



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

**TEMA:**

**Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.**

**AUTOR:**

**Banda Regalado, Ariana Cristina**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA:**

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

**Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020**

**Ecuador**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Banda Regalado, Ariana Cristina**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

**Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Banda Regalado, Ariana Cristina**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020**

**LA AUTORA**

---

**Banda Regalado, Ariana Cristina**



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

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Banda Regalado, Ariana Cristina**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020**

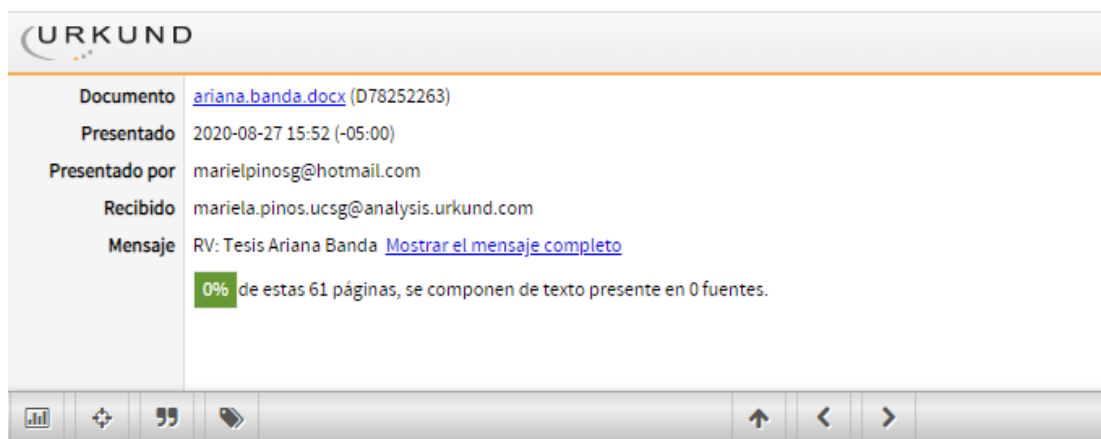
**LA AUTORA:**

---

**Banda Regalado, Ariana Cristina**

## Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos**, presentado por la estudiante **Banda Regalado, Ariana Cristina**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



The screenshot displays the URKUND interface with the following details:

- Documento:** [ariana.banda.docx](#) (D78252263)
- Presentado:** 2020-08-27 15:52 (-05:00)
- Presentado por:** marielpinosg@hotmail.com
- Recibido:** mariela.pinos.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje:** RV: Tesis Ariana Banda [Mostrar el mensaje completo](#)

A green box highlights the result: **0%** de estas 61 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

The interface includes a navigation bar at the bottom with icons for document analysis, zoom, and navigation.

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.  
TUTORA**

## **Agradecimiento**

A Dios y a la Virgen María, por guiarme en todos los pasos que doy y decisiones que tomo.

A la Pepi y a mi Papi, porque nada de esto hubiera sido posible sin ustedes y todo su apoyo, entrega, paciencia y amor. No tienen idea de cuánto los amo.

A mis amigas, Pato, Caro, Kory, Rafa, Fanny, Andi y Vale. Por siempre darme ánimos cuando no he tenido fuerzas ni para levantarme.

A mis amigos, Rubén, Daniel, Douglas, Ariel, Jaime, Fabricio, Ricardo y Alejandro. Este camino no hubiera sido el mismo sin ustedes. Por mil risas y muchos años más de su amistad tan sincera.

Ningún problema es demasiado grande si están ustedes. Que nunca me falten. Quiero verlos a todos y cada uno cumpliendo sus metas y sueños; y estar ahí para celebrarlo.

A mi Kiki. Eres mis ganas de seguir luchando por todo lo que quiero, ser tu ejemplo y verte llegar lejos. Te amo ñaño.

Hacienda San José, María José Marún y Javier Urrutia, estaré siempre muy agradecida por toda su ayuda brindada para este proyecto.

A mi profesora y tutora de tesis, Mariela Pinos, gracias por estos años de enseñanzas y su guía para este trabajo. Sus clases siempre fueron mis favoritas. Fui la más feliz cuando supe que sería mi tutora.

A mis docentes, Paola, Karla, Said, Elsie, Aline, Alfonso, Gerson, Pepe, Luis, Alita y María Belén, por darme las mejores experiencias y aprendizajes dentro y fuera del salón de clases. Nunca dejen de enseñar con la pasión que tanto los caracteriza.

Y gracias a la vida, por permitirme vivirla.

## DEDICATORIA

A mi estrellita, la más brillante en el cielo, mi Nadita María.

Porque, aunque te pienso y te extraño todos los días, nunca me he sentido sola, sé  
que siempre me acompañas tú.

Eres mis fuerzas y ganas de salir adelante. Eres mi ejemplo y motivación en todo lo  
que hago.

Te amo mami.

*"Saber que tú estás conmigo, aunque no estés a mi lado".*



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

TUTORA

---

**Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Ec. Luis Albán Alaña, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

OPONENTE





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

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Banda Regalado, Ariana Cristina</b>	

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.  
TUTORA**

## Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento Del Problema.....	4
Justificación.....	4
Objetivos De La Investigación.....	6
Objetivo General .....	6
Objetivos Específicos .....	6
Capítulo 1. Fundamentación Teórica .....	7
Marco Teórico .....	7
Control Total de Calidad; Kaoru Ishikawa. ....	7
Sostenibilidad.....	13
Teoría General de los Sistemas.....	26
Marco Conceptual .....	31
Marco Referencial.....	35
Rediseño técnico turístico del balneario La Calera.....	35
Aplicación de procedimiento para rediseñar el proceso de alojamiento en el Hotel Vueltabajo. ....	36
Diseño de un sistema de gestión en Responsabilidad Social Empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. ....	38
Marco Legal .....	40
Constitución de la República del Ecuador. ....	40
Ley de Turismo. ....	41
Reglamento General De La Ley De Turismo. ....	42
Plan Nacional de Desarrollo “Toda Una Vida”. ....	43
Plan Nacional de Turismo 2030.....	49
Capítulo 2. Análisis Situacional .....	54
Aspectos generales .....	55
Límites. ....	55
Características climáticas.....	56
Altitud. ....	56
Accesibilidad.....	56

Actividades económicas.....	56
Organización de la Hacienda .....	58
Descripción de cargos y funciones.....	58
Identificación y análisis de procesos.....	61
Capítulo 3. Estudio de Mercado.....	67
Metodología de la Investigación .....	67
Método de investigación. ....	67
Tipo de investigación. ....	67
Enfoque de la investigación. ....	68
Diseño de la investigación. ....	68
Instrumentos de medición de la investigación. ....	69
Análisis de las encuestas .....	70
Análisis de las entrevistas .....	79
Capítulo 4. Propuesta .....	81
Propuesta de Rediseño de Procesos Turísticos .....	87
Proceso de guianza turística. ....	87
Diagrama de flujo del proceso rediseñado de guianza.....	89
Proceso del servicio de alimentos y bebidas.....	91
Diagrama de flujo del proceso rediseñado de alimentos y bebidas. ....	93
Proceso de organización y planificación de eventos.....	95
Diagrama de flujo del proceso rediseñado de organización y planificación de eventos.....	97
Descripción de las actividades de la propuesta .....	99
Conclusiones .....	102
Recomendaciones.....	104
Referencias.....	106
Apéndices.....	112

## Índice de Tablas

Tabla 1. Empresas turísticas que trabajan al servicio de las necesidades requeridas por los turistas durante su estadía en cualquier destino.....	29
Tabla 2. Aportes a la ciudadanía en el proceso participativo de construcción del Plan Nacional de Desarrollo “Toda Una Vida” .....	45
Tabla 3. Funciones del área de gerencia, Hacienda San José .....	58
Tabla 4. Funciones del área de administración, Hacienda San José .....	59
Tabla 5. Funciones del área de guianza, Hacienda San José .....	59
Tabla 6. Funciones del área de post-cosecha, Hacienda San José .....	60
Tabla 7. Funciones del área de ventas, Hacienda San José.....	60
Tabla 8. Funciones del área de cocina, Hacienda San José .....	61
Tabla 9. Matriz de rediseño del proceso de guianza turística .....	87
Tabla 10. Matriz de rediseño del proceso de alimentos y bebidas.....	91
Tabla 11. Matriz de rediseño del proceso de organización y planificación de evento .....	95

## Índice de Figuras

Figura 1. Triple Sostenibilidad.....	19
Figura 2. El Sistema Turístico.....	30
Figura 3. Estructura general del Plan Nacional de Desarrollo.....	43
Figura 4. Objetivos Nacionales de Desarrollo .....	46
Figura 5. Actividades Turísticas en el Ecuador .....	50
Figura 6. Ejes Estratégicos.....	51
Figura 7. Vista satelital de microlocalización de la Hacienda San José .....	54
Figura 8. Vista satelital de macrolocalización de la Hacienda San José.....	55
Figura 9. Ruta de acceso desde Guayaquil hacia Hacienda San José. ....	56
Figura 10. Organigrama estructural por áreas de responsabilidad de la Hacienda San José.....	58
Figura 11. Género de los encuestados.....	71
Figura 12. Edad de los encuestados. ....	71
Figura 13. Motivo de visita de los encuestados. ....	72
Figura 14. Estado de las instalaciones. ....	72
Figura 15. Percepción del servicio brindado.....	73
Figura 16. Nivel de satisfacción.....	73
Figura 17. Percepción sobre el nivel de capacitación del personal.....	74
Figura 18. Servicios y Facilidades .....	74
Figura 19. Actividades. ....	75
Figura 20. Poder adquisitivo. ....	75
Figura 21. Concurrencia.....	76
Figura 22. Frecuencia de visita. ....	76
Figura 23. Factores que influyen al contratar un tour. ....	77
Figura 24. Medios de compra.....	77
Figura 25. Frecuencia de viaje dentro del país de residencia.....	78
Figura 26. Preferencia en medios de promoción turística.....	78
Figura 27. Casa principal de Hacienda San José.....	82
Figura 28. Señalética a la entrada de la hacienda.....	82
Figura 29. Cancha de césped natural y área de camping .....	83
Figura 30. Área de comedor y cocina con cubierta al aire libre .....	83
Figura 31. Zona de parrilla en la cocina de la hacienda.....	84

Figura 32. Zona de jardines y vivero .....	84
Figura 33. Postre de helado a base del mucílago del cacao, pan de banano con chocolate Hacienda San José y mermelada de guayaba .....	85
Figura 34. Visita de turistas a Hacienda San José.....	85
Figura 35. Sección de contactos para visitar Hacienda San José.....	86

## **Índice de Apéndices**

Apéndice 1. Modelo de encuesta a visitantes de la Hacienda San José.....	112
Apéndice 2. Modelo de entrevista a colaboradores de la Hacienda San José.....	117

## **Resumen**

El propósito de este proyecto de titulación es rediseñar los procesos turísticos que ejecuta la Hacienda San José, ubicada en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos. Para esto, se utilizaron herramientas de recolección de datos como la observación, la encuesta y la entrevista que permitieron analizar dichos procesos, realizar un estudio de mercado a los turistas para definir las necesidades de la hacienda y un análisis a sus colaboradores para identificar sus falencias en cuanto al desarrollo de la actividad turística. Se consideró una muestra de 130 turistas que han visitado el lugar y ayudaron a definir las preferencias en los requerimientos que solicitan en cuanto a la modalidad de turismo que se oferta. Finalmente, se obtuvo como resultado una serie de actividades innovadoras que permiten entrar con contacto con la naturaleza e interactuar y experimentar las actividades que realizan los agricultores en su diario vivir. Además de las necesidades de capacitación que posee el personal para el desarrollo de la actividad.

***Palabras Clave:** agroturismo, turismo vivencial, hacienda turística, procesos turísticos, demanda turística, servicio.*



## **Abstract**

The purpose of this study is to redesign the tourism processes carried out by Hacienda San José, located in Babahoyo, Los Ríos province. The main tools to collect the primary data were observation, surveys and interviews that allow analyze these processes and develop a market study to the tourists that visited the farm, to define their needs and determine the lack of knowledge of the collaborators and their faults regarding the development of tourist activity. A sample of 130 tourists who have visited the place was considered and helped define the preferences in their requirements regarding the type of tourism that's offered. Finally, in this study we can found some innovative activities which enable contact with nature and allow to interact and experiment the activities that farmers carry out in their daily lives. It was also recommended to train the staff into the development of the tourist activities.

**Keywords:** *agrotourism, experiential tourism, tourist farm, tourist processes, demand, services.*

## **Introducción**

La Hacienda San José se encuentran ubicada en el cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos, Ecuador. La misma cuenta con 870 hectáreas de sembríos de cacao que iniciaron a principios de 1930. Para ese entonces era llamada Hacienda El Carmen. Luego de la crisis del cacao en el país, sus dueños continuaron con el sueño de desarrollar las mejores plantaciones del mundo para obtener el mejor chocolate. El conocimiento y la tradición fueron pasando de generación en generación alentando a la segunda generación a crear la Hacienda La Elba en 1968. Así mismo continuo la tercera generación, creando en 1972 la Hacienda El Porvenir; donde finalmente, la cuarta generación estableció la Hacienda San José.

El fruto obtenido en la hacienda es conocido por su fino aroma y sabor almendrado mismo que ayuda a obtener el más fino chocolate ecuatoriano. Actualmente, el cacao es exportado a países del occidente y a su vez transformado en chocolate para su venta y exportación. Los consumidores degustan del producto, pero no tienen idea de todo el proceso que implica su elaboración.

Ecuador es un país con un alto porcentaje de ingresos económicos gracias a la industria agrícola; sin embargo, no ha surgido interés por parte de los operadores turísticos en explotar esta industria brindando un enfoque distinto a dicha producción, para diversificar sus ingresos mediante la actividad turística. Es decir, existen muy pocas agencias de viajes y operadores turísticos que ofertan la modalidad de agroturismo. Hacienda San José ha incursionado en esta actividad desde 2018, de la mano de todos sus colaboradores, llegando a recibir alrededor de 150 a 200 visitantes anualmente, pues por el momento no es reconocida por brindar actividad turística, sino por los productos que se cosechan en la misma.

Es por esto que se considera como un potencial atractivo turístico el proceso agrícola que se realiza en las plantaciones de la Hacienda San José. Además de los servicios que oferta la misma como son el alojamiento, alimentos y bebidas y organización de eventos. El propósito de esta investigación, será analizar los procesos y actividades turísticas que se realizan allí para lograr una mejora considerable en el servicio y aumentar la demanda de turistas.

## **Antecedentes**

El turismo agrícola no es un fenómeno nuevo. Busby & Rendle (2000) reconocieron que, en ciertas partes de Europa, la agricultura existía como una actividad reconocible desde hace más de cien años; también identificaron una serie de cambios en la agricultura en los últimos 50 años. La mano de obra tuvo un fuerte declive gracias a la industrialización y especialización de las actividades agrícolas, junto con una disminución de los ingresos por dicha actividad. La incapacidad de generar su capital, en muchos casos, ha llevado a los agricultores a diversificar la base agrícola y emprender en un sinnúmero de actividades alternativas. Las dos preocupaciones principales del agricultor han sido, generar ingresos adicionales y proporcionar beneficios económicos a la economía local.

El agroturismo se ha desarrollado principalmente por sus beneficios económicos y representa una relación simbiótica para áreas donde ni la agricultura ni el turismo podría justificarse independientemente. Este comprende dos formas principales: actividades no relacionadas con el alojamiento y las que son relacionadas con el alojamiento; algunas haciendas participan en ambos. Davies y Gilbert (1992) identificaron algunos componentes del turismo agrícola segmentándolo en tres categorías distintas. La primera, basados en alojamiento; segunda, basados en actividades; y tercera, basados en visitantes diurnos. Mientras que Ilbery (1998) segmentó la actividad agroturística entre alojamiento y recreación.

La transición de hacer turismo en una granja al agroturismo, se podría decir que ocurre cuando los ingresos por turismo exceden a los ingresos por agricultura, o una vez que un agricultor ha adoptado un plan de negocios, o cuando la empresa se considera una hacienda turística por parte del consumidor. Es un proceso complejo que involucra una variedad de factores. Se considera hasta cierto punto, el indicio para la transición de un estado mental tanto para el agricultor, como el consumidor.

Para la mayoría de las granjas, fincas o haciendas, el turismo no genera una gran fuente de ingresos; más bien se trata de proporcionar ingresos que pueden marcar la diferencia entre viabilidad o no. Una visión experiencial del agroturismo se refiere a los beneficios emocionales, psicológicos y físicos de tomar unas vacaciones en contacto con la naturaleza y proporciona una comprensión diferente de una sección de mercado importante y en crecimiento. Los autores clave en este campo de los estudios turísticos están de acuerdo en que la naturaleza de la experiencia turística es una

prioridad de investigación importante para la gestión sostenible definitiva de las atracciones y destinos turísticos basados en la agronomía.

### **Planteamiento Del Problema**

Los propietarios de la Hacienda San José anhelan diversificar su oferta utilizando sus instalaciones para incursionar en turismo. Anteriormente abrían sus puertas a visitantes extranjeros que se contactaban con el atractivo de conocer los procesos de sembrío y cosecha de cacao, y es ahí donde se notó el alto interés por la actividad turística. Gracias a esta demanda crearon un recorrido donde se exponen las instalaciones de la hacienda, sus jardines, sembríos de cacao, banano y palma, el proceso de cosecha y preparación para exportación del banano y cacao, actividades lúdicas con las pepas de cacao y cómo este se transforma en chocolate. El recorrido también incluye la degustación de sus productos y un refrigerio o almuerzo en el caso de solicitarlo. Todo esto diseñado por los propietarios de manera empírica.

A su vez, los propietarios de la Hacienda desconocen los requerimientos necesarios para emprender la actividad turística. Uno de los problemas que se pudo evidenciar es la falta de conocimiento en cuanto al ejercicio de la actividad turística en el personal que labora en las instalaciones; los mismos que se encuentran únicamente de lunes a viernes impidiendo que se desarrolle la actividad turística los fines de semana, que es cuando aumenta la demanda de visitantes. Son los agricultores y trabajadores administrativos los que brindan los recorridos guiados por los sembríos e instalaciones, por lo que se puede notar la necesidad de desarrollar una cultura de servicio y preparar al personal para desarrollar la guianza turística. Siendo este uno de los principales motivos por el cual se planea realizar el presente trabajo de titulación, rediseñando los procesos turísticos que actualmente se ofertan en el lugar.

### **Justificación**

La Hacienda San José cuenta con una iniciativa para incursar en el sector turístico bajo la modalidad de agroturismo como una oportunidad para generar espacios de distracción y desarrollo turístico. Los propietarios de la misma han mostrado interés en efectuar un análisis y revisión de los procesos operativos de la misma. Y, de esta manera identificar debilidades dentro de la organización para

implementar mejoras en los servicios que brindan y concientizar a su personal en cuanto al desarrollo de la actividad turística. De esta forma se permitirá brindar una experiencia innovadora a sus visitantes de manera que Hacienda San José se convierta en un destino competitivo para el mercado. Por esto, se analizarán los procesos turísticos que actualmente se realizan en la hacienda para posteriormente plantear una propuesta de rediseño de los mismos y potenciar la formación turística de su recurso humano. El desarrollo del agroturismo en la región como elemento diferenciador capaz de aportar ventajas competitivas y dinamizar la experiencia brindada a turistas nacionales y extranjeros, permitirá dar a conocer el destino como requisito importante a conocer cuando turistas visiten Ecuador.

## **Objetivos De La Investigación**

### **Objetivo General**

Elaborar una propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José con el propósito de diversificar su economía y desarrollar habilidades como servidores turísticos.

