la forma como se ha venido trabajando hasta la actualidad, determinando que el principal cuello de botella ha sido la parte administrativa, por la ausencia de procesos que impiden el manejo correcto de los diferentes procesos, tanto administrativos, financieros como de talento humano y la organización de las actividades agroturísticas, el mantenimiento de infraestructura y la promoción del producto.

Recomendaciones

1. Es importante que la Hacienda San Antonio de la Parroquia Uyumbicho, Cantón Quito, conserve como fuente científica el diseño del Producto Agroturístico por cuanto es un respaldo científico en donde puede sustentarse para el manejo y control de los diferentes procesos que se manejan dentro de la hacienda, de la misma manera, servirá de ayuda para todos los colaboradores, de esta manera garantizará que los procesos se manejen bajo un esquema de conocimiento de todos los involucrados.
2. Las diferentes metodologías que se pueden encontrar dentro del campo agroturístico y que han sido utilizadas por diferentes autores y Ministerios de varios países como

Ecuador, Perú, Chile, ofrecen esquemas amigables que pueden ser aplicados, desde luego que debe realizar un análisis previo para posteriormente implementar tomando en cuenta la realidad de un determinado sector.

3. Es importante que la Hacienda San Antonio utilice el presente Proyecto Agroturístico como un esquema o guía conceptual para organizar y aterrizar la implementación a procesos reales con la participación de la parte Directiva y Operativa de la Hacienda, ya que se considera al estudio, como un proyecto 100% práctico, en donde se pone principal énfasis en la parte administrativa y de promoción, su ejecución oportuna garantizará el desarrollo sustentable y sostenible de la Hacienda San Antonio.

Referencias Bibliográficas

- Abreu , J. L. (2012). Hipótesis, Método y diseño de Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 191.
- Anta, M. d. (2002). *Dirección de marketing, conceptos esenciales*. México: Pearson.
- Ballina, F. d. (2017). *Marketing turístico aplicado*. Madrid: ESIC.
- Barrera Constanza, & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado. *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO*, 52.
- Barrera, E. (2006). Turismo rural: Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. *Turismo Rural*, 12.
- Belio, J., & Sainz, A. (2007). *Conozca el nuevo marketing, el valor de la información*. España: Especial Directivos.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Blanco , A., Pano, E., Sarai, M., & Hernández, F. (2012). NUEVO POTENCIAL TURÍSTICO DEL TURISMO ALTERNATIVO. *TURyDES*, 3.
- Blanco , M., & Riveros, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la. *Estudios Agrarios*, 118.
- Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Perú: Prodar.
- Borja, L. d., Casanovas, J., & Bosch, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: ESIC.
- Boullon, R. (04 de junio de 2004). *Sistema Turístico según Roberto Boullon*. Obtenido de Sistema Turístico: <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>
- Boullón, R. (2008). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Cabascos, N. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos*. España: Ideas Propias.

- Chiriboga, P. (24 de febrero de 2019). Historia de la Hacienda San Antonio. (R. Cardenas, Entrevistador)
- Crosby, A., & Moreda, A. (1994). *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales*. Madrid: CEFAT.
- Ecured. (16 de noviembre de 2018). *Ecured*. Obtenido de Ganadería: <https://www.ecured.cu/Ganader%C3%ADa>
- Fernández, V. (2006). *Diseño del producto turístico, un enfoque y una propuesta metodológica*. Bogotá.
- Garrido, J. (2018). *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Gómez, A., Rodríguez, L., & Acosta, Y. (2012). El agroturismo como opción de diversificación. *Multiciencias*, 332.
- Gómez, B., & López, P. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- González, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Logroño: Tutor Formación.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Maxestudio.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing, conceptos esenciales*. Mexico: Pearson.
- Márquez, C. (16 de noviembre de 2016). El agroturismo es la nueva apuesta de la comunidad. *El Comercio*, pág. 1.
- Mintur. (11 de septiembre de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Mintur socializa con los GAD del país, el proyecto “Pueblos Mágicos”: <https://www.turismo.gob.ec/mintur-socializa-con-los-gad-del-pais-el-proyecto-pueblos-magicos/>
- Montalvan, C. (1999). *Los Recursos Humanos para la pequeña y mediana Industria*. Santa Fe: Universidad Iberoamericana.
- Myers, M. (s/f). Ganadería y cría de animales. *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo*, 701.