### **Objetivos Específicos**

- a) Analizar los procesos turísticos que posee actualmente la Hacienda San José y su personal para diagnosticar sus falencias.
- b) Realizar un estudio de mercado a los turistas para definir las necesidades y requerimientos de la Hacienda.
- c) Desarrollar una propuesta de rediseño de procesos turísticos basada en las necesidades diagnosticadas para potenciar y optimizar el producto turístico y los servicios que se ofertan.

## **Capítulo 1. Fundamentación Teórica**

### **Marco Teórico**

Este marco explica las diferentes teorías existentes para facilitar el planteamiento de la propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José y desarrollar habilidades como servidores turísticos.

Se van a tratar las teorías más útiles para dicho enfoque de estudio y así poder implementar mejoras competitivas para el producto turístico que oferta.

#### **Control Total de Calidad; Kaoru Ishikawa.**

Verdoy, Mahiques y Pellicer (2006) señalaron que la calidad es el flujo de información entre lo que el cliente espera y lo que se le proporciona. Si esta comunicación no es correcta se incurrirá en falta de calidad. A lo largo del tiempo, el concepto y la forma de llevar a cabo la calidad han ido evolucionando. Es por esto que existen distintos trabajos de autores muy reconocidos que sirven de ayuda para comprender los distintos conceptos de calidad.

En cuanto a la situación actual de la calidad se conocen dos conceptos diferentes: (a) los sistemas de gestión de la calidad; y (b) el control total de calidad. Verdoy et al. (2006) se refiere a los sistemas de gestión de la calidad como el conjunto de actividades a cargo de la directiva de una compañía que determina la política de calidad, los objetivos y sus responsabilidades. La misma que se implementa por medio de la planificación, el control y la mejora de la calidad o también conocida como Trilogía de Juran. Por otro lado, el control de calidad total se define como una estrategia de gestión que tiene como objetivo lograr de manera equilibrada la satisfacción de los clientes, empleados, accionistas y socios en general de una compañía; teoría basada en los hallazgos del Dr. Kaoru Ishikawa.

Una vez expuestos ambos conceptos se ha decidido tomar como referencia la filosofía de control de calidad total propuesta por el Dr. Ishikawa para el desarrollo del presente trabajo de titulación. Se sabe que Ishikawa fue el primero en resaltar las diferencias culturales de las naciones como un factor importante en la gestión de calidad, motivo por el cual se citará su teoría, con la finalidad de llevar a cabo el objetivo de realizar un programa de mejoras en la Hacienda San José para optimizar los procesos turísticos y desarrollar estrategias de competitividad en las actividades vinculadas al turismo y el producto turístico que se oferta.

Kaoru Ishikawa nació en Japón en 1915. Gutiérrez (2010) indicó que: “Ishikawa desempeñó un papel relevante en el movimiento por la calidad en Japón debido a sus actividades de promoción y a su aporte de ideas innovadoras para la calidad” (p. 48). Uno de sus aportes más representativos es el diagrama causa-efecto o también denominado como diagrama de espinas de pescado. Es una herramienta gráfica utilizada en empresas que ofrece una visión global de las causas que han generado un problema y de los efectos que este ha provocado. Como las causas están jerarquizadas, es posible identificar de manera concreta las fuentes del problema (De Saeger & Feys, 2016).

La filosofía en la que basa sus estudios Ishikawa es la más conocida como Control Total de Calidad (CTC), según la cual Gutiérrez (2010) señala que:

El Control Total de Calidad es una nueva filosofía de administración que se debe convertir en uno de los principales objetivos de la compañía, y para ello se deben fijar metas a largo plazo y anteponer la calidad en todas las decisiones, empezando por el área de compras. Así mismo, hacer énfasis en como el CTC solo es posible cuando la gerencia se compromete con el proceso y todo el personal se responsabiliza del autocontrol. Las gerencias no deben conformarse con las mejoras en la calidad del producto sino insistir para que estas siempre vayan “un paso adelante”. El CTC es una responsabilidad de todas las personas y áreas de la empresa; es una labor de grupo que debe orientarse a eliminar las causas de la mala calidad, no los síntomas. Además, la calidad debe incorporarse en el diseño del producto. El CTC es acción y conocimiento que debe traducirse en resultados, de lo contrario no es CTC. (p. 48 – 49)

Bajo esta filosofía de trabajo se puede iniciar el rediseño de los procesos operativos de la Hacienda San José orientado en tener éxito aumentando las utilidades de la empresa y a su vez mejorando las relaciones humanas y de trabajo. De esta manera se logrará una organización de mayor ventaja competitiva en el mercado.

### **Control total de calidad (CTC).**

Según Ishikawa (1986) el concepto de control total de calidad fue originado por el Dr. Armand V. Feigenbaum en el año 1961 donde define el CTC como: “un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo de calidad, mantenimiento de calidad y mejoramiento de calidad realizados por los diversos



grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes” (p. 112).

Así mismo, Ishikawa (1986) postulo sobre el CTC los siguientes siete principios:

- a) El control de calidad (CC) es responsabilidad de todos los empleados y de todas las divisiones.
- b) El CTC es una actividad de grupo y no lo pueden hacer los individuos. Exige trabajo en equipo.
- c) El CTC no fracasara si colaboran todos los miembros del equipo, desde el presidente hasta los trabajadores de línea y el personal de ventas.
- d) En el CTC los gerentes de nivel medio serán tema frecuente de discusiones y críticas. Mejor estar preparados.
- e) Las actividades de los círculos de CC son parte de CTC.
- f) No confundir los objetivos con los medios empleados para alcanzarlos.
- g) El CTC no es una droga milagrosa: sus propiedades recuerdan más las hierbas medicinales chinas. (p. 111)

### **Características del control de calidad japonés.**

Según en la experiencia basada en su propia trayectoria, Ishikawa (1986) concluyo las siguientes características sobre el control de calidad:

- a) El control de calidad es hacer lo que se debe hacer en todas las industrias.
- b) El control de calidad que no muestra resultados no es control de calidad.
- c) El CC empieza con educación y termina con educación.
- d) Para aplicar el CC tenemos que ofrecer educación continuada para todos, desde el presidente hasta los obreros.
- e) El CC aprovecha lo mejor de cada persona.
- f) Cuando se aplica el CC, la falsedad desaparece de la empresa. (p 15)

Otra de sus contribuciones importantes son los círculos de calidad. Son grupos de personas de una misma área de trabajo que se reúnen en función de generar mejoras, buscar soluciones a problemas y gestionar la calidad de la organización. Este método permite que los trabajadores se involucren en la toma de decisiones y de esta manera motiva la integración, lo cual mejora la productividad. Se basa en el principio de que

quien mejor conoce el trabajo es quien lo realiza, y es quien lo puede optimizar (Alonso, Barcos, & Martín, 2006).

### **Los puntos focales de los círculos de calidad.**

Bhat (2010) indico que los círculos de calidad comprenden el enfoque del equipo más comprometido con los objetivos de la empresa para poder aportar a la resolución de problemas. De esta forma se desarrollan los siguientes puntos focales dentro de los círculos de calidad:

- a) La calidad: se considera como el gran objetivo de los círculos. Los mercados del segmento turístico son cada vez más competitivos y los clientes tienen un mayor nivel de educación lo que provoca con mayor exigencia brindar calidad en la oferta de servicios turísticos de manera dinámica.
- b) La productividad: los círculos colaboran a incrementar la productividad en un sentido más amplio y en todas las áreas de la empresa. Resulta favorable para la correcta aplicación del conjunto de recursos de la organización y a su vez,
- c) La mejora de costes: evitando el despilfarro y la mala administración de los recursos de tipo administrativo, comercial, transporte, etc.
- d) La motivación: se consigue motivar de una forma constante a los trabajadores, ofreciéndoles oportunidades de participar en los objetivos de la empresa, y de sentirse valorados por el trabajo bien hecho. De esta manera se generará una cultura de servicio brindando grandes experiencias a cada turista. (p. 110)

Se puede notar que todos los puntos anteriormente mencionados aportaran de manera positiva a la logística y desarrollo del producto turístico de la Hacienda San José. Por un lado, creando un impacto positivo en todos sus visitantes al poder palpar el compromiso de todos y cada uno de los trabajadores de manera voluntaria. Por otro lado, permitirá gestionar de manera eficiente la afluencia de los turistas sin disminuir la calidad del servicio generando mayores ganancias en vez de pérdidas por el correcto manejo y administración de los recursos. Esto generara gran expectativa al momento de recibir mayor demanda de turistas y convertirá a la Hacienda en un producto mucho más competitivo para el mercado gracias a la experiencia que se llevara cada visitante.

### **Características de los círculos de calidad.**

Algunas de las características más sobresalientes de los círculos de calidad que menciona Bhat (2010) son las siguientes:

- a) La participación en el círculo de calidad es voluntaria formando grupos pequeños, de cuatro a seis personas, de seis a diez en talleres medianos y de ocho a doce en talleres grandes. Deben participar diversas categorías laborales.
- b) Los miembros del círculo de calidad, suelen formar parte de un equipo que tiene objetivos comunes o realizan las mismas funciones o trabajos relacionados.
- c) Los círculos de calidad se reúnen periódicamente para analizar y resolver problemas que ellos mismos descubren o que le son propuestos a su jefe.
- d) El círculo de calidad no tiene relación jerárquica de autoridad y dependencia, los miembros son igualitarios.
- e) El objetivo es el deseo común de mejorar la técnica del trabajo, resolviendo los problemas comunes.
- f) El líder es elegido por los miembros y puede ir cambiando según las necesidades del grupo. (p. 119)

### **Principios de los círculos de calidad.**

En la filosofía de Ishikawa (1986) se encuentran los siguientes principios:

- a) Interés y espíritu de superación constante que hace sensibilizarse de las cosas que no van bien, que podrían ir mejor, o que crean problemas.
- b) Contribuir a desarrollar y perfeccionar la empresa. No se trata únicamente de aumentar la cifra de ventas sino de crecer en calidad, innovación, productividad y servicio al cliente
- c) Mantener los resultados obtenidos. Reconocimiento a todos los niveles de que nadie conoce mejor una tarea, un trabajo o un proceso que aquel que lo realiza cotidianamente.
- d) Respeto al individuo, a su inteligencia y a su libertad potenciando las capacidades individuales a través del trabajo en grupo. El factor humano es el activo más importante y decisivo con que cuenta la empresa.
- e) Tener en cuenta el tiempo de las reuniones. Es conveniente que el grupo se reúna cada dos o tres semanas. La duración de cada sesión debe oscilar entre los 45 y 90 minutos aproximadamente.

- f) Lograr que el lugar de trabajo sea cómodo y rico en contenido. Los Círculos aspiran a lograr que el lugar de trabajo sea más apto para el desarrollo de la inteligencia y la creatividad del trabajador.
- g) Selección de miembros y líderes: es esencial la competencia técnica y simpatía del líder.
- h) Recompensas e incentivos: van desde recompensas en efectivo en relación con la mejora obtenida, hasta un reconocimiento simbólico. (p. 173)

### **Actividades de los círculos de calidad.**

Así mismo, Ishikawa (1986) indicó que el círculo de calidad es un grupo solucionador de problemas regido bajo un proceso que se convierte en una secuencia integrada de acciones y empleo de técnicas. Para solucionar dichos problemas hay que pasar por unas etapas: (a) identificar una lista de posibles problemas a tratar; (b) seleccionar un problema a resolver; (c) clarificar el problema; (d) identificar y evaluar causas; (e) identificar y evaluar soluciones; (f) decidir una solución; (g) desarrollar un plan de implantación de la solución; (h) presentar el plan a la dirección; (i) implantar el plan; (j) evaluar los resultados de la solución propuesta; (k) optimizar los resultados de la solución; y (l) nuevamente identificar una lista de problemas. (p. 174)

Dichos principios y procesos impactarán de manera positiva a la gestión del capital humano por parte de los directivos de la Hacienda San José pues permitirán a los mismos tener un mejor manejo de sus recursos delegando actividades a cada uno de sus empleados y eficalizando sus labores. Los colaboradores sentirán mayor compromiso por el reconocimiento de sus logros generando en ellos un sentimiento de satisfacción. Esto nuevamente brindara el desarrollo de una cultura de servicio y atención al cliente sintiendo se a gusto en su lugar de trabajo, importante para el desarrollo de destinos turísticos.

### **Beneficios de los círculos de calidad.**

Finalmente, el uso de los círculos de calidad trae varios impactos positivos a la organización, de los cuales Ishikawa (1986) destaca:

- a) El fomento del espíritu de equipo mediante los Círculos de Calidad puede tener un efecto extraordinario en el ambiente de toda la organización.
- b) Naturalmente la comunicación entre ambos miembros del grupo mejora, pero también se beneficia la comunicación horizontal entre círculos dedicados a

campos de trabajo diferentes y la comunicación vertical entre la fábrica y la dirección.

- c) Los directores quedan muchas veces sorprendidos ante el entusiasmo y conocimientos de sus empleados, y los empleados disfrutan de la oportunidad de emplear sus capacidades y ver que se hace buen uso de ellas. (p.175)

### **Sostenibilidad.**

El turismo en Ecuador se ha convertido en una alternativa para desarrollar el crecimiento de la economía, utilizando su diversidad de recursos naturales y culturales. Ante esta situación nacional, se ha desarrollado la forma de lograr la diversificación del producto turístico nacional, mediante la oferta de distintas modalidades, como es el caso del agroturismo. El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Barrera (2006), 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.

De esta manera se pretende diseñar procesos que mejoren la economía dentro de la Hacienda San José respetando los recursos que brinda la naturaleza en vez de explotarlos. Lo que significa mantener la preservación del medio ambiente y el consumo de los recursos naturales renovables dentro de los límites de su reposición. Es decir, se debe procurar alcanzar la sostenibilidad en la interacción entre el componente humano y el ecológico (naturaleza). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2005) menciona que la idea de sostenibilidad “es la voluntad que se tenga para mejorar la calidad de vida de todos, incluidas las futuras generaciones, mediante la conciliación del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente” (p.2). Por otro lado, Fernández y Gutiérrez (2013) definen la sostenibilidad como la “capacidad para desarrollarse a lo largo del tiempo sin agotar los recursos naturales, causando el mínimo impacto medioambiental posible. La sostenibilidad requiere un equilibrio entre la satisfacción de nuestras necesidades y el mantenimiento de los recursos existentes, como el agua, la madera o el carbón” (p. 4).

Según Norton (1992) hay dos tipos de definiciones de sostenibilidad, la científico-social como la del Informe Brundtland que relaciona el bienestar presente y futuro de las personas; y las ecológicas, que requieren la protección de los procesos ecológicos como condición de sostenibilidad. Se explicarán ambas definiciones más adelante dentro de este marco. En general, se entiende por sostenibilidad a la mejora de la calidad de vida de los humanos dentro de un entorno específico de acuerdo a su capacidad de carga o sustentación de sus ecosistemas.

Rodríguez y Govea (2006) plantean que lo sostenible, alude a considerar los siguientes parámetros: (a) los recursos y su utilización con criterios de adecuación y pertinencia; (b) el desarrollo de alternativas que conduzcan a hacernos menos depredadores como especie; (c) el empleo por parte de las industrias de tecnología limpia que sea más verde, menos contaminante y más comprometida con el bienestar humano; (d) la consolidación de una cultura política orientada hacia el estímulo del compromiso y la responsabilidad social de los políticos y otros actores clave del proceso de gestión pública y empresarial; (e) revalorización de las actitudes y conductas ancladas en valores éticos y, sobre todo, que el Estado y las instituciones públicas creen dispositivos legales y de participación dirigidos, por una parte, a limitar el uso inadecuado de los recursos y, por la otra, a posibilitar la participación activa de la ciudadanía en la defensa de aquellos bienes sociales, culturales, económicos, naturales que le son comunes y se constituyen en el acervo socio histórico y cultural de los grupos humanos así como de su medio ambiente.

Se entiende como actividad sostenible a aquella que puede llevarse a cabo sin dañar a largo plazo la salud e integridad de los entornos naturales y culturales; transmitiendo a futuras generaciones, acciones y conocimientos sobre el manejo del capital económico, natural, social y humano (Chiriboga, 2012). En otras palabras, se define a la sostenibilidad como una relación equilibrada entre la sociedad, el medio ambiente y la economía; elementos base para el desarrollo de destinos turísticos sostenibles.

### **Indicadores de sostenibilidad.**

El resultado de la sostenibilidad implica replantear el funcionamiento de los entornos sociales, estableciendo un sistema de indicadores que faciliten la evaluación y seguimiento del desarrollo local y global. Brundtland (1987) plantea que existen diferentes organizaciones que han establecido clasificaciones de los indicadores de

sostenibilidad con el fin de facilitar su comprensión y su uso, se plantearan las siguientes:

Tipos de indicadores según el modelo de presión, estado y respuesta (OCDE, 2001):

- a) Presión: Los indicadores de presión son aquellos que describen los impactos ejercidos por las actividades humanas sobre el medio ambiental, de forma directa o indirecta. Afectan a la calidad y a la cantidad de los recursos naturales.
- b) Estado: Los indicadores de estado muestran la calidad del medio ambiental y de los recursos naturales. Estos indicadores tienen que dar una visión global de la situación del medio ambiente y su evolución, pero no de la presión que se ejerce sobre él.
- c) Respuesta: Los indicadores de respuesta expresan en qué medida la sociedad (instituciones, administraciones, colectivos, sectores económicos, etc.) responden a los cambios ambientales y su preocupación por ellos. Se entienden por respuesta de la sociedad las acciones individuales o colectivas que tienen como propósitos evitar, atenuar o corregir las repercusiones negativas para el medio ambiental como consecuencia de la actividad humana. (p. 9)

Por otro lado, se plantean los indicadores comunes europeos según la Dirección General del Medio Ambiente y la Comisión Europea (2000), como soporte de los progresos realizados en temas de sostenibilidad. Consta de cinco indicadores obligatorios y cinco voluntarios:

Indicadores principales (obligatorios):

- a) Satisfacción de los ciudadanos con la comunidad local.
- b) Contribución local al cambio climático global.
- c) Movilidad local y transporte de pasajeros.
- d) Existencia de zonas verdes públicas y de servicios locales.
- e) Calidad del aire en la localidad.

Indicadores adicionales (voluntarios):

- a) Desplazamientos de los niños entre la casa y la escuela.
- b) Gestión sostenible de la autoridad local y las empresas locales.
- c) Contaminación sonora.
- d) Utilización sostenible del suelo.
- e) Productos que fomentan la sostenibilidad. (p. 8)

Finalmente, Feria (2003) expone los indicadores de Seattle sostenible como un instrumento claro e inobjetable para evaluar tanto las condiciones de sostenibilidad de la ciudad como de la eficacia o inoperatividad de las políticas públicas en relación a la cuestión. Son alrededor de 100 indicadores de los cuales se expondrán los más importantes.

Medio Ambiente:

- a) Número de días con buena calidad del aire por año.
- b) Porcentaje de calles peatonales.
- c) Volumen de ahorro de agua.

Población y Recursos:

- a) Población total y ratio de crecimiento anual.
- b) Toneladas de residuos sólidos generados y reciclados por persona año.
- c) Consumo medio diario de agua por núcleo familiar.

Economía:

- a) Desempleo por etnia y edad.
- b) Porcentaje de niños que viven en la pobreza.
- c) Subsidios mensuales a trabajadores.

Cultura y Sociedad:

- a) Porcentaje de profesores por etnia.
- b) Volumen del tráfico.
- c) Número de árboles plantados. (p. 9)

Para el presente trabajo de titulación se trabajará con el concepto de sostenibilidad de la UNESCO, los parámetros de sostenibilidad de Rodríguez y Govea y se tomará como referencia para aportar a las mejoras dentro de la Hacienda San José el modelo de indicadores comunes europeos de la Dirección General del Medio Ambiente y la Comisión Europea.