- Ojeda, C., & Mármol, P. (2012). *Marketing turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Orellana, N., Holguín, B., & Yance, G. (2016). AGROTURISMO Y DESARROLLO RURAL: SITUACIÓN ACTUAL Y POTENCIAL. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 3.
- Ortiz, P. (agosto de 29 de 2018). La Ganadería. *La Hora*, págs. 1, 2.
- Peña, M. (2010). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente*. España: Universidad de Almería.
- Productor, E. (11 de mayo de 2018). *El Productor*. Obtenido de El agroturismo una de las estrategias para atraer visitantes a los destinos del Ecuador: <http://elproductor.com/noticias/el-agroturismo-una-de-las-estrategias-para-atraer-visitantes-a-los-destinos-del-ecuador/>
- Publicaciones vértice. (2007). *Marketing turístico*. España: Vértice.
- Ressle, A. (2008). *Un análisis de la demanda alemana en el turismo rural del interior de la Costa Blanca*. Costa blanca: Diplom.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural*. Lima: Prodar.
- Salvador, González, Sunyer, Donaire, Galacho, García, . . . Puertas. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Colombia: UOC.
- SERNATUR. (2015). *Manual pasos para el diseño de productos*. Chile: Sernatur.
- Zambrano, F. (2009). Agroturismo. *Aportes Agroecoturismo*, 6.

ANEXOS

Matriz del problema

CAUSAS	PROBLEMA CENTRAL	CONSECUENCIAS
<p>Ausencia de espacios de esparcimiento en donde la población tenga nuevas alternativas para disfrutar de un turismo ecológico entrando en contacto directo con la naturaleza y los animales.</p> <p>Insuficientes alternativas de espacios educativos que permita fortalecer los conocimientos de Ciencias Naturales adquiridos por los estudiantes en el aula.</p> <p>Reducido número de lugares turísticos ecológicos que acoja a visitantes o turistas que optan por conocer las especies de la naturaleza nativas del sector.</p> <p>Escasas alternativas para establecer convenios interinstitucionales con sectores o granjas ecológicas que ofrezcan una variedad de alternativas para desarrollar las prácticas preprofesionales de los estudiantes de educación superior.</p>	<p>Los estudiantes, familias y turistas en general no cuentan con un espacio en donde les permita entrar en contacto directo con la naturaleza y su biodiversidad a través de la observación directa para fortalecer el proceso enseñanza aprendizaje en las ciencias de vida, por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación:</p> <p>¿De qué manera contribuye la presencia de una granja agropecuaria, turística y educativa en los visitantes, estudiantes y población en general del Sector San Antonio, Parroquia Uyumbicho, ¿Cantón Mejía Provincia de Pichincha?</p>	<p>Práctica de actividades monótonas de las familias durante sus espacios libres.</p> <p>Los conocimientos adquiridos en el aula no serán fortalecidos, por lo tanto, no existirá un conocimiento significativo en donde le permita valorar la naturaleza y la vida de las especies.</p> <p>Los turistas nacionales no tendrán un conocimiento de todas las bondades tanto naturales como animales que ofrece el país en el sector de la región andina.</p> <p>Los estudiantes de nivel superior tendrán problemas en sus prácticas preprofesionales y al no contar con lugares estratégicos, sus prácticas serán poco significativas fuera de su realidad.</p>
INDICADORES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inquietud de la población por la necesidad de contar de nuevas alternativas para el esparcimiento. 2. Búsqueda permanente de las instituciones educativas de nivel básico y medio de nuevas alternativas para fortalecer los conocimientos adquiridos en el aula. 3. Incertidumbre en turistas visitantes por la búsqueda de alternativas diferentes para desarrollar nuevas experiencias de conocimiento y aprendizaje. 4. Análisis permanente de las instituciones de educación superior de nuevas alternativas con quienes puedan establecer convenios interinstitucionales. 		

HACIENDA
“SAN ANTONIO”

DESCRIPCIÓN DE CARGO:

(Poner el cargo)

ELABORADO POR:

Firma: _____

Nombre: **(Poner el nombre de la persona que lo elaboró)**

Poner el nombre del departamento al cual corresponde

REVISADO POR:

Firma: _____

Nombre: **(Poner el nombre de la persona que lo revisó)**

Poner el nombre del departamento al cual corresponde

APROBADO POR:

Firma: _____

Nombre: **(Poner el nombre de la persona que lo revisó)**

Gerente de Centro de.....