### **Sostenibilidad ecológica.**

Desde la perspectiva ecológica, el concepto de sostenibilidad es muy diferente. Para Brundtland (1987) significa que: “los sistemas económico-sociales han de ser reproducibles a corto, medio y largo plazo sin deteriorar los ecosistemas naturales en los que se apoyan” (p. 2). Por otro lado, para Fernández y Gutiérrez (2013) la sostenibilidad ecológica es:



Tener un medio ambiente vivible, una economía equitativa y procesos viables con una administración responsable del manejo de los recursos. Ecológicamente, la sostenibilidad se describe cómo la permanencia de los sistemas biológicos a seguir siendo diversos y productivos a través del tiempo, condición necesaria para el bienestar humano y de otros organismos.

Brundtland (1987) también declaró que existen diversos planteamientos sobre el término, sostenibilidad ecológica. En su informe mencionó que estos planteamientos bien pueden:

Ir desde lo que José Manuel Naredo y Salvador Rueda consideran sostenibilidad débil, reflexionando desde la perspectiva monetaria propia de la economía, o desde la sostenibilidad fuerte, donde el asunto se trata desde la perspectiva ecológica y las ciencias de la naturaleza. Sólo en este segundo sentido puede hablarse, con propiedad, de sostenibilidad. (p. 2)

Por este motivo, lograr un destino turístico sostenible implicaría definir el uso y gestión de los recursos que provee la Hacienda San José. Se distinguen estos recursos naturales como renovables y no renovables. Se entiende por recursos renovables a el agua, el aire, a tierra, productos agrícolas; respecto a ellos, el desarrollo sostenible supone que la tasa de recolección debe ser igual a su tasa de regeneración. Por otro lado, los recursos no renovables se conocen como aquellos que se agotan con su uso y son imposibles de fabricar nuevamente. Lo ideal sería hacer un uso de ellos cuasi-sostenible limitando sus tasas de vaciado a la tasa de creación de sustitutos renovables (Brundtland, 1987).

En conclusión, la sostenibilidad ecológica dentro de la Hacienda San José se aplicaría para que así aumentar la productividad de sus recursos, desde el punto de vista turístico. Es decir, aprovechando todos y cada uno de ellos para brindar una experiencia agroturística diferente.

### **Desarrollo sostenible (informe Brundtland).**

La definición de desarrollo sostenible citada con mayor frecuencia es la propuesta por la Comisión de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocida también como Comisión Brundtland (WCED, 1987). En su informe a la Asamblea General de las Naciones Unidas, titulado "Nuestro Futuro Común", la Comisión definió el desarrollo sostenible como el "desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras

de satisfacer las propias" (p. 1). Tras el informe de Brundtland, distintas organizaciones han expresado su propia definición sobre desarrollo sostenible. La Unión Mundial de la Conservación (1991) mediante el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y Fondo Mundial de la Naturaleza, concluyó que "el desarrollo sostenible implica la mejora de la calidad de vida dentro de los límites de los ecosistemas". Por su parte, el Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales, expuso al desarrollo sostenible como aquél que ofrece servicios ambientales, sociales y económicos básicos a todos los miembros de una comunidad, sin poner en peligro la viabilidad de los sistemas naturales, construidos y sociales de los que depende la oferta de servicios (ICLEI, 1994).

Por otro lado, Rodríguez y Govea (2006) hablan de tres vertientes del desarrollo sostenible:

Primero, la sociedad apoyada en sus raíces. Segundo, una sociedad pensada por el gobierno en conjunto con la ciudadanía a través de la democracia hacia una visión de logros colectivos. Tercero, el factor medioambientalista haciendo sostenible la triada sociedad – economía - medio ambiente; también conocida como triple sostenibilidad, de la que se hablara más adelante.

Esta última vertiente debe basarse en técnicas y métodos que deberán adquirirse para que con conciencia y compromiso se construya un producto turístico sostenible para la Hacienda San José. Se utilizarán los recursos adecuadamente mediante procesos limpios, generando una cultura de servicio y mejorando la gestión administrativa y empresarial. Los directivos y trabajadores de la hacienda se verán comprometidos a trabajar bajo procesos elaborados por sí mismos, para lograr alcanzar la sostenibilidad social, económica y ambiental (triple sostenibilidad).

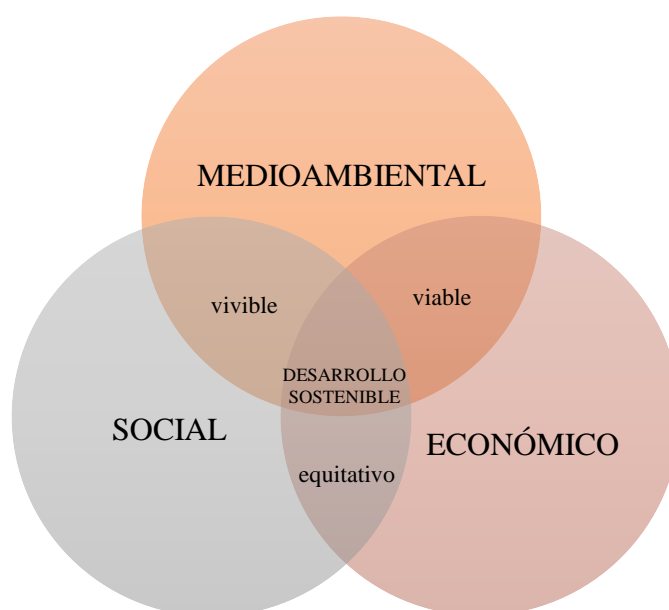
### **La triple sostenibilidad.**

Tal como se menciona anteriormente, el concepto de desarrollo sostenible contiene tres dimensiones principales: la económica, la social y la ambiental. Mismas que también se suelen denominar como pilares. El aspecto medioambiental hace referencia a la sustentabilidad; el pilar económico, implica la satisfacción de necesidades, eficiencia y deseos humanos; y el pilar social involucra la justicia y calidad de vida. Aunque estos tres componentes pueden y suelen estar en conflicto, especialmente, en la situación actual. Sin embargo, se pretende que las tres

dimensiones o los tres pilares son dependientes y están relacionados entre sí, es decir, todas tienen el mismo rango e importancia.

Dillard, Dujon y King (2009) mencionan que son tres metas:

- a) Vivir de una manera que sea ambientalmente sostenible o viable en el largo plazo.
- b) Vivir de una manera que sea económicamente sostenible, manteniendo los estándares de vida en el largo plazo, y
- c) Vivir de una manera que sea socialmente sostenible, ahora y en el futuro. (p. 2)



*Figura 1.* Triple Sostenibilidad. Adaptado de: *¿Desarrollo sostenible? o ¿sustentable?*, por F. Villamizar, 2013. Universidad de Santander.

En el gráfico se observa el desarrollo sostenible en el centro y a su alrededor la interacción con las tres dimensiones para lograr la sostenibilidad como un equilibrio entre las políticas a favor del medio ambiente que logren el crecimiento económico, y las acciones socialmente responsables a favor de la naturaleza, que además deben ser equitativas entre ambas. Pues, la naturaleza proporciona el modelo de una economía sustentable y productiva

Es así como Ayuso (2003) concluyó que el objetivo de cada una de las dimensiones del desarrollo sostenible es el siguiente:

- a) La sostenibilidad ambiental debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos naturales
- b) La sostenibilidad social debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y valores de las personas, y mantengan y refuercen su identidad.
- c) La sostenibilidad económica debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes de la región afectada y que los recursos sean gestionados de tal manera que se conserven para las generaciones futuras. (p.23)

Brundtland (1987) planteo que:

La sociedad sustentada en un sistema económico basado en el intercambio de bienes y capital debería replantear el uso de sus instrumentos, aprovechando mucho mejor los recursos que necesita y reduciendo la cantidad de residuos, fomentando su reutilización y reciclaje. (p. 4)

De esta manera los turistas podrán transformar los residuos de la materia prima que se cultiva en la Hacienda San José, en distintos productos para su uso, cuidado o recreación. Lo que logrará, por un lado, aprovechar al máximo los recursos, y a su vez se generará una experiencia totalmente distinta agregando un efecto diferenciador al producto turístico. Además, los recursos naturales serían respetados y utilizados en su totalidad, perdurando en el tiempo. Mediante estos procesos se mejorará la economía dentro de la Hacienda como un instrumento de valoración y apoyo para el desarrollo del agroturismo de manera sostenible, y la protección de la naturaleza.

Es necesaria una asociación entre los seres humanos, y de los seres humanos con el medio ambiente. Los sistemas socio-económicos deberán efectuarse sin deteriorar los ecosistemas en los que se apoyan y sin disminuir la calidad de vida de los seres humanos que lo conforman. Además, es indispensable pensar en las futuras generaciones, para que puedan disponer de los recursos naturales justo como lo hacen las generaciones actuales. Así se generaría un modelo sostenible de gestión turística.

### **Objetivos de desarrollo sostenible.**

En 2015, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) aprobó la agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible. Una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar

a nadie atrás. La agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. La ONU indicó que, para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte por igual: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y los ciudadanos, para asegurar que dejaremos un planeta mejor a las generaciones futuras.

Los ODS, también son conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030 (ONU, 2015). A continuación, se enlistan los ODS:

- a) Fin de la pobreza: para lograr este objetivo, el crecimiento económico debe ser inclusivo, con el fin de crear empleos sostenibles y de promover la igualdad.
- b) Hambre cero: el sector alimentario y el sector agrícola ofrecen soluciones claves para el desarrollo y son vitales para la eliminación del hambre y la pobreza.
- c) Salud y bienestar: es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal.
- d) Educación de calidad: la educación es la base para mejorar nuestra vida y el desarrollo sostenible.
- e) Igualdad de género: la igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible.
- f) Agua limpia y saneamiento: el agua libre de impurezas y accesible para todos es parte esencial del mundo en que queremos vivir.
- g) Energía asequible y no contaminante: la energía es central para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que se enfrenta el mundo en la actualidad.
- h) Trabajo decente y crecimiento económico: se debe reflexionar sobre este progreso lento y desigual, y revisar nuestras políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza.
- i) Industria, innovación e infraestructura: las inversiones en infraestructura son fundamentales para lograr un desarrollo sostenible.
- j) Reducción de las desigualdades: reducir la desigualdad en y entre los países.
- k) Ciudades y comunidades sostenibles: las inversiones en infraestructura son cruciales para lograr el desarrollo sostenible.

- l) Producción y consumo responsables: el objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos.
- m) Acción por el clima: el cambio climático es un reto global que no respeta las fronteras nacionales.
- n) Vida submarina: conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- o) Vida de ecosistemas terrestres: gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
- p) Paz, justicia e instituciones solidarias: acceso universal a la justicia y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles.
- q) Alianzas para lograr los objetivos: revitalizar la Alianza Mundial para el desarrollo sostenible.

Los 17 ODS están integrados, ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social. Son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día.

### **Principios de desarrollo sostenible.**

Así mismo, Brundtland (1987) planteo que para que una sociedad se desarrolle hacia la sostenibilidad, se deberían implicar al menos, los siguientes principios:

- a) Respetar los límites de regeneración y absorción de los ecosistemas naturales. En un planeta finito, el ritmo de crecimiento ilimitado de la población y del consumo de los recursos es inviable, más aún si el modelo de producción y consumo que se expande es el de los denominados países desarrollados.
- b) Vivir de las fuentes de energía renovables: la solar y energías renovables endógenas que no contaminan: se necesita un sistema energético basado en energías renovables. Los depósitos de energías fósiles deberían considerarse como una red de seguridad mientras se realiza la transición.
- c) Producir y consumir cerrando los ciclos de materiales: residuo cero de la materia prima. Todos los productos de la economía deberían ser nutrientes biológicos (biodegradabilidad y atoxicidad) del metabolismo biológico o nutrientes industriales de la producción industrial.

- d) Reducir el transporte horizontal de materias primas a larga distancia: el desarrollo sostenible es fundamentalmente producción endógena y de proximidad.
- e) Evitar los productos xenobióticos: impedir la introducción de productos artificiales y extraños a los sistemas naturales, por ejemplo, los organismos modificados genéticamente.
- f) Respetar y estimular la biodiversidad natural, también respetando las singularidades regionales, culturales, materiales y ecológicas. La enorme variedad de genes, organismos, y ecosistemas es una característica básica de la vida en el planeta y una garantía de seguridad para la humanidad.
- g) Reducción de la desigualdad en el uso de los recursos a escala global y eliminación de las relaciones de dependencia, que producen pobreza, desnutrición e imposibilidad de desarrollo humano.
- h) Aumentar la eco eficiencia: Se ha de promover la mejora de la eficiencia en la producción y el consumo final de los recursos. Es necesario priorizar la tecnología que aumente la productividad de los recursos. (p. 7 – 8)

### **La cuádruple sostenibilidad.**

Posteriormente se genera la idea de un cuarto pilar: la sostenibilidad cultural. Esto se produce debido a que se empieza a considerar al patrimonio cultural como un principio fundamental para una sociedad sostenible. De la misma manera que la equidad social, el compromiso medioambiental y la viabilidad económica. La cuarta dimensión de la sostenibilidad reitera a la cultura de manera interdependiente al desarrollo sostenible, dando a entender que, si se desintegra la cultura de una sociedad, también se desintegrará todo su sistema.

Graham (2003) definió entonces las cuatro dimensiones como:

- a) Dimensión medioambiental: el medio ambiente es el entorno en que opera una organización, incluyendo aire, agua, tierra, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el medio ambiente construido y sus interrelaciones.
- b) Dimensión económica: la economía representa los intercambios y los recursos de una comunidad, las dos preocupaciones centrales de la economía son la asignación eficiente de los recursos disponibles y el problema de conciliar recursos con un deseo casi infinito de bienes y servicios.

- c) Dimensión social: la sociedad es el término más general para el conjunto de instituciones y las relaciones dentro de la cual un grupo relativamente grande de personas viven. También es el término más abstracto para el estado en que dichas instituciones y las relaciones se forman.
- d) Dimensión cultural: La cultura es la expresión de la estética de una sociedad, los valores morales y espirituales, de su comprensión del mundo y de la vida misma, la cultura transmite la herencia del pasado y crea el patrimonio del futuro. (p. 3)

### **Diseño sostenible.**

El diseño ecológico que utiliza materiales reciclados es una creciente influencia en el desarrollo urbano sostenible de la comunidad y en la planificación rural. El diseño sostenible, que utiliza los aspectos esenciales de la identidad cultural, puede servir para sintetizar el pasado con el presente en beneficio del futuro y también es visto como un componente de la sostenibilidad cultural (Chiriboga, 2012).

La aplicación de la sostenibilidad en el ámbito del turismo y sus distintas modalidades, es todavía un fenómeno relativamente nuevo. Por otro lado, la planificación de los destinos sostenibles reconoce la necesidad del capital cultural, pero carece de ideas sobre cómo integrar la sostenibilidad cultural. Existe la necesidad de mostrar cómo la cultura puede ser integrada en la construcción de destinos turísticos. Esta integración debe surgir de la comprensión de los vínculos entre las dimensiones culturales, ambientales, económicas y sociales de la sostenibilidad. Se podría realizar mediante *tours*, experimentando de cerca la vida agrícola, sus costumbres, tradiciones y métodos de trabajo; en el caso de la Hacienda San José, se podría brindar una experiencia sobre cómo los pioneros en agricultura sembraban y cultivaban el cacao o banano. A su vez, relatar la transformación de este proceso en el tiempo y su evolución hasta la actualidad para exportarlo intercontinentalmente.

### **Creación de puestos de trabajo verdes.**

El desarrollo hacia una economía sostenible ha dado origen a los empleos verdes, un nuevo tipo de trabajo que desempeña una función importante para la ecologización de las empresas y sectores económicos. La creación de empleos verdes juega un papel decisivo para la interrelación entre la sostenibilidad ambiental y los mercados de trabajo. Según la OIT (2008), la definición de empleo verde es todo



empleo decente que contribuye a preservar o restablecer la calidad del medio ambiente, ya sea en la agricultura, la industria, los servicios o la administración. A su vez, estos empleos generan variedad de impactos positivos de los cuales se rescata que:

- a) Reducen el consumo de energía y de materias primas.
- b) Limitan las emisiones de GEI.
- c) Reducen al mínimo los residuos y la contaminación.
- d) Protegen y restablecen los ecosistemas.
- e) Hacen posible la adaptación de las empresas y las comunidades al cambio climático.

Un elemento importante de esta definición de «empleo verde» es el hecho de que los empleos deben ser productivos, proporcionar ingresos suficientes, protección social y respetar los derechos de los trabajadores. En esta definición se incorporan las tres dimensiones del desarrollo sostenible. El empleo verde es un trabajo decente que reduce de manera considerable los efectos negativos en el medio ambiente de la actividad económica. Por un lado, los empleos verdes son parte importante de las ganancias en términos de empleo vinculadas a una economía más sostenible desde el punto de vista ambiental. Por el otro, revisten importancia crucial para que el cambio sea técnicamente factible y económicamente viable. Sin trabajadores calificados y motivados en nuevos sectores de crecimiento verde y en ocupaciones clave en todos los sectores económicos, las inversiones efectuadas y las tecnologías utilizadas no van a generar los beneficios esperados para lograr el desarrollo sostenible (OIT, 2013).

### **Turismo sostenible.**

Vincular la cultura, medio ambiente y el turismo en el proceso de desarrollo sostenible resulta vital si queremos alcanzar los objetivos del presente trabajo de titulación. Hoy en día se da mayor relevancia al valor de los paisajes naturales y culturales, y los procedimientos de patrimonio natural y culturas para el desarrollo sostenible. Tiene más valoración el cuidado de los recursos y los viajeros tienen mucha más consciencia de su impacto ecológico al viajar. Un turista responsable se distingue por arrojar la basura en los lugares indicados, respetar el entorno, consumir productos locales e investigar sobre el sitio que va a visitar. Esto desarrollaría un plus para la Hacienda San José, pues el producto que se pretende comercializar es de carácter medio ambiental.

Según Lacouture (2019) la ONU ha fijado un nuevo norte en la industria del turismo hacia 2030. Al crecimiento económico le exige un desarrollo incluyente y un foco ambiental. En este contexto comienza a desarrollarse un nuevo mercado en torno a la sostenibilidad en el turismo lo que implicaría:

Un tipo de consumidor con características particulares, un mayor nivel de conciencia por el cambio climático y por el impacto social de sus actividades. En función a este perfil de consumidor ya existen nuevos tipos de turismo en creciente demanda; el ecoturismo.

De acuerdo con la definición acogida por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el ecoturismo consiste en realizar viajes turísticos a destinos naturales que conservan el medioambiente y considera el bienestar de la población local como parte del entorno social. Implicaría un impacto positivo en el desarrollo económico de las comunidades locales.

Actualmente, esta modalidad se encuentra en auge, y es preciso asignar un presupuesto apropiado que permita generar productos ecoturísticos y crear cadenas de servicios que puedan atender la demanda de turistas de la mano de la conservación ambiental. Se convertiría en un motor de desarrollo como factor determinante para la economía. A su vez, la confluencia con el medio ambiente para el desarrollo del turismo de naturaleza también es muy relevante. Pues, el turismo sostenible implica la gestión integral de todos los recursos tanto económicos, sociales y ambiental para mantener la integridad cultural, diversidad biológica y sistema de soporte de vida. Motivo por el cual se pretende aplicar prácticas de sostenibilidad en la Hacienda San José, con la finalidad de llevar a cabo el objetivo de diversificar su economía mediante el uso de la materia prima que produce.

### **Teoría General de los Sistemas.**

Para comprender adecuadamente el papel del destino turístico es necesario aplicar el enfoque de la teoría general de los sistemas para conocer todas las interrelaciones existentes, y sus respectivos impactos sobre el plan estratégico. Bertalanffy (1973) definió que un sistema es: “un conjunto de elementos que son interrelacionados entre ellos y también relacionados con el entorno”. Así mismo, se puede considerar un sistema abierto, que permite identificar las características básicas de sus elementos. Esto lleva a ver turismo como un sistema interrelacionado e integrado, el cual permite:

- a) Hacer resaltar la interdependencia en turismo que existe de varios elementos interrelacionados cooperando para cumplir objetivos comunes. Esto es demostrado por la teoría general de los sistemas
- b) La naturaleza abierta del sistema de turismo: El sistema de turismo es dinámico y cambiando constantemente y siempre hay nuevos conceptos y fenómenos llegando.
- c) La complejidad y variedad en todos los aspectos de turismo.
- d) Refleja mejor el gran nivel de competitividad presente en turismo hoy en día.
- e) Reconoce el nivel de fricción y desarmonía en turismo al final de los años 90

### **Turismo.**

Existen varios autores que definen a su manera el concepto de turismo. Sin embargo, para el presente trabajo de titulación se trabajará con la definición postulada por la Organización Mundial del Turismo (1998), la cual indicó que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

En definitiva, las numerosas definiciones de turismo y de turista tienen algunos elementos comúnmente aceptados:

- a) Turismo implica necesariamente desplazamiento. Este es un elemento esencial para que haya turismo. Un viaje es el componente esencial del turismo.
- b) Permanencia fuera del domicilio. Es un movimiento de un lugar a otro y una salida de la residencia habitual en dirección a otras localidades o centros turísticos por un tiempo. La práctica implica la permanencia fuera del lugar de residencia.
- c) Temporalidad. Un viaje implica siempre un regreso, una ida y una vuelta.  
Se sabe que el turismo se compone siempre de dos elementos:
  - a) Sujeto: una persona, que es el centro de todo hecho turístico, que por medio de sus deseos y necesidades origina las más diversas actividades para el turismo.
  - b) Objeto: oferta turística, la persona viaja temporalmente, en busca de unos elementos, que forman la oferta turística.

Por formar parte del sector servicios, las características más relevantes de los productos son: intangibles, necesario contacto productor y cliente, participación simultánea del usuario en el proceso de producción. Algunas de las características que condicionan particularidades en el sector turismo y su producto son:

- a) La empresa turística no trabaja con stock por la inmaterialidad del producto. Esto ocurre con el transporte, el alojamiento, operadoras de turismo, agencias de viajes y casi todas empresas de sistema.
- b) Los servicios turísticos son, como cualquier servicio, percibidos con el tiempo.
- c) El producto final, en sentido macroeconómico, es un conjunto de prestaciones, muy variado, de un lado, y nunca idéntico, de otro. Es un producto concebido a partir de una serie de otros servicios.
- d) El producto final ha de estar compuesto por el propio consumidor, que tiene la posibilidad de organizar su propio viaje turístico.
- e) El consumidor debe dirigirse al propio lugar de producción turística, para disfrutar de consumo y satisfacer sus deseos y necesidades.
- f) El consumidor de turismo debe pagar sus gastos antes de consumirlos.
- g) La calidad del producto turístico estará siempre en función de la multiplicidad de contactos directos entre empresas y cliente.
- h) La ley de utilidad marginal decreciente no es aplicable al fenómeno turístico. Los viajes de turismo forman parte de los productos cuyo consumo se estimula con el propio consumo.

Krippendorf y Nantermod (1971) elaboraron unas relaciones que reúnen los principales grupos de necesidades turísticas, de un lado, y, de otro, las principales empresas capaces de satisfacerlas.

Tabla 1

*Empresas Turísticas que trabajan al servicio de las Necesidades requeridas por los turistas durante su estadía en cualquier destino*

<b>Necesidades</b>	<b>Empresas turísticas</b>
<b>Traslados de lugar</b>	Transporte de corta y larga distancia (vía: férrea, autovías, aérea, marítima)
<b>Alojamiento</b>	Hotel, motel, pensión, establecimientos de salud, sanatorios, camping, y otros.
<b>Restauración</b>	En hoteles, moteles, entre otros. Restaurantes, tearoom, entre otros. Tiendas de productos alimenticios, kioscos entre otros.
<b>Entretenimiento</b>	Equipamientos o medidas específicas tomadas al respecto en los hoteles. Cines, teatro, casino, juegos, discotecas, bar, entre otros. Equipamientos deportivos, profesores de deportes o escuela de deportes variados.
<b>Salud y restablecimiento</b>	Establecimientos de salud, sanatorios, establecimiento de baños termales, etc.
<b>Información y organización de viajes</b>	Agencias de viaje, órganos de turismo y sociedades de desarrollo, empresas de transporte, hoteles, entre otros.

*Nota:* Tomado de: *Marketing et Tourisme*, por J. Krippendorf, 1971, *Teoría general de los sistemas aplicada al sector turístico*, vol. 2, página 8.

### **Sistema turístico.**

Molina (2000) considera que el estudio sistémico del turismo está poco desarrollado, en especial en América Latina. El turismo, visto como un sistema, está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común. Las partes o subsistemas que forman el sistema turístico son:

- a) La superestructura: organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas.
- b) La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero.
- c) La infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etc.
- d) El equipamiento y las instalaciones: hoteles, campings, restaurantes, cafeterías, agencias de viaje, entre otros.
- e) La comunidad receptora: residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo.

El sistema propuesto concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios. El mismo importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos (Molina, 2000). Los objetivos de los subsistemas son:

- a) Contribuir a la evolución integral de los individuos y de los grupos de individuos.
- b) Promover el crecimiento y el desarrollo económico y social.
- c) Proporcionar descanso y diversión.

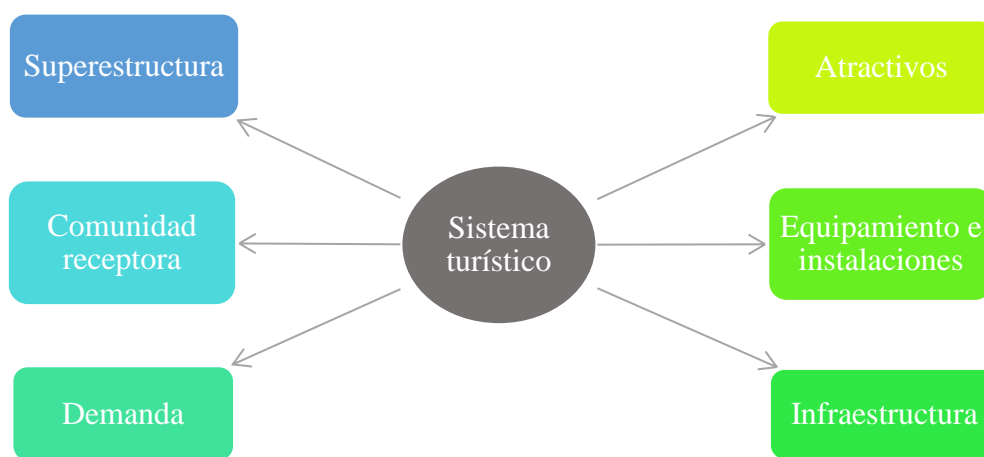


Figura 2. El Sistema Turístico. Adaptado de: *Conceptualización del turismo*, por S. Molina, 2000.

Según Cava (2017) se conoce la diferencia entre turista real o consumidor potencial. El turista real es el mismo que contrata los servicios con previo aviso, mientras que el consumidor potencial es aquel que, a pesar de contar ya con los servicios, aprovecha para adquirir más productos durante la estadía en el destino. Por esta razón es que el proceso de venta al público desempeña un papel importante al momento de posicionar un destino, el lograr alcanzar el mercado deseado no siempre puede llegar a ser considerado como algo fácil de obtener. Sin este elemento el sistema no lograría el objetivo principal de turismo que es la movilización de gente hacia algún lugar, ya sea por motivos de cultura o apreciación de algún fenómeno natural.

Para el presente trabajo de titulación se tomará como referencia el sistema turístico propuesto por Molina (2000) el cual “posee seis elementos que se relacionan entre sí y logran que se pueda obtener un producto turístico completo”. Se ha considerado como el más apropiado porque es el único que toma en cuenta a la comunidad receptora, que forma parte fundamental del de la logística y ejecución de

las actividades en la Hacienda, pues son quienes trabajan en los procesos agrícolas y a su vez brindan los tours a los visitantes de la misma. Así mismo son importantes las organizaciones de apoyo al turismo como una parte fundamental del desarrollo de la actividad en el destino. Pues, cuenta con la infraestructura, el equipamiento e instalaciones necesarias para ofertar el atractivo agroturístico.

Ricaurte (2009) concluyo que:

La propuesta de Sergio Molina, al tomar como referencia la Teoría General de Sistemas, considera al sistema turístico como un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental, político y económico lo que nos proporciona una base teórica para la práctica de un turismo sostenible, responsable con la comunidad receptora y dinámico económica y políticamente. (p. 14)

Hacienda San José pretende ofertar un producto dinámico que englobe la protección del medio ambiente, sostenibilidad y la valoración de los recursos para el desarrollo del agroturismo. De esta manera se analizará cada ente del sistema inmerso en la actividad turística de la Hacienda para definir sus necesidades y requerimientos.

## **Marco Conceptual**

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación se citarán conceptos y definiciones de palabras clave relacionadas al tema de la investigación en curso.

### **Actividad turística.**

Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos (Entorno turístico, 2020). Boncheva & Ibáñez (2012) acotaron que el turismo y la actividad turística son un importante factor económica para el desarrollo regional, principalmente en comunidades rurales y hábitats donde se lleve a cabo

### **Agroturismo.**

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 (Barrera, 2006). Así mismo, Boncheva & Ibáñez (2012) concluyo que el agroturismo es una actividad que busca vincularse con las labores del campo, las actividades económicas tradiciones en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina.

### **Demanda turística.**

Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos (OMT, 2019). Por otro lado, desde el punto de vista económico, son los servicios turísticos o el volumen de viajes que las personas están dispuestas a pagar a un precio específico; y, desde el punto de vista psicológico, son los comportamientos y motivaciones (Rigol, 2009).

### **Destino turístico.**

Espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector (OMT, 2019). Por otro lado, Carballo y Fraiz (2016) indicaron que un destino turístico está conformado por una serie de recursos que deben poner en valor y hacer llegar a su potencial turista, pues comprende un conglomerado de elementos tangibles e intangibles, pero también puede percibirse globalmente como un producto y un servicio único.

### **Hacienda turística.**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios (MINTUR, 2016).



### **Industria turística.**

Conjunto de empresas, establecimientos y otras organizaciones cuya actividad principal es ofrecer bienes y servicios a los turistas (OMT, 2019). Así mismo, López (2019) acoto que la industria turística es una organización integral para la producción de un producto turístico, la cual generalmente incluye recursos y empresas turísticas (organizaciones, instituciones, particulares, etc.) que ofrecen servicios a los turistas.

### **Innovación turística.**

Es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad (OMT, 2019). Villa (2019) concluyo que el eje de la innovación turística es el cliente (el externo y el interno); la innovación es el motor que llevara a la creación de nuevos servicios, nuevos productos, con el fin último atraer y fidelizar a los clientes.

### **Itinerario.**

Descripción detallada de las actividades que se llevaran a cabo durante un viaje, incluye los horarios. Es común que tanto el viajero como el prestador de servicios turísticos tengan una copia (Entorno turistico, 2020). Un itinerario también es la secuencia de varios puntos en una trayectoria que define, direcciona y describe el camino que va a ser recorrido o ruta. Un itinerario turístico describe los lugares de interés que deben ser visitados por los turistas (Ramírez, 2017).

### **Oferta turística.**

Conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas (SEGITTUR, 2015). López (2019) concluyo que el objeto de la oferta turística es un consumidor, un turista. Por lo tanto, al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades.

### **Producto turístico.**

Elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (OMT, 2019).

### **Recurso turístico.**

Es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual (Camara & Morcate, 2014).

Son elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes; son “materia prima” para las atracciones (Entorno turístico, 2020).

### **Servicios turísticos.**

Es la capacidad que brindan los establecimientos turísticos en cuanto a número de establecimientos, total de empleados, número de habitaciones, camas, plazas y mesas, por actividad turística (alojamiento, comidas y bebidas, intermediación, operación, termas y balnearios, y otros), subactividad, provincia y cantón (MINTUR, 2016).

### **Turismo nacional.**

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2019). El mismo aporta al aumento de producto interno bruto del destino o país donde se realice, ayuda a elevar la calidad de vida de la comunidad receptora y la diversificación de la riqueza.

### **Turismo rural.**

Tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de

naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (OMT, 2019). Por otro lado, Boncheva & Ibáñez (2012) indico que es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realza la cultura, valores e identidad de la población local a través de la prestación de los servicios turísticos.

### **Turismo vivencial.**

Turismo generado por el interés de visitar una o varias comunidades campesinas y/o nativas (pueblos afro-peruanos y pueblos indígenas u originarios), con fines culturales, educativos y vivenciales. La comunidad se ve beneficiada a través de la prestación de los servicios y promueve la asociatividad para lograr la formalización de negocios a nivel empresarial (Caro & Torrejon, 2017). También es conocido como turismo de inmersión, consiste en poner en valor la experiencia que va a vivir el cliente (Ostelea, 2019). Está enfocado a los viajes que se centran en experimentar un país, ciudad o lugar en particular, mediante la conexión a su historia, población y cultura.

### **Turista.**

Personas alejadas de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (OMT, 2019). Así mismo, se define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar (SEGITTUR, 2015).

## **Marco Referencial**

Se han desarrollado varios estudios e investigaciones con respecto al análisis y rediseño de procesos de gestión en empresas turísticas. A continuación, se presentarán los siguientes proyectos para sustentar el presente trabajo de titulación.

### **Rediseño técnico turístico del balneario La Calera.**

El balneario La Calera, presenta características termales, brindando a los visitantes la oportunidad de mejorar su salud y realizar actividades complementarias

que brinden recreación y relajación (Piarpuezan, 2017). El mismo se considera un potencial recurso turístico pues presenta características propias, capaces de generar interés en los visitantes. Sin embargo, presenta un inadecuado manejo del establecimiento turístico, pues no se lleva a cabo un modelo de gestión que le permita desempeñar los roles turísticos necesarios para desarrollarse de mejor manera. Por lo que es necesario la aplicación de lineamientos para que el producto tenga la capacidad de incidir en el desplazamiento de grandes masas, potencializando su desarrollo.

En el desarrollo de la investigación se presentó un análisis de la situación actual del balneario, en el cual se identifican problemas en el desarrollo de las actividades turísticas. Se ocasiona debido a la deficiente distribución de las áreas de recreación sin tomar en cuenta las características y potencialidades que posee para crear nuevos servicios y actividades que satisfaga las necesidades de los visitantes (Piarpuezan, 2017). Se logró recolectar información bibliográfica de las variables para la metodología cualitativa y, a través de entrevistas y encuestas se logró recolectar información cuantitativa para obtener los datos necesarios para el desarrollo de la investigación. En la recolección se fundamentó las variables investigativas como son las áreas de recreación y recursos turísticos, tomando en cuenta modelos de distribución relacionados a balneario por ser el lugar en el cual se realiza la investigación.

De la investigación se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Aprovechamiento de los recursos turísticos gracias a la adecuada distribución de las áreas de recreación, brindando un servicio de calidad y diferenciación.
- b) Afluencia de visitantes a las instalaciones por motivos de salud y recreación que permiten mejorar el estilo de vida, tomando en cuenta sus requerimientos y necesidades.
- c) Nuevo rediseño turístico del balneario, con los modelos de distribución del espacio turístico y normativas vigentes.

Con los resultados obtenidos se logró realizar una descripción universal de cada actividad bajo la normativa técnica a la cuales deben estar ligadas, cumpliendo lineamientos turísticos.

### **Aplicación de procedimiento para rediseñar el proceso de alojamiento en el Hotel Vueltabajo.**

Los procesos, para que sean verdaderas herramientas de trabajo, primero deben elaborarse en base a lo que el cliente solicita; y segundo; se deben elaborar con la participación directa de quienes hacen el trabajo, es decir, de los verdaderos expertos

en lo que se hace en la empresa (Castañeda, Ucio, & Quintero, 2016). Una de las principales causas por la que surgen clientes insatisfechos, es por el incumplimiento de procesos. Cumplir con estos y medirlos, para conocer su nivel de cumplimiento, es darle al cliente lo que solicita y a la empresa la rentabilidad que busca y necesita. Desde hace algunos años el sector turístico se encuentra inmerso en un proceso de cambio que ha convertido a la innovación en uno de los elementos más preciados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas y es muy importante identificar aquellas actividades que generan valor, definir las, asumirlas y conocerlas bien, así como medir sus resultados. Es así como Castañeda et al. (2016), considera dichas razones necesarias para implementar un procedimiento que permita el rediseño del proceso de alojamiento en el Hotel Vueltabajo. En hotel se aplica el procedimiento de Santiesteban (2005) el cual consta de siete etapas, que se analizan y estudian en función de las necesidades de enfoque que presenta la instalación.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó como método de investigación teórico, el histórico lógico; y empírico, el análisis documental, la observación y la revisión bibliográfica. A su vez, se consultaron los Manuales de Procedimientos de la Cadena Hotelera Islazul, los informes de retroalimentación del MINTUR, así como los indicadores económicos correspondientes al área de alojamiento. Se utilizó un software de Microsoft Windows: Visio 2003, para el diseño de los diagramas de flujo y mapas de procesos de los diferentes procesos identificados. Finalmente, fueron aplicadas técnicas de diagnóstico para conocer el estado de la instalación: encuestas, entrevistas, listas de chequeo (Castañeda et al., 2016).

El rediseño propuesto permitió al hotel obtener los siguientes resultados:

- a) Mayor eficiencia y organización en el área de alojamiento con una incidencia directa en las áreas de Recepción y Regiduría de Pisos.
- b) Implementación del proceso de organización que permitió un mayor desempeño y cumplimiento de las funciones de los trabajadores del área de alojamiento.
- c) Incremento de las acciones de capacitación de los trabajadores del área de alojamiento sobre gestión y enfoque por procesos.
- d) Otorgamiento en el primer trimestre del 2015 la categoría Hotel 3 estrellas, a partir de la solución de las inconformidades detectadas en las listas de chequeo.
- e) Tematización de todas las áreas del hotel, en particular el área de recepción y las habitaciones en función del producto turístico Ruta del Tabaco.

- f) Elevación de la calidad de los servicios del hotel con la culminación total del área de alojamiento lo que permitió que las habitaciones hayan aumentado su confort con mobiliario nuevo.
- g) Elevación del índice de satisfacción de los clientes que visitan el hotel (2013, 90%; 2014, 93%; y 2015, 95%).
- h) Incremento de los ingresos por concepto de alojamiento, a partir del cumplimiento de las reservas propuestas en el plan de acciones.

En conclusión, a través el rediseño de procesos de alojamiento del Hotel Vueltabajo, se logró un mejor funcionamiento y desempeño de cada trabajador en su puesto de trabajo, como paso inicial para implantar un sistema de gestión de la calidad. También se fortaleció el manual de procedimientos del área de alojamiento permitiendo una mejora sustancial en la organización y en el aumento del grado de satisfacción del cliente, lo que demuestra la veracidad y objetividad de su aplicación (Castañeda et al., 2016).

### **Diseño de un sistema de gestión en Responsabilidad Social Empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena.**

Este artículo es resultado del proyecto de investigación titulado “Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena”. El cual partió de la caracterización de los pequeños hoteles de la ciudad, para finalmente proceder al diseño del modelo de gestión social, armonizado a las particulares propias de la población objeto de estudio (Vergara & Carbal, 2014). El mismo se constituye en una herramienta que proporciona un direccionamiento para realizar una gestión responsable en estas unidades empresariales. Para su diseño se han tomado como referencia diversas normas, estándares, principios, prácticas y modelos en responsabilidad social empresarial de todo el mundo, principalmente de Latinoamérica, y la interpretación que se hizo de la realidad actual de las prácticas sociales y ambientales de los pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena.