MARZO 2019

Nombre del cargo:	Área: Producción
Jefe inmediato:	Fecha de actualización Marzo 2019
Cargos que le Reportan: N/A	Ubicación:

MISIÓN:

Realiza la limpieza de las plantas hidropónicas solicitado por el jefe del área, conservando la calidad de las mismas, de acuerdo a las normas establecidas.

Ubicación del cargo en la empresa:



RESPONSABILIDADES:

Frecuencia: D = Diario; S = Semanal; Q= Quincenal; M= Mensual; T= Trimestral; SM= Semestral; A= Anual; O= Ocasional

Responsabilidades Principales:	F
• Revisar que haya circulación permanente de agua por las tuberías.	D
• Revisar el crecimiento de las plantas que se encuentran en los tubos PVC	D
• Plantar y trasplantar las semillas según las normas establecidas	D
• Controlar el PH del agua que circula por las tuberías	D
• Mantener los estándares de producción según lo planificado.	D

Otras Responsabilidades:

• Verificar el estado y buen funcionamiento de los equipos a su cargo.	D
• Realizar el mantenimiento de los equipos y herramientas	D
•	

Responsable por:

Materiales y Herramientas	<input checked="" type="checkbox"/>	Procesos	<input checked="" type="checkbox"/>	OBSERVACIONES: _____ _____ _____ _____
Vehículos (Incluye montacargas)	<input type="checkbox"/>	Dinero	<input type="checkbox"/>	
Equipos	<input checked="" type="checkbox"/>	Valores	<input type="checkbox"/>	
Maquinarias	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de otros	<input type="checkbox"/>	
Información	<input checked="" type="checkbox"/>	Productos	<input checked="" type="checkbox"/>	
Información del cliente	<input checked="" type="checkbox"/>			

PERFIL DE CARGO:

Formación Académica:

Graduado de Bachiller.

Experiencia:

No se requiere experiencia

Otros Conocimientos:

- Conocimiento en mantenimiento de equipos agrícolas.

COMPETENCIAS:

Competencias Conductuales	Competencias Técnicas
Trabajo en equipo <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Compromiso • Orientación al cliente • Orientación a resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamismo • Trabajo bajo presión

LÍNEA DE CARRERA:

Producción Hidropónica

HACIENDA "SAN ANTONIO"

FORMATO DE PERFIL DE CARGO

FECHA: _____

EMPRESA _____

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____

DEPENDENCIA: _____

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

--

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA

3.2 EXPERIENCIA LABORAL

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación			
2	Ambición profesional			
3	Análisis			
4	Aprendizaje			
5	Asertividad			
6	Autocontrol			
7	Autonomía			
8	Creatividad			
9	Delegación			
10	Dinamismo			
11	Flexibilidad			
12	Independencia			
13	Iniciativa			
14	Integridad			
15	Juicio			
16	Liderazgo			
17	Negociación y conciliación			
18	Orientación al servicio			
19	Persuasión			
20	Planificación y Organización			
21	Resolución de problemas			
22	Sensibilidad interpersonal			
23	Sociabilidad			
24	Toma de decisiones			
25	Trabajo bajo presión			
26	Trabajo en equipo			
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle			
2	Atención al público			
3	Auto-organización			
4	Comunicación no verbal			
5	Comunicación oral y escrita			

6	Disciplina			
7	Razonamiento numérico			
8	Sentido de Urgencia			

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)			
b. Información (¿cuál?)			
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)			
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)			

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente				
b. Posición Bípeda				
c. Posturas mantenidas				
d. Alternar posiciones				
e. Motricidad Gruesa				
f. Motricidad Fina				
g. Destreza Manual				
h. Levantamiento y Manejo de Cargas				
i. Velocidad de Reacción				
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				
b. Producir información oral/escrita				
c. Análisis de información				
d. Emitir respuestas rápidas				
e. Atención				
f. Concentración				
g. Repetitividad				
h. Monotonía				
i. Tareas de precisión visomotora				
j. Habilidad para solucionar problemas				
k. Interpretación de signos y símbolos				
l. Percepción causa – efecto				
m. Valoración de la realidad				