Según Vergara y Carbal (2014) este sistema tiene como fin facilitar la integración de principios y prácticas sociales y ambientales en los pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena, proporcionando a estas organizaciones una estructura coherente con su realidad, que se integre en sus procesos organizacionales, de tal manera que éstos puedan ejecutarse bajo lineamientos responsables, y sus impactos sobre la sociedad y el medio ambiente sean minimizados.

La metodología que siguió la investigación es de naturaleza descriptiva, ya que el objeto de la misma permitió establecer una caracterización de la realidad de los pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. Para el logro del objetivo trazado se llevaron a cabo las siguientes fases o etapas:

- a) Identificación de la población objeto de estudio y determinación de la muestra.
- b) Caracterización preliminar.
- c) Diseño y aplicación de cuestionarios.
- d) Estudio empírico (seguimiento de casos).
- e) Procesamiento y análisis de la información.
- f) Diseño y presentación del sistema de gestión social.

Por otro lado, de los principales resultados obtenidos de la investigación, se detalla que:

- a) Los hoteles que participaron en esta investigación cumplen con todos los requisitos legales para el desarrollo de su objeto social y con todas las obligaciones contractuales que emanan de la legislación laboral colombiana.
- b) El 55% de los hoteles participantes conocen el concepto de responsabilidad social empresarial y el 27% lo conocen en parte.
- c) Se pudo constatar que la mayoría de los hoteles (67%) difunde su misión, visión y metas institucionales entre sus empleados, teniéndolas visibles ante todos en la organización.
- d) El 73% de los hoteles mencionaron que tienen todas las condiciones para prestar un servicio de calidad y confort al segmento de turismo corporativo.
- e) Se cuenta con un manual de funciones y procedimientos que es dado a conocer a los empleados en el momento de su inducción a la empresa.
- f) Se implementa el uso de mecanismos para minimizar los impactos causados al medio ambiente, entre los que se destacan las bombillas ahorradoras y filtros para el ahorro del agua (Vergara & Carbal, 2014).

Los resultados evidencian que una visión socialmente responsable es aplicable a cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector económico. Vergara y Carbal (2014) concluyeron que “Aplicar preceptos socialmente responsables humaniza los procesos empresariales y genera valor agregado a las organizaciones que los interiorizan” (p. 105). Ser eficientes en todos los procesos, respetar el medio ambiente y ser partícipe de las problemáticas de los empleados, es el comienzo del camino hacia la gestión social sustentable. Esto no genera gastos

adicionales, más bien requiere una inversión de tiempo y esfuerzo por parte de empresario y/o gerente. La gestión social define un enfoque de conciencia, más no altruista.

En conclusión, La RSE es de voluntaria implementación, ésta nace del deseo, el cual posteriormente se transforma en un compromiso de los empresarios que tienen la certeza que la gestión social responsable se constituye en una estrategia para mejorar y adquirir matices diferenciadores que crean y dan ventajas competitivas. Por ello, la RSE debe convertirse en una estrategia de competitividad que genere beneficios y valor agregado a la organización (Vergara & Carbal, 2014).

## **Marco Legal**

Para que el sustento del presente trabajo de investigación tenga veracidad dentro del ámbito legal, es necesario destacar los siguientes artículos obtenidos de diferentes fuentes, las cuales aportan con importante información jurídica para la planeación del trabajo.

### **Constitución de la República del Ecuador.**

#### ***Art. 24.-***

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el título dos “Derechos”, capítulo segundo: derechos del buen vivir, sección cuarta: cultura y ciencia, artículo 24 se detalla que “Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre” (p. 32).

#### ***Art. 383.-***

Así mismo, en el título siete “Régimen del Buen Vivir”, capítulo primero: inclusión y equidad, sección sexta: cultura física y tiempo libre, artículo 383 indica que “Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad” (p. 173).



## **Ley de Turismo.**

### ***Art. 2.-***

En la Ley de Turismo (2014), capítulo uno “Generalidades”, artículo dos se define al turismo como: “El ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (p. 1).

### ***Art. 3.-***

Acorde al presente trabajo de titulación que se realizará en la Hacienda San José, la Ley de Turismo (2014), artículo tres, indica que son principios de la actividad turística, los siguientes:

Para efecto de la investigación se tomarán los literales: (a) la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; (c) el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; (d) la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, (e) la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (p. 1)

### ***Art. 4.-***

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (p 1 – 2)

**Art. 5.-**

Según la Ley de Turismo (2014), capítulo dos “De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen”, artículo cinco, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

Caso Hacienda San José, se califica dentro del literal: (d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (p. 2)

**Art. 8.-**

Por otra parte, la Ley de Turismo (2014), capítulo dos “De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen”, artículo ocho indica que: “Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes” (p. 2).

Importante para el desarrollo de la actividad turística de manera legal dentro de la Hacienda San José.

**Reglamento General De La Ley De Turismo.**

**Art. 43.-**

Según el Reglamento General de la Ley de Turismo (2015), título segundo “De las Actividades Turísticas”, capítulo uno: de las actividades turísticas y su categorización, artículo 43, se define las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

Caso Hacienda San José, se califica dentro del literal: (d) Operación.

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural,

turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (p. 11)

### **Plan Nacional de Desarrollo “Toda Una Vida”.**

El Plan Nacional de Desarrollo se fundamenta en tres ejes principales: derechos para todos durante toda la vida, economía al servicio de la sociedad, y capacidades sociales y estatales para fortalecer la existencia de un Estado democrático para el bien común. Dentro de cada eje se encuentran 3 objetivos que engloban la igualdad de derechos tanto para los seres humanos como para la naturaleza, la revalorización de la cultura, la sostenibilidad de los sistemas económicos, social, ambiental y político, la paz y ética social de manera que se logre posicionar al país en la región y el mundo.



*Figura 3.* Estructura general del Plan Nacional de Desarrollo. Tomado de: *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*, por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017.

Según señala la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2017), los desafíos se encuentran ahora en mantener una economía inclusiva para el cambio de matriz productiva generando alto valor agregado, a la par de propiciar una sociedad

con valores basados en la solidaridad y la corresponsabilidad. Los ecuatorianos deben ser el elemento central en el accionar político, sin limitarse únicamente a la cobertura de necesidades básicas. La Senplades también indicó que “La idea es ir más allá. Se trata de potencializar las capacidades de la población dentro de un ambiente de respeto a la interculturalidad, la plurinacionalidad y las identidades diversas” (p. 31).

Actualmente el mundo atraviesa un período de crisis ambiental, que amenaza a los recursos naturales, la pérdida de vegetación natural, la degradación de los ecosistemas, la extinción acelerada de especies, la contaminación ambiental y el cambio climático. Este tema debe ser incorporado dentro de la planificación a largo plazo para el manejo sustentable de los recursos por parte de las generaciones actuales, con el fin de garantizar un ambiente sano, digno y abundante para las generaciones futuras. Por otro lado, la Senplades (2017) propone que:

Se debe profundizar el impulso a la productividad, la diversificación productiva y la bioeconomía. Por lo tanto, una iniciativa de esta magnitud implica nuevos pactos en lo político, social, ambiental, fiscal y cultural, en torno a un proyecto común de largo plazo. Se requiere la promoción de un desarrollo territorial equilibrado, la soberanía alimentaria y energética, la sustentabilidad ambiental, el Buen Vivir rural integral, el intercambio justo y la estabilidad económica. (p. 31)

Es fundamental posicionar estratégicamente al país de manera integral en Latinoamérica para garantizar no solo el bienestar económico, sino también la consolidación de una cultura de paz y el posicionamiento de Ecuador en el mundo (Senplades, 2017).

### **Ecuador 2030**

Ecuador promoverá la solidaridad y el respeto a la diversidad, protegerá y aprovechará en una manera sustentable su patrimonio natural y cultural. Se estimulará la identidad nacional y las identidades diversas, junto con sus respectivos proyectos de vida, bajo la garantía de que todos y todas tenemos los mismos derechos. Según señaló la Senplades (2017), los principales elementos de la vida comunitaria en la ciudad son el espacio público y las áreas verdes. Además, que “se asegurará su rol como lugares seguros de interrelación y de desarrollo en cuanto a actividades culturales, de ocio y esparcimiento” (p. 32).

Con respecto a dos de los subsistemas del sistema turístico, infraestructura y equipamiento, la Senplades (2017) refirió que el acceso a los mismos alude a la organización de los asentamientos humanos en su interacción con los sistemas productivos. Además, las redes de infraestructura crean condiciones para el traslado de personas y el intercambio de bienes y servicios, así como para el fomento de la producción y relacionamiento a nivel nacional y regional. Por otra parte, los equipamientos dotan a la población de servicios públicos para el desarrollo pleno de sus potencialidades, a favor de la actividad turística en donde se planea desarrollar.

Tabla 2

*Aportes a la ciudadanía en el proceso participativo de construcción del Plan*

Derechos para todos, durante toda la vida	Economía al servicio de la sociedad	Más sociedad, mejor Estado
Salud inclusiva y preventiva	Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria	Participación inclusiva de niños y jóvenes, mediante la generación de espacios públicos urbanos y rurales
Calidad de vida para las personas de la tercera edad	Garantías y sostenibilidad de la dolarización	Incidencia de la ciudadanía en toma de decisiones y construcción del poder popular
Acceso a vivienda, servicios básicos y espacio público	Incentivos a emprendimientos (créditos, incentivos tributarios, comercio justo)	Cohesión territorial
Priorización de mano de obra local y creación de fuentes de empleo, apoyando el emprendimiento	Turismo comunitario responsable	Formación y capacitación de autoridades locales
Facilidades de acceso a todos los niveles de educación	Dotación de crédito y capacitación	Combate al tráfico y consumo de drogas
Servicios de movilidad eficiente para la sociedad	Sistemas de prevención de la evasión fiscal	Formación en valores desde los hogares y en coordinación con las instituciones educativas
Violencia intrafamiliar, eliminación del femicidio	Fomento a la inversión en maquinaria agropecuaria e infraestructura	Acceso a la información
Gestión Integral de riesgos	Sistema de información de productividad, rentabilidad y potencialidad del suelo	Transparencia en procesos de selección del servicio público

Defensa de los derechos del consumidor	Articulación con el sector privado	Identificación, denuncia y sanción efectiva de prácticas de corrupción
Acceso a TICS por parte de la población	Generación de sistema nacional de patentes	Aprovechamiento de mercados regionales
Participación de pueblos y nacionalidades	Minga agroecológica con pertinencia rural	Ciudadanía latinoamericana
Acceso al empleo	Uso adecuado de suelo	Desarrollo fronterizo
Promoción de los saberes ancestrales	Sistemas de vinculación campo-ciudad	Infraestructura y responsabilidad turística
Uso de fuentes de energía renovable	Desarrollo de emprendimientos de turismo locales	Combate a los delitos transnacionales

Nota: Tomado de: *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*, por Senplades, 2017. Recuperado de: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Para el presente trabajo de titulación se toma como referencia los ejes dos y tres, donde se encuentran detallados distintos aportes a la ciudadanía en el proceso de construcción del Plan. De los cuales con respecto a turismo y que favorecen al desarrollo de la actividad turística en la Hacienda San José, se destaca: (a) Turismo comunitario responsable; (b) Articulación con el sector privado; (c) Desarrollo de emprendimientos de turismo locales y; (d) Infraestructura y responsabilidad turística, ver Tabla 2.

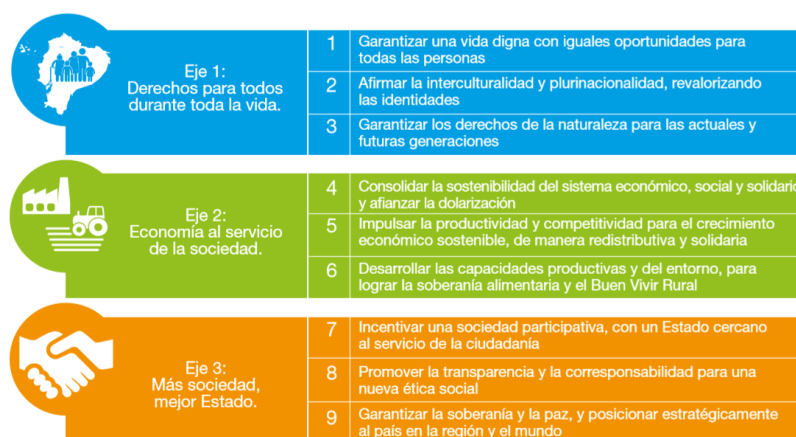


Figura 4. Objetivos Nacionales de Desarrollo. Tomado de: *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*, por Senplades, 2017.

De los Objetivos Nacionales de Desarrollo, se tomará como referencia del Eje 2: Economía al servicio de la sociedad, el objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del

sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización. Sobre la diversificación, diferenciación y amplitud de la oferta exportable, la Senplades (2017) indicó que:

Se fomentará la apertura de nuevos mercados y su diversificación (tomando en cuenta mercados no tradicionales y alternativos); el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo. (p. 76)

Del mismo eje, el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria; pretende mantener al trabajo y empleo como una preocupación permanente. Se propone la dinamización del mercado laboral a través de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica, como es el caso del turismo. Así mismo, se proponen incentivos para la producción (como el crédito para la generación de nuevos emprendimientos), el posicionamiento de sectores (como el gastronómico y el turístico) y la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Como referencia, también se tomará el eje 3: Mas sociedad, mejor Estado. El mismo plantea que se procurará principalmente el fortalecimiento de la coordinación entre el sector público y privado, para diversificar y mejorar la calidad y la competitividad de los servicios turísticos. El impulso de Ecuador hacia el mundo como destino turístico también exige que las representaciones internacionales fortalezcan los procesos de integración regional y mundial, en correspondencia a los objetivos nacionales de desarrollo, pues el posicionamiento estratégico del país contribuirá a magnificar el potencial turístico.

Según la Senplades (2017), durante la última década “El turismo ha sido un pilar fundamental en la evolución económica del país. La considerable inversión en proyectos de diferente índole –desde carreteras hasta formación de talento humano especializado– ha permitido activar el movimiento turístico, interno y externo” (p. 96).

Así mismo, la Senplades toma como referencia las cifras publicadas por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo en 2016 donde se indicó que:

El turismo contribuyó de manera total en 5,15% al PIB del Ecuador, con lo que este rubro se ubicó en cuarto lugar dentro de las exportaciones no petroleras después del banano, plátano y camarón, con US\$ 1 449 millones de ingresos

generados en el mismo año; de igual manera, las inversiones de capital fueron US\$ 1 013 millones en el sector turístico y tuvo un superávit en la balanza turística durante los últimos cinco años con un saldo de US\$ 415 millones a 2016. Según cifras del BCE, en el mismo año, los ingresos por turismo con respecto a las exportaciones de servicios totales fueron de 67,73%, valor superior en 10,2 puntos porcentuales con respecto a 2012 (57,5%). (p. 96)

Finalmente, del Eje 3, objetivo 9: Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo; se plantean propuestas para la protección del patrimonio natural y cultural; la promoción de la identidad y cultura ecuatoriana, junto con la promoción de mercados internacionales para exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales; el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, vinculando los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos; y la promoción de industrias culturales (Senplades, 2017).

Según el Plan Nacional de Desarrollo, con respecto a la diversificación de mercados de destino y oferta exportable con valor agregado:

Se busca posicionar a Ecuador como un país exportador de bienes y servicios de calidad, diversificando destinos y productos, apoyando a pequeños y grandes productores y fortaleciendo esquemas de comercio justo y equitativo. A la par, el país se ha posicionado como destino turístico de excelencia, sostenible y de calidad, por lo que se debe impulsar la oferta turística nacional. Como parte de esta estrategia, Ecuador fomenta, preserva y promociona el patrimonio natural y cultural, el conocimiento, las artes y la creatividad. (p. 105)

La Senplades (2017) detalla que en el objetivo 9 se plantea aprovechar y potenciar las capacidades desarrolladas y fortalecer el posicionamiento estratégico y soberano de Ecuador en el contexto regional y mundial mediante:

La promoción y protección de los derechos humanos y de la naturaleza, y de la conservación y aprovechamiento sostenible de su riqueza patrimonial natural y cultural. Por tal razón, se propone crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, comerciales, turísticos, ambientales, académicos y culturales. (p. 105)

El posicionamiento y promoción del país en el mundo resulta de interés de la ciudadanía. Al respecto, la Senplades (2017) plantea que el turismo es la base de la



economía nacional, por lo que se deben emprender acciones para fomentarlo. Se insiste en la necesidad de la corresponsabilidad de todos los actores en los diferentes niveles de gobierno, así como en el sector público y privado. Como se pretende mediante el trabajo de investigación en la Hacienda San José, cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

Por último, la Senplades (2017) propone que se tiene como política:

Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.

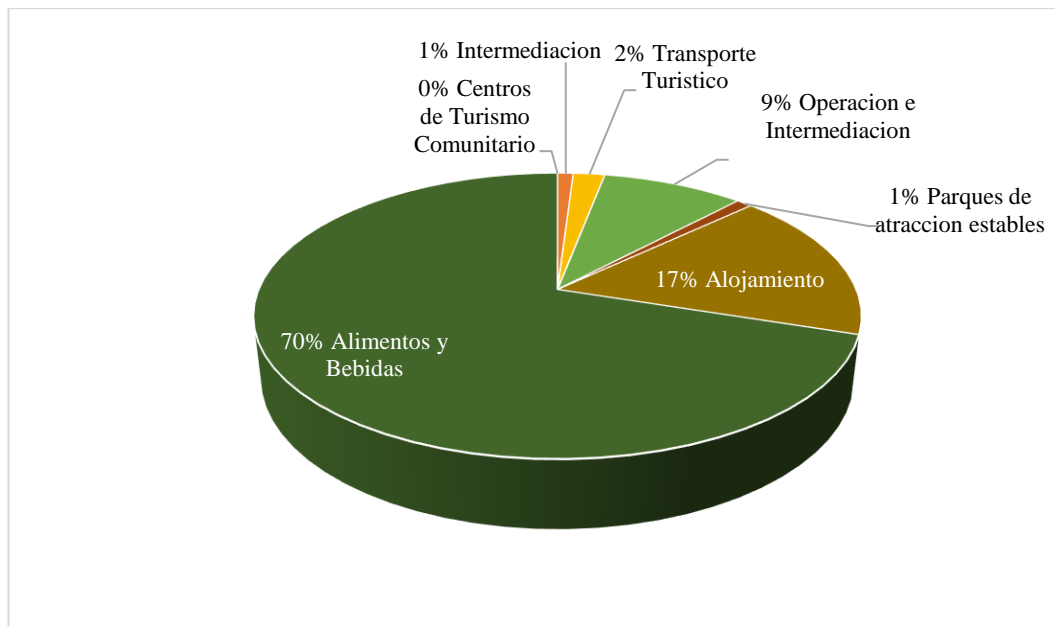
Y como metas 2021:

- a) Incrementar el número de empleos turísticos de 137 647 a 202 762.
- b) Incrementar el número de turistas de 1,4 millones a 2 millones de personas.
- c) Incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de US\$ 1,4 mm a US\$ 2,5 mm. (p. 106)

### **Plan Nacional de Turismo 2030**

Actualmente, el turismo en Ecuador se posiciona como la cuarta actividad más importante en la generación de divisas, después del petróleo, banano y camarón, pero se ubica en tercer lugar de ingresos de los productos de exportación no petroleros. En el año 2018, los ingresos por turismo en el país han generado un superávit de balanza turística al mantener un saldo positivo sostenido por siete periodos consecutivos. El Banco Central del Ecuador (2019) público que los ingresos turísticos entre los años 2011 al 2018 han crecido en 121.1%, mientras que los egresos han aumentado en 13.8% en el mismo periodo (MINTUR, 2019).

Según el MINTUR (2019), en cuanto a la oferta turística del país, el Catastro Turístico Nacional Consolidado 2018 registra un total de 24.720 establecimientos turísticos. Donde los establecimientos de alimentos y bebidas representan el 70%, mientras que el 17% corresponde a alojamiento, concentrando el 87% del catastro; el restante correspondiente al 13% está distribuido entre las actividades de operación e intermediación, transporte turístico, intermediación, centros de turismo comunitario y parques de atracción estables.



*Figura 5. Actividades Turísticas en el Ecuador. Tomado de: Plan Nacional de Turismo 2030, por MINTUR, 2018. Dirección de Registro y Control.*

Por otra parte, según mediaciones internacionales, Ecuador forma parte del 30% de países en el mundo con el mayor potencial para el desarrollo del turismo sostenible basado en su importante megadiversidad biológica y cultural, lo cual representa una ventaja comparativa potente. (p. 20)

Según MINTUR (2019) considerando las tendencias actuales, la gestión dirigida al desarrollo de la actividad turística del destino Ecuador se enmarcará en los siguientes retos estructurales:

- a) Incremento número de turistas.
- b) Incremento en la estadía (días) y gasto.
- c) Incremento de ingresos por turismo.
- d) Incremento del empleo. (p. 55)

Es así como se proyecta la propuesta estratégica para la actividad turística en la próxima década. El MINTUR (2019) propone como visión “Al año 2030, el Ecuador se posicionará en la región como un destino turístico inclusivo, accesible, sostenible, competitivo e innovador” (p. 55).

Se plantean como ejes estratégicos los siguientes:

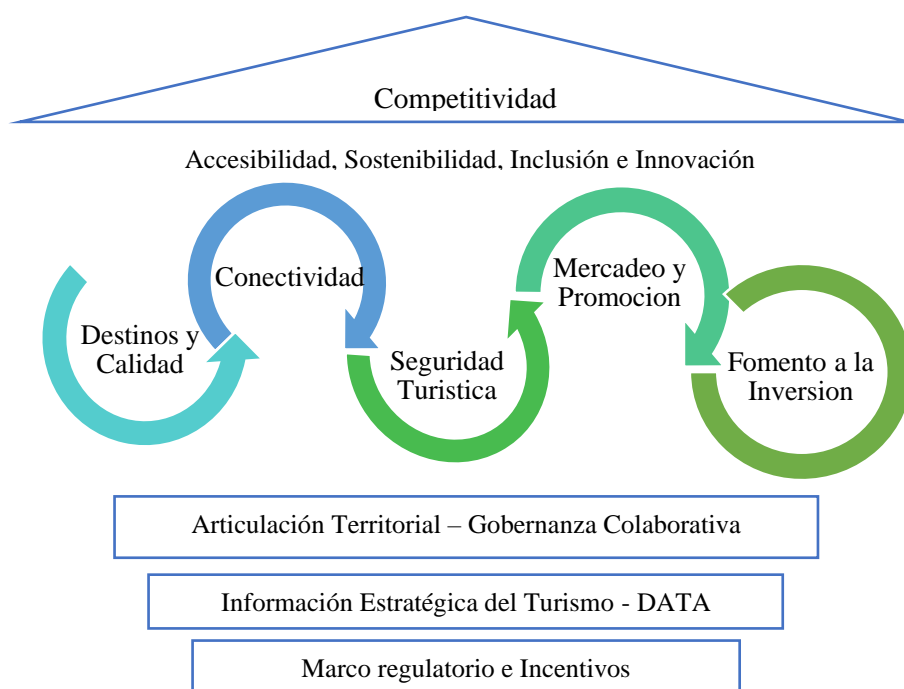


Figura 6. Ejes Estratégicos. Tomado de: *Plan Nacional de Turismo 2030*, por MINTUR, 2019.

El Plan Nacional de Turismo 2030, se centrará en la búsqueda de la competitividad del destino Ecuador, con el objetivo de hacer del turismo un agente de cambio positivo en la economía nacional a largo plazo donde será necesario contar con el aporte del sector privado, el gobierno y el apoyo normativo que profundicen las alianzas público – privadas. El sector turístico ecuatoriano buscará posicionarse bajo un modelo de desarrollo sostenible, respetuoso con el ambiente y los recursos naturales sensibles en el territorio nacional y su patrimonio; al mismo tiempo buscará ser socialmente equitativo, justo y generador de empleo y riqueza económica (MINTUR, 2019).

Según MINTUR (2019), Ecuador tendrá el reto de adoptar los lineamientos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU (2015); el turismo concretamente está incluido en los siguientes objetivos:

- a) Objetivo 8: Trata sobre la promoción del “crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las personas”; incluye la meta 8.9: “De aquí al 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.

- b) Objetivo 12: Busca “garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” e incluye la meta 12.b: “Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.
- c) Objetivo 14: Aspira a “conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible” e incluye la meta 14.7: “De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo”. (p.56)

Finalmente, el Plan Nacional de Turismo 2030 propone que el destino Ecuador sea impulsado con base en cinco ejes estratégicos, pero inter-relacionados entre sí. El primer eje, denominado “Destinos y Calidad”, apuesta por la innovación y diversificación de la oferta de productos turísticos a partir de la gestión de la calidad y la inversión en el capital humano. El segundo eje, denominado “Conectividad”, está dirigido a optimizar la conectividad integral (transporte, infraestructura, cobertura digital) asociada a los destinos. El tercer eje, denominado “Seguridad Turística”, apuntará a fortalecer los mecanismos de coordinación que permitan articular medidas prácticas dirigidas a garantizar un ambiente propicio para el desarrollo de la actividad turística. El cuarto eje, denominado “Promoción y Mercadeo”, busca la singularidad, personalización y automatizar ampliamente los procesos de información; planes inteligentes de marketing digital y social media que apunten a los canales digitales. Finalmente, el quinto eje, denominado “Fomento a la inversión”, busca consolidar el emprendimiento como un elemento primordial de la agenda pública, privada y académica (MINTUR, 2019).

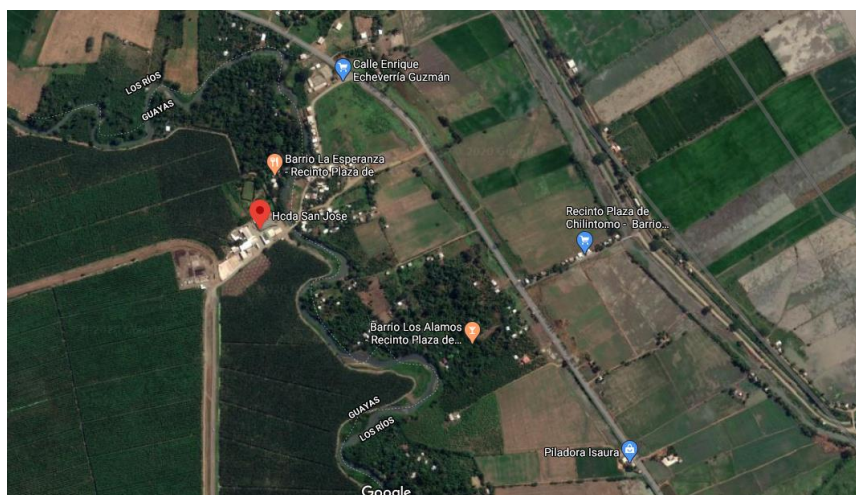
En definitiva, mediante el Plan Nacional de Turismo 2030, se ha planteado la decisión de convertir a Ecuador en un destino basado en la competitividad y sostenibilidad, aprovechando eficazmente sus atractivos naturales y culturales, mejorando la eficiencia de los servicios, que estimule la creación de recursos innovadores y la accesibilidad (MINTUR, 2019). Por este motivo se tomarán como referencia sus políticas, estrategias, planes, programas y acciones, para la propuesta de rediseño de procesos turísticos de la Hacienda San José; buscando contribuir a la

mejora de la experiencia del turista y a su vez contribuyendo a la calidad de vida de la comunidad receptora, creando sinergias positivas entre los distintos agentes de destino.

## Capítulo 2. Análisis Situacional

Las plantaciones de cacao de la Hacienda San José se dieron en los inicios de 1930, en ese entonces llamada Hacienda El Carmen. Luego de la crisis del cacao en Ecuador, sus dueños continuaron con el sueño de desarrollar las mejores plantaciones del mundo y así obtener el mejor chocolate. El conocimiento y la tradición fueron pasando de generación en generación alentando a la segunda generación a crear la Hacienda La Elba en 1968 seguido por la tercera generación que creó en 1972 la Hacienda El Porvenir; y finalmente, la cuarta generación estableció la Hacienda San José, una de las más reconocidas y premiadas por tener la mejor calidad de cacao en Ecuador.

La Hacienda San José pertenece a la familia Marun. Se encuentra ubicada en el Km. 8.5 de la vía Babahoyo-Febres Cordero; provincia de Los Ríos, Ecuador.

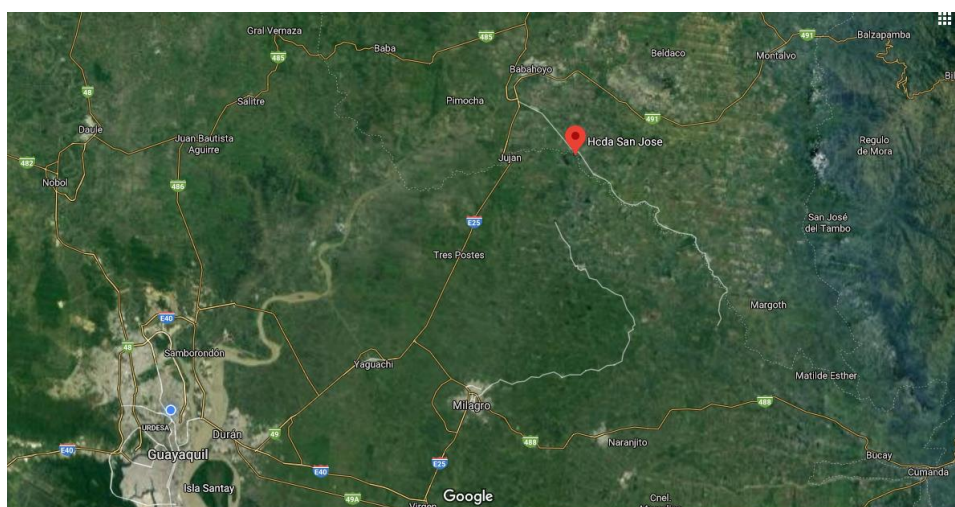


*Figura 7.* Vista satelital de microlocalización de la Hacienda San José. Tomado de: *Google Maps.*

Cuenta con 870 hectáreas de plantaciones entre cacao, banano y palma. A través de los años, han desarrollado un modelo de negocio basado en los principios de sostenibilidad: crecimiento económico, cuidado ambiental y responsabilidad social. En Hacienda San José se promueve el compromiso con el medio ambiente al causar el menor impacto posible al cumplir con los estándares de sus certificaciones. Como son Rainforest Alliance, The Global Partnership for Good Agricultural Practice (GLOBAL G.A.P.) y UTZ Certified. Utiliza tecnologías y procesos certificados para lograr rendimientos de la más alta calidad que permitan cumplir con el pilar fundamental de la sostenibilidad, como la viabilidad económica.

Ha desarrollado estrategias para ayudar a mejorar el nivel de vida de sus trabajadores y las comunidades circundantes a través de dos proyectos principales: “Super Barato Market” y Fundación “PRODETI”. Super Barato Market garantiza que los empleados puedan llevar a sus hogares la comida que necesitan con los mejores precios y métodos de pago. A su vez, ha ayudado a estructurar la Fundación "PRODETI" mediante la firma de un acuerdo para ayudar con su presupuesto anual, permitiéndoles llevar a cabo sus actividades en beneficio de la comunidad, desde charlas de capacitación y nutrición hasta programas para promover la asociatividad para la producción de huertos caseros.

En cuanto a la actividad turística, brinda un recorrido donde se exponen las instalaciones de la hacienda, sus jardines, sembríos, el proceso de cosecha y preparación para exportación del banano y cacao, actividades lúdicas con las pepas de cacao y cómo este se transforma en chocolate. El recorrido también incluye degustación de sus productos y un refrigerio o almuerzo en el caso de solicitarlo. El mismo fue diseñado por los propietarios de manera empírica.



*Figura 8. Vista satelital de macrolocalización de la Hacienda San José. Tomado de: Google Maps.*

## **Aspectos generales**

### **Límites.**

Hacienda San José, limita al norte con el centro de Babahoyo. Hacia el sur se encuentran los cantones de Naranjito y Milagro. Al este con la parroquia de San José del Tambo. Y al oeste con Jujan.

### **Características climáticas.**

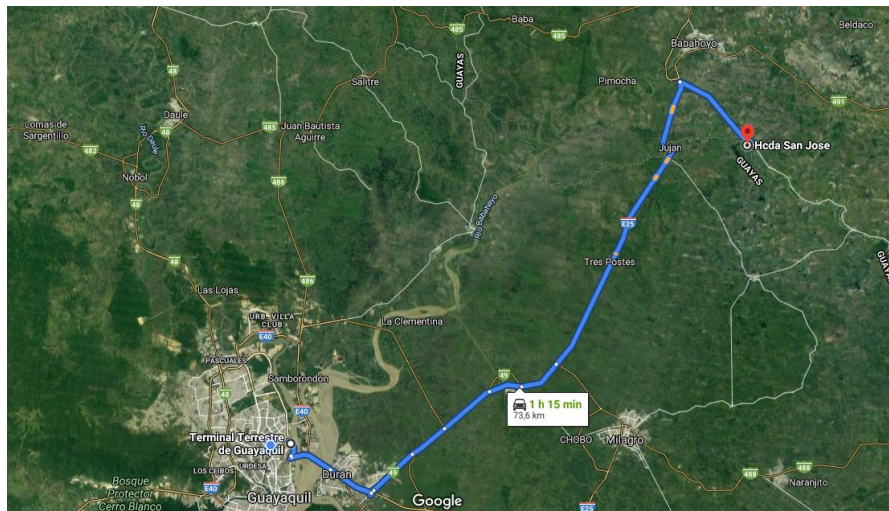
- a) Temperatura: 20 a 32°C
- b) Precipitación: 1.500 mm
- c) Humedad relativa: 90% durante la temporada de lluvias de enero a abril.

### **Altitud.**

Hacienda San José se encuentra a una elevación de 20 metros sobre el nivel del mar con tierra aluvial con pH neutro ligeramente ácido.

### **Accesibilidad.**

Ubicada a 70 km de la ciudad de Guayaquil y aproximadamente a una hora y 15 minutos. Desde el Terminal Terrestre de Babahoyo se encuentra a 25 minutos y 25,5 km aproximadamente; y de Jujan a 15 minutos y 16 km. Existe la posibilidad de viajar en autos particulares, transporte interprovincial o transporte turístico en caso de contratarlo. Las carreteras y vías de acceso se encuentran en óptimas condiciones para el acceso de turistas y visitantes.



*Figura 9.* Ruta de acceso desde Guayaquil hacia Hacienda San José. Tomado de: *Google Maps.*

### **Actividades económicas**

Los Marún-Rodríguez, son una familia riosense dedicada al agro por cinco generaciones. De las 870 hectáreas (ha) que tiene la propiedad, el mayor sembrío corresponde al cacao, con 400 ha. Le siguen, banano 300 ha y palma africana 100 ha. El CCN 51 es la variedad de cacao que reina en la finca; pero desde septiembre de



2018 se prueban otras, como la 800 y la 801, desarrolladas por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). De esta cosecha lanzaron en el 2017 la marca de Chocolate Hacienda San José. Ellos se inspiraron en el concepto de hacienda chocolatera y actualmente ofrecen algunas variedades: tabletas de chocolate con 100% de cacao, con el 80% y el 70% acompañadas de nibs o macadamia. Tomó alrededor de 16 años de intenso trabajo desarrollar el proyecto San José, el mismo que ahora permite que su producto se exporte hasta Estados Unidos y Europa. El esfuerzo y la dedicación con el paso de los años cambiaron su perspectiva. Actualmente se ha transformado en una hacienda con más de 400 trabajadores, quienes tienen a su disposición, al interior de la misma, un supermercado, bodegas, talleres y un sub – centro de salud.

Por otro lado, la Hacienda también recibe a tripulantes de cruceros internacionales, visitas de universitarios, clientes de la marca e incluso chefs interesados en su chocolate. El mismo que es utilizado como ingrediente en las cocinas de algunos hoteles y restaurantes dentro y fuera del país y a su vez es comercializado en supermercados y farmacias. Recorrer la Hacienda, conocer el potencial agroturístico del país y generar vivencias, es parte de la nueva propuesta que genera el proyecto para los turistas que visitan Ecuador. Donde se planea exponer el proceso de producción, empaque y distribución del cacao y banano, así también degustar de estos frutos. Junto a los jardines y la cancha de fútbol de la casona, con más de 50 años de antigüedad, se aplana el terreno de las cabañas que servirán para el agroturismo que promueven.

El MINTUR, el 16 de enero de 2018 publicó una noticia sobre “Turismo en zonas rurales, una nueva alternativa para cruceristas”. Planteó que la Hacienda recibió a un grupo de pasajeros provenientes de Canadá, EEUU y Europa, que arribaron al país a bordo del crucero Ms Prinsendam. Se realizó un trabajo exhaustivo con los administradores y trabajadores de la hacienda, el Ministerio de Turismo, a través de su Oficina de Gestión y Promoción Turística en Los Ríos, con el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón. Por último, cabe señalar que el Ministerio de Turismo continúa trabajando de manera integral con la Hacienda San José y con los nuevos espacios que deseen sumarse a este tipo de propuestas. Además, se potencializa el agroturismo, una oferta diferente que es coordinada con los Gad’s cantonales y la empresa privada.

## Organización de la Hacienda

A continuación, se presenta la estructura organizacional y la descripción de cargos de la Hacienda San José, misma que pretende hacer conocer a los trabajadores, sus funciones específicas.

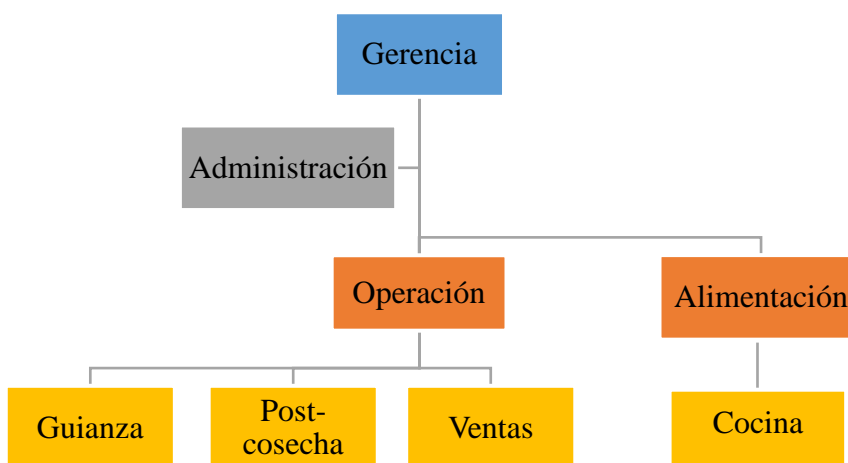


Figura 10. Organigrama estructural por áreas de responsabilidad de la Hacienda San José.

### Descripción de cargos y funciones.

En base a la información proporcionada por la administración de la Hacienda San José, se presentan cada una de las funciones del personal:

a) Gerencia:

Tabla 3

Funciones del área de gerencia, Hacienda San José

<b>Título del cargo:</b>	Gerente
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Gerencia
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Toma de decisiones.</li><li>• Establecer metas y objetivos de venta, recepción de turistas, etc.</li><li>• Diseñar la estructura organizacional.</li><li>• Diseñar recorridos turísticos.</li><li>• Asignación de roles y tareas.</li><li>• Analizar productividad.</li></ul>	

- Selección y capacitación del personal.
- Evaluar actividades.
- Bienvenida y acompañamiento durante la estadía de turistas.
- Control de costos y contabilidad de la Hacienda.

b) Administración:

Tabla 4

*Funciones del área de administración, Hacienda San José*

<b>Título del cargo:</b>	Administrador
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Administración
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar las actividades de cada área.</li> <li>• Fijar metas y objetivos para cada área.</li> <li>• Diseñar recorridos turísticos.</li> <li>• Manejo de calidad de los procesos.</li> <li>• Analizar y evaluar el rendimiento de cada área.</li> <li>• Manejo de logística, necesidades, requerimientos, etc., del personal y visitantes.</li> <li>• Toma de decisiones en base a procedimientos o experiencias anteriores.</li> <li>• Supervisar de forma general la operación.</li> <li>• Organizar la información y marketing de la Hacienda.</li> <li>• Cumplimiento de certificaciones y normas de calidad de la Hacienda.</li> </ul>	

c) Guianza:

Tabla 5

*Funciones del área de guianza, Hacienda San José*

<b>Título del cargo:</b>	Guía
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Guianza
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y planificación de recorridos turísticos.</li> <li>• Bienvenida y acompañamiento durante la estadía de turistas.</li> <li>• Ejecución de recorridos.</li> </ul>	

- Organización de logística, necesidades y requerimientos de los turistas.
- Gestión de turistas y procesos turísticos.
- Gestionar y solicitar recursos necesarios para la actividad turística.
- Planificación de futuras visitas.
- Cumplimiento de certificaciones y normas de calidad de la Hacienda.

d) Post-cosecha:

Tabla 6

*Funciones del área de post-cosecha, Hacienda San José*

<b>Título del cargo:</b>	Agricultor
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Post-cosecha
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida a turistas y apoyo a guianza.</li> <li>• Ejecución y explicación del proceso de post-cosecha de cacao y banano a los turistas.</li> <li>• Organización de logística, necesidades y requerimientos de los turistas.</li> <li>• Solicitar recursos necesarios para la actividad turística.</li> <li>• Cumplimiento de certificaciones y normas de calidad de la Hacienda.</li> </ul>	

e) Ventas:

Tabla 7

*Funciones del área de ventas, Hacienda San José*

<b>Título del cargo:</b>	Asesor de ventas
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Ventas
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución y explicación del proceso de elaboración de licor de cacao a los turistas para la venta.</li> <li>• Venta de souvenirs de la Hacienda en conjunto a la Fundación PRODETI.</li> <li>• Encargado de la venta al por menor y mayor de chocolate o cacao producido en la Hacienda.</li> <li>• Organización y planificación de eventos.</li> <li>• Cumplimiento de certificaciones y normas de calidad de la Hacienda.</li> </ul>	

f) Cocina:

Tabla 8

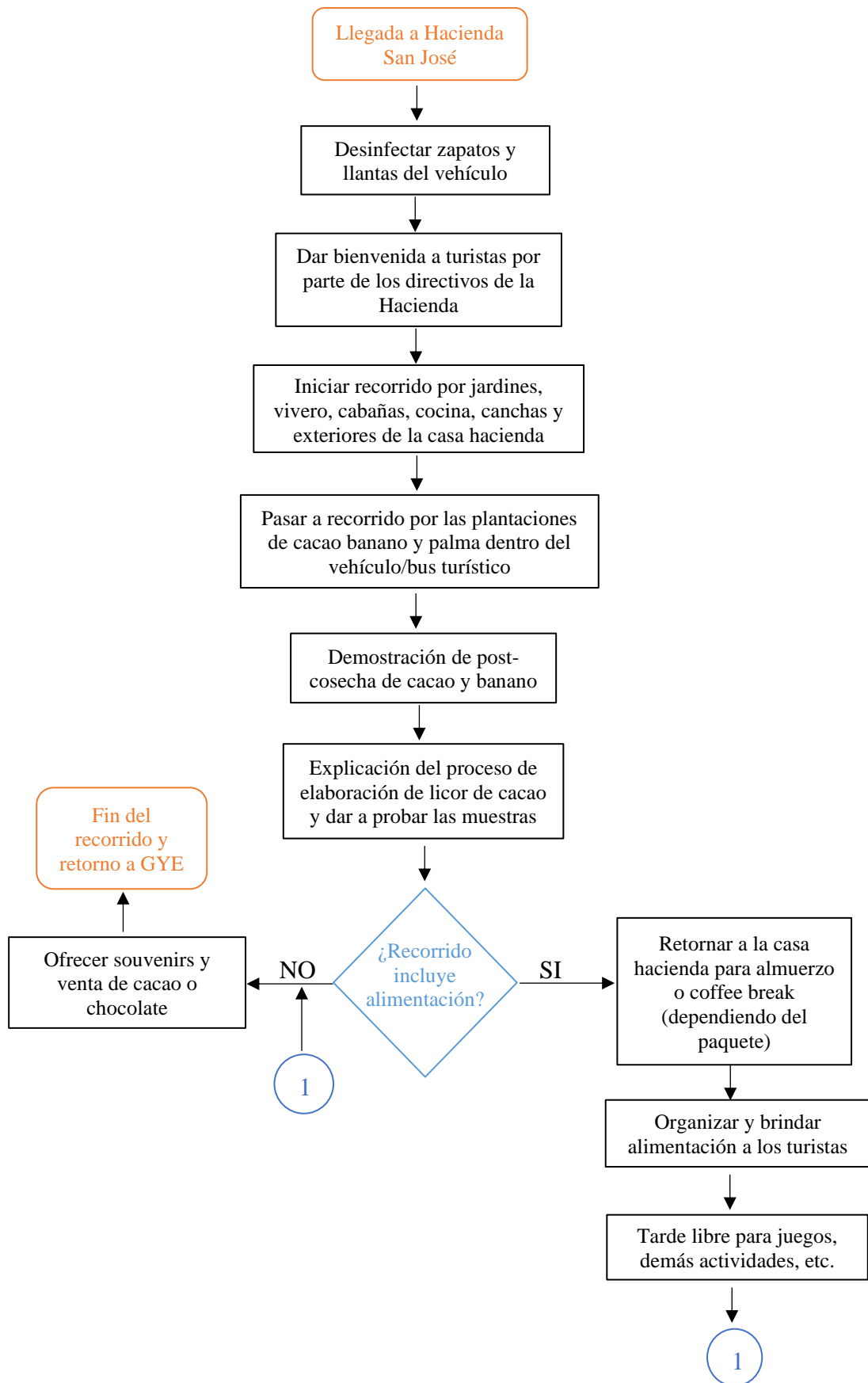
*Funciones del área de cocina, Hacienda San José*

<b>Título del cargo:</b>	Cocinero
<b>Áreas de responsabilidad:</b>	Cocina
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Encargado del diseño del menú.</li><li>• Elaboración de alimentación para turistas (cocina fría, caliente, parrilla y postres).</li><li>• Solicitar recursos necesarios para la actividad turística.</li><li>• Brindar atención y servicio de alimentos y bebidas a turistas.</li><li>• Cumplimiento de certificaciones y normas de calidad de la Hacienda.</li></ul>	

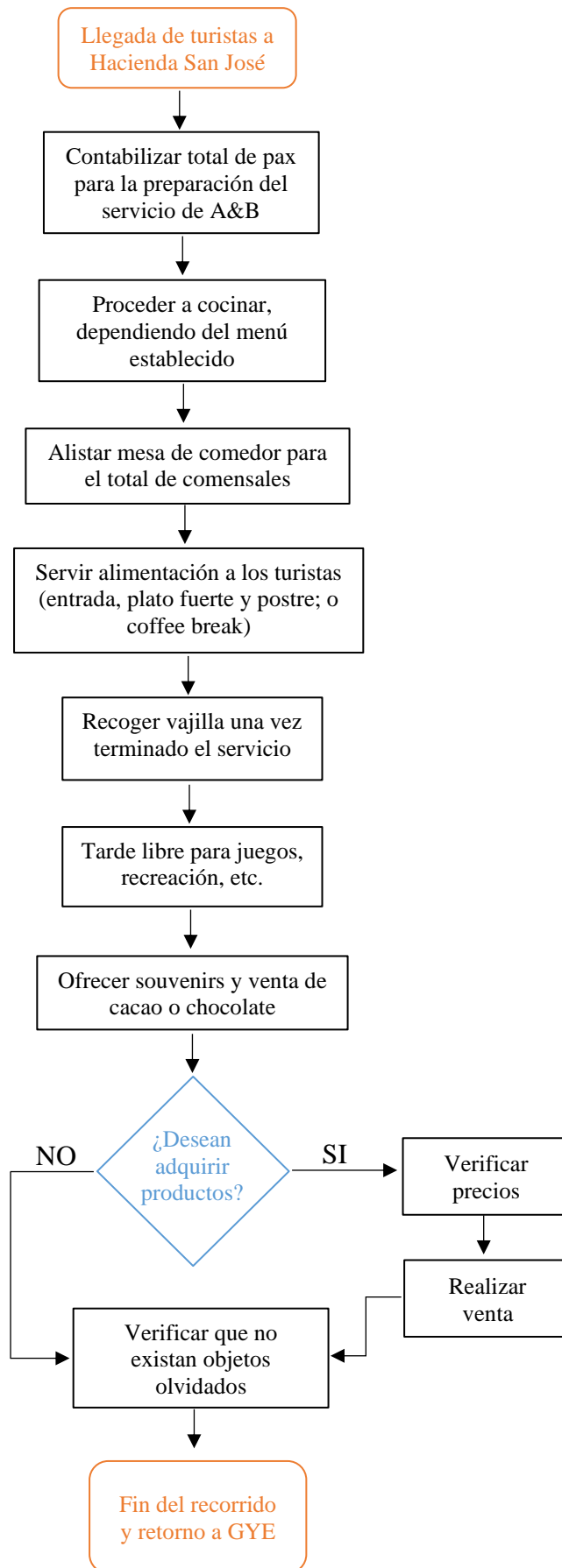
### **Identificación y análisis de procesos.**

Para analizar los procesos que se desarrollan en la Hacienda San José con el objetivo de diagnosticar sus falencias, se utilizarán diagramas de flujo que permitan la representación gráfica de la secuencia de rutinas que se identificaron en la visita realizada a la misma. Según Manene (2011) un diagrama de flujo “desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa” (p. 1). De la visita de análisis a la Hacienda, se pudo identificar tres procesos: (a) el proceso de guianza durante el recorrido; (b) el proceso del servicio de alimentación que se brinda a los turistas y; (c) la organización y planificación de eventos.

a) Guianza:

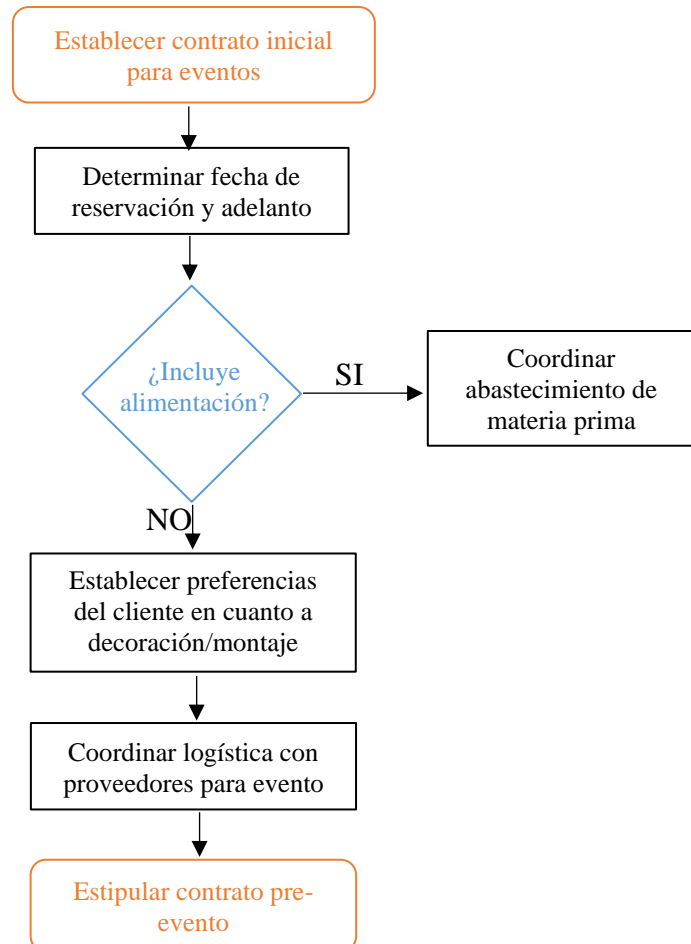


**b) Alimentación:**



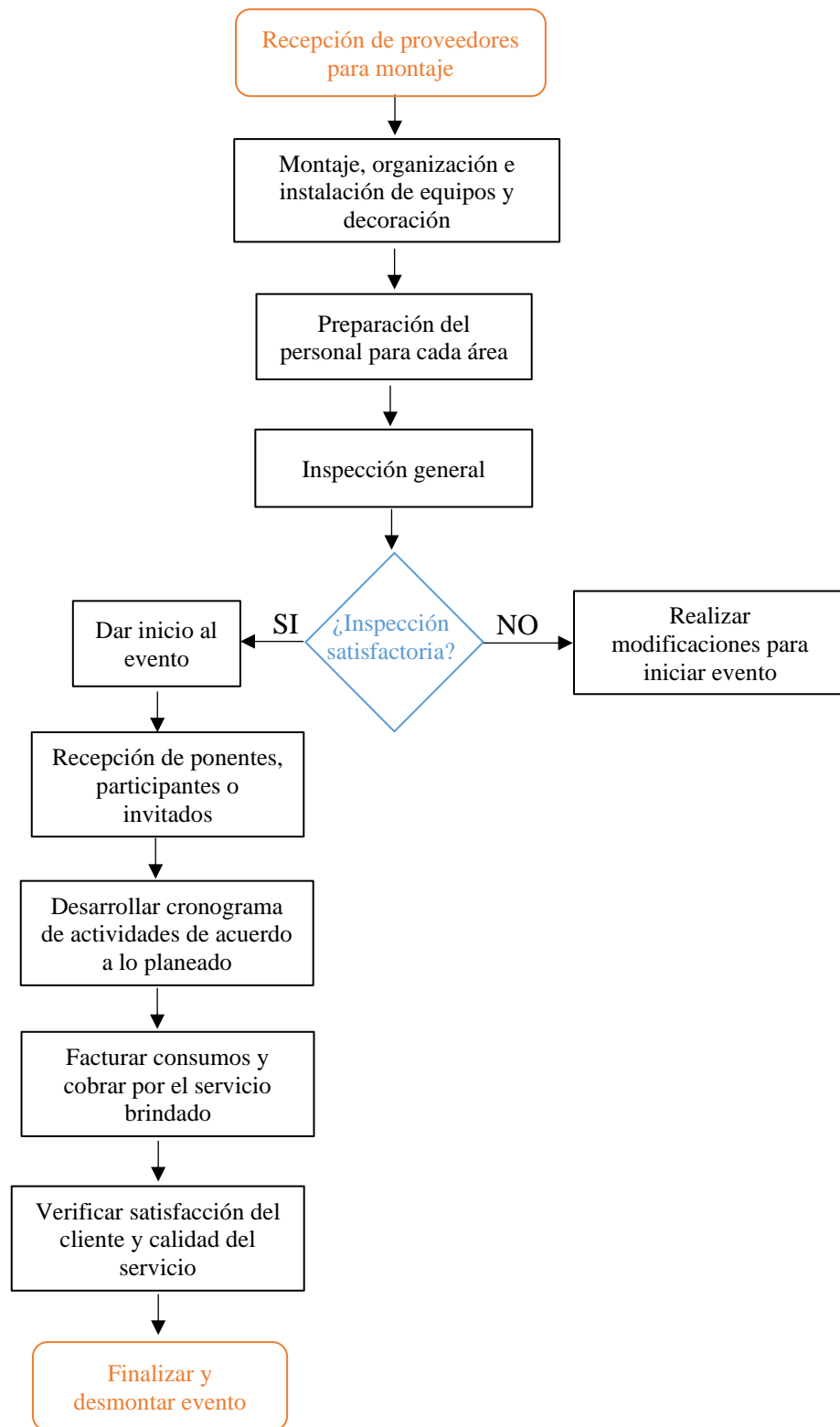
**c) Eventos:**

A continuación, se presentará el diagrama del proceso pre-evento. El mismo planea demostrar las actividades que se realizan al momento de la coordinación de eventos (sociales o corporativos) según las preferencias de los clientes de la Hacienda San José.





Así mismo, se presentará el proceso que se realiza durante el montaje y desarrollo del evento, hasta su finalización.



De la identificación de procesos se concluyó que los procesos a analizar son los operativos, debido a que estos representan las actividades fundamentales que realiza la hacienda. Los mismos permiten generar el producto que se entrega a los turistas, por lo que se pretende mejorar sus falencias aportando valor al cliente, logrando así la recompra.

Del análisis en cuanto al proceso de guianza se concluyó que este se encuentra incompleto, es decir, es muy corto para poder ofrecer un paquete turístico y hace falta desarrollar muchas más actividades dentro del proceso para que sea atractivo para los turísticas. Por lo que se pretende implementar distintos tipos de oferta las cuales se darán a conocer en el capítulo cuatro del presente trabajo de titulación.

En cuanto al proceso del servicio de alimentos y bebidas se concluyó que es muy sencillo y limitado, pues el personal de cocina no posee conocimientos de carácter profesional para desarrollar la actividad y lo realizan de manera empírica. Los productos que se ofrecen no son malos, pero podrían mejorar y ser de excelente calidad. Esto generaría una motivación en los visitantes para volver y así degustar los distintos platos que se ofertan en el menú.

Finalmente, con respecto a la organización y planificación de eventos, se considera insuficiente la parte del equipamiento, pues se utiliza la intermediación de terceros o proveedores para poder desarrollar la gestión; las instalaciones son excelentes y hace falta saberlas aprovechar.

### **Capítulo 3. Estudio de Mercado**

Para el desarrollo del tercer capítulo del presente trabajo de titulación, se procederá a definir el método, tipo, enfoque, diseño e instrumentos de medición de la investigación. De esta manera se pretende cumplir con el segundo objetivo de realizar un estudio de mercado a los turistas para definir las necesidades y requerimientos de la Hacienda.

#### **Metodología de la Investigación**

##### **Método de investigación.**

El método de investigación que se usará en la presente investigación será inductivo. Cárdenas (2005) concluyó que el método inductivo es “propio de los empiristas, va de lo particular a lo general, toma en cuenta la observación y la experiencia de la realidad para llegar a la construcción de leyes generales; es útil para generar conocimiento nuevo”. De esta manera se utilizará el razonamiento para obtener conclusiones a partir de estudios realizados posteriormente, que sean semejantes a la situación en la que se encuentra la Hacienda San José permitiendo ser aplicados en el desarrollo de la investigación. Los resultados que se esperan obtener tendrán que ver con las preferencias y requerimientos de los visitantes para el desarrollo de la actividad turística en el lugar.

##### **Tipo de investigación.**

Para el desarrollo del siguiente trabajo se usará una investigación de tipo exploratorio; según Cárdenas (2005) la investigación exploratoria “se desarrolla cuando un problema de investigación no tiene antecedentes o ha sido poco estudiado. Recoge información para apoyar al investigador a formular problemas para su desarrollo.” En cuanto a la situación actual de la Hacienda San José, se conoce que no cuenta con estudios realizados anteriormente, por lo que la investigación contribuirá a definir el estado en el que se encuentra la misma, controlar el problema que posee y a su vez se logre plantear una solución aportando mediante una propuesta de rediseño de procesos turísticos para el producto turístico y los servicios que ofertan.

El siguiente tipo de investigación a desarrollar será descriptivo, Cortez & Iglesias (2005) concluyeron que son aquellos que están en la búsqueda de las

propiedades, perfiles más relevantes, ya sean de personas, comunidades o de fenómenos que estén bajo un análisis. Dicho tipo de investigación ayudará a que el estudio a ser realizado sea el más eficaz para llegar a descubrir el perfil adecuado de turista al que la misma debe estar enfocada y las características que debe poseer; por la razón de que este producto no está totalmente dirigido al público en general.

### **Enfoque de la investigación.**

Para el presente trabajo de titulación, inicialmente se planteará un enfoque cualitativo, Cortés & Iglesias (2005) concluyeron que “es una vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando entrevistas, descripciones, puntos de vista de los investigadores, reconstrucciones de los hechos, no tomando en general la prueba de hipótesis como algo necesario”. Mediante entrevistas se pretende analizar el nivel de capacitación y conocimientos en el desarrollo de la actividad turística de los colaboradores de la Hacienda San José, para mejorar la calidad del servicio que se brinda.

Así mismo, se planteará un enfoque cuantitativo de muestreo probabilístico. Según Pita & Pértegas (2002) la investigación cuantitativa “es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables”. Por otro lado, Pimienta (2000) indicó que las encuestas probabilísticas “tienen por objeto estudiar los métodos para seleccionar y observar una parte que se considera representativa de la población, denominada muestra, con el fin de hacer inferencias sobre el total” (p. 266). Se desarrollarán dichas encuestas con la finalidad de poder determinar cuál es la percepción que tiene el turista en cuanto a la experiencia brindada en la Hacienda y así poder satisfacer sus expectativas y mejorar la calidad del servicio que brinda.

### **Diseño de la investigación.**

Para el desarrollo de esta investigación se usará un diseño no experimental de corte transversal. Según Hernandez, Fernandez & Baptista (2014) los diseños no experimentales “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152). Así mismo, Hernandez et al. (2014) afirmaron que un diseño transversal es aquel que “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único” (p. 154). Por lo que a partir de la observación de las variables a estudiar y el ambiente que

ofrece la Hacienda San Jose, se procedera a desarrollar una propuesta de rediseño de procesos turisticos para diversificar su oferta y maximizar ingresos.

### **Instrumentos de medición de la investigación.**

Como instrumento de medición en la presente investigación se realizará un estudio de mercado a los turistas que hayan visitado la Hacienda para así definir las necesidades y requerimientos que posee. Se utilizará como método la encuesta; según la Real Academia de la Lengua Española (2014) es un conjunto de preguntas típicas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afecta. La misma se pretende realizar con la finalidad de analizar la percepción de los visitantes de la Hacienda San José en cuanto a su estado actual.

Por otro lado, se pretende realizar entrevistas a los colaboradores del lugar con el objetivo de analizar el nivel de capacitación y conocimientos en el desarrollo de la actividad turística, para mejorar la calidad del servicio que se brinda. Según la Hernández et al. (2014) la entrevista es la interacción social la cual se recopila datos para la indagación que se plantea dentro de una investigación.

### **Población de estudio y muestra.**

Según Behar (2008) para determinar la población se debe considerar las características generales de un determinado lugar con la finalidad de definir la muestra. La población se analiza de un conjunto de personas con características fundamentales para el estudio que se va a realizar. Por ende, la población a estudiar en el presente trabajo de titulación se obtuvo de la bitácora de visitas de la Hacienda San José durante el año 2019, dando un total de 195 visitantes. Dicha información permitirá la recolección de datos y realización de encuestas.

Según Hernández et. al (2014) la muestra es un “subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta” (p. 173). Existen dos fórmulas para calcular la muestra, son las siguientes:

- a) Fórmula infinita: más de 100.000 personas.
- b) Fórmula finita: menos de 100.000 personas (se incluye el dato de la población N).

La fórmula que se aplicará para la investigación será la de población finita, puesto que se sabe que es menor a 100.000 personas. Según Torres & Paz (2002) la fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

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

Donde:

Z= nivel de confianza; es el 95% que equivale el 1.96

p= probabilidad de éxito o proporción de espera 50%

q= probabilidad de fracaso (1-p) = (1-0.5) = 0.5

N= tamaño del universo o población.

e= error de estimación máximo aceptado, para la investigación será de 5%

n= tamaño de la muestra

#### **Datos:**

Z= 1,96

p= 0,5

q= 0,5

N= 195

e= 0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 195 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 (195 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{187,278}{0,485 + 0,951} = \frac{187,278}{1,436} = 130 \text{ encuestas}$$

Se obtuvo un total de 130 encuestas que se realizaron a las personas que han visitado la Hacienda San José durante el 2019.

#### **Análisis de las encuestas**

Se desarrolló un modelo de encuesta que contiene 18 preguntas donde se pretender analizar la percepción de los visitantes de la Hacienda en cuanto a su estado actual. Las encuestas se realizaron entre el 16 y 29 de julio de 2020, mediante un formulario online de Google. De acuerdo con la muestra calculada, participaron 130 personas en la realización de la misma. Modelo de encuesta se encuentra como Anexo.

Como resultado de la primera pregunta sobre el género de los participantes, se obtuvo el 53,1% correspondiente a 69 mujeres y el 46,9% que representan 61 hombres encuestados.

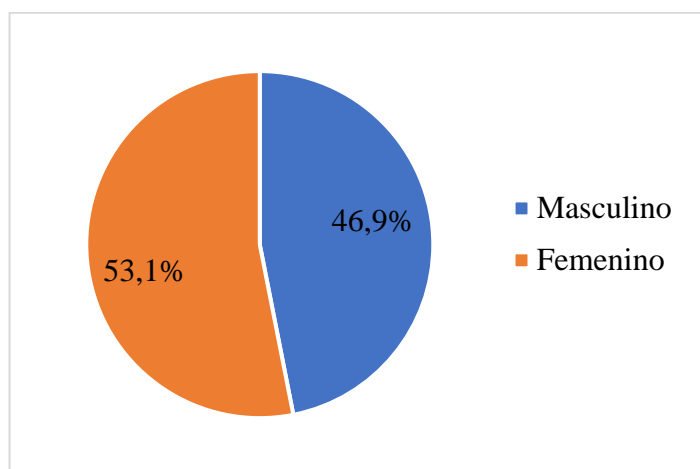


Figura 11. Género de los encuestados.

Para determinar la edad de las 130 personas encuestadas, se procedió a agrupar los datos en siete intervalos con rangos de cinco, dando como resultado que el 34,6% son jóvenes entre 20 y 25 años, seguido de personas entre 26 y 31 años quienes equivalen al 31,5% de encuestados. La minoría restante son adultos de entre 32 a 55 años. Ninguno de los encuestados forma parte del intervalo mayor a 55 años.

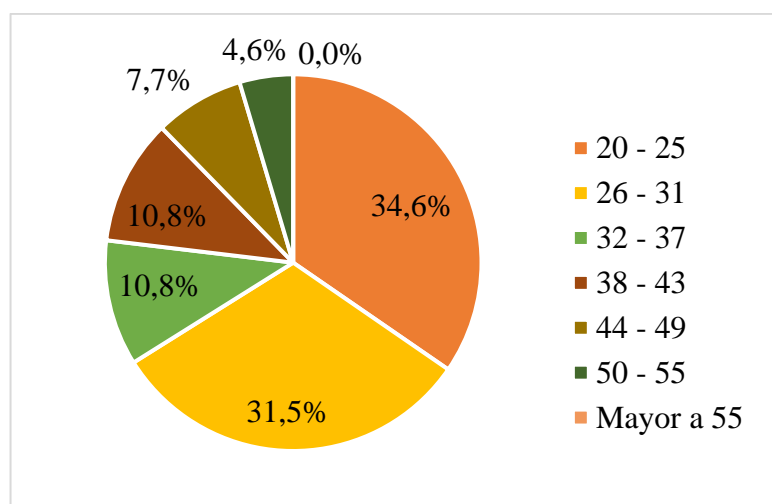


Figura 12. Edad de los encuestados.

Para analizar la temporalidad, se preguntó cuándo fue la última vez que los encuestados visitaron HSJ; se obtuvo como resultado que la mayoría asistieron entre los meses de abril y noviembre. Una minoría significativa indicó asistir entre los meses de marzo, junio, julio y agosto. Considerando únicamente el año 2019.

Con respecto al motivo de visita de los encuestados, 52 personas indicaron que visitaron la hacienda por motivo de turismo, equivalente al 40%. Seguido se encuentran 37 personas que indicaron asistir por ocio y recreación. Adicional, 27 de las personas encuestadas visitaron San José como asistentes a eventos y finalmente, 14 personas mencionaron visitarla como organizadores de eventos sociales o corporativos.

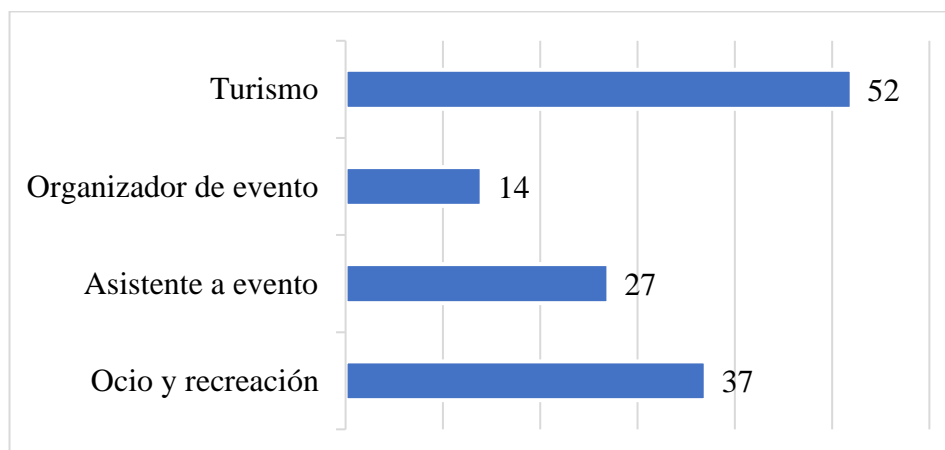


Figura 13. Motivo de visita de los encuestados.

En cuanto al estado de las instalaciones, un 85,4% equivalente a 111 personas, indicaron que consideran las mismas se encuentran en buen estado. Así mismo, un 14,6% equivalente a 19 personas consideran que las instalaciones se encuentran en un estado regular. Ninguno de los encuestados menciona que las instalaciones son de mal estado.

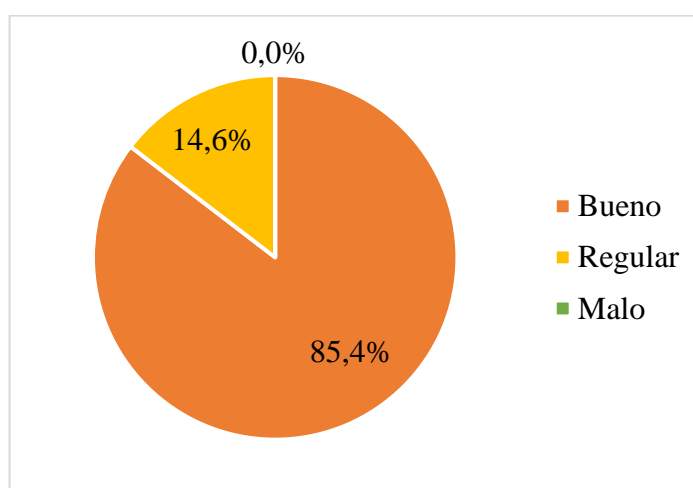


Figura 14. Estado de las instalaciones.



Otra de las preguntas enfocadas a medir la percepción de los clientes en cuanto al servicio que se brinda dio como resultado que un 81,5% de los encuestados considera se brinda un buen servicio, el 16,9% indico se brinda un servicio regular y finalmente el 1,5% equivalente a 2 personas, se llevaron la experiencia de un mal servicio en su visita a HSJ.

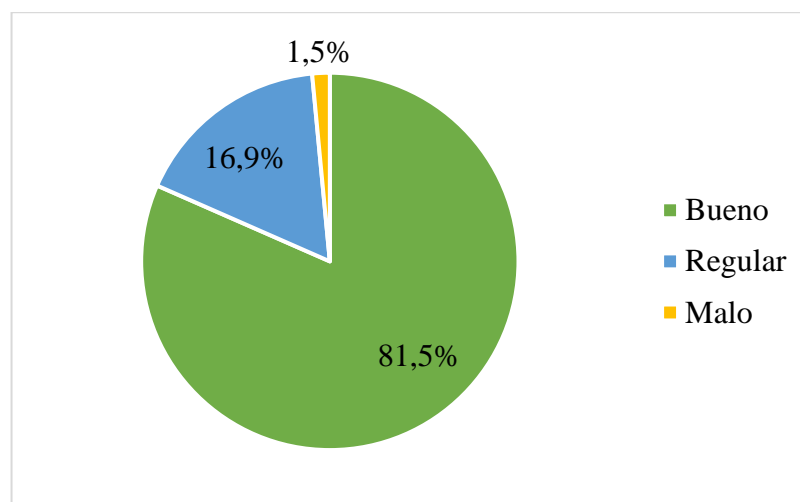


Figura 15. Percepción del servicio brindado.

Para medir el nivel de satisfacción de los visitantes se utilizó la escala de Likert, donde 71 encuestados indicaron encontrarse muy satisfechos con el servicio brindado en la hacienda, 48 personas indicaron estar algo satisfechos, 10 personas optaron por ni satisfecho, ni insatisfecho y solo una persona indico estar algo insatisfecho con el servicio brindado. Ningún encuestado indico estar muy insatisfecho.

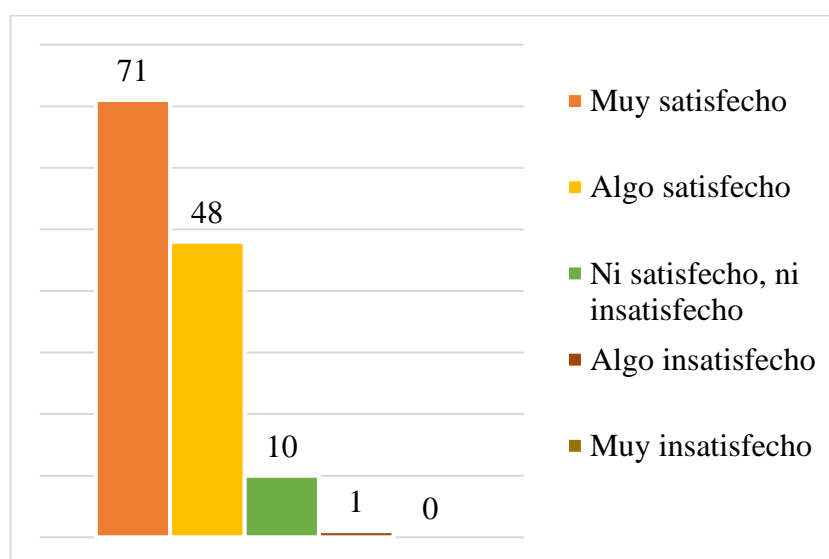


Figura 16. Nivel de satisfacción.

Se analizó la percepción de los visitantes en cuanto al nivel de capacitación de los colaboradores de la hacienda, dando como resultado que 88 personas consideran que el personal si está capacitado para brindar la actividad turística y 42 personas consideraron que no lo están.

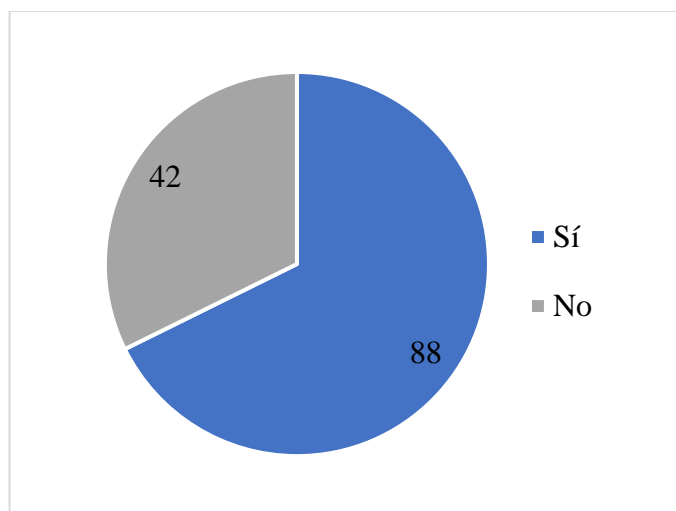


Figura 17. Percepción sobre el nivel de capacitación del personal.

Según los encuestados, HSJ debería contar principalmente con servicios como red móvil y alimentos y bebidas, seguido de servicios de alojamiento/hospedaje, servicios básicos, baños, accesibilidad y guianza. A su vez, indicaron debería contar con facilidades como vías de acceso, señalética y finalmente un centro de interpretación.

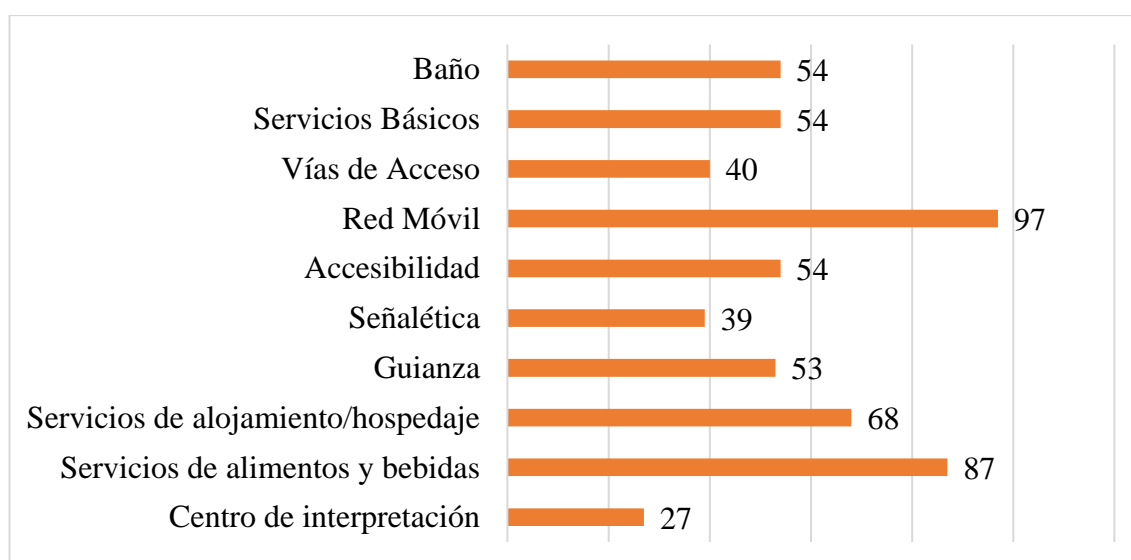


Figura 18. Servicios y Facilidades

Según la experiencia brindada en HSJ, a los encuestados en su mayoría les gustaría que la misma cuente con actividades como talleres de elaboración de chocolate, licor y artesanías de cacao, agroturismo, camping, degustación de gastronomía típica y turismo vivencial. Una minoría indico que también podría interesarles realizar eventos sociales y corporativos, guianza turística y spa.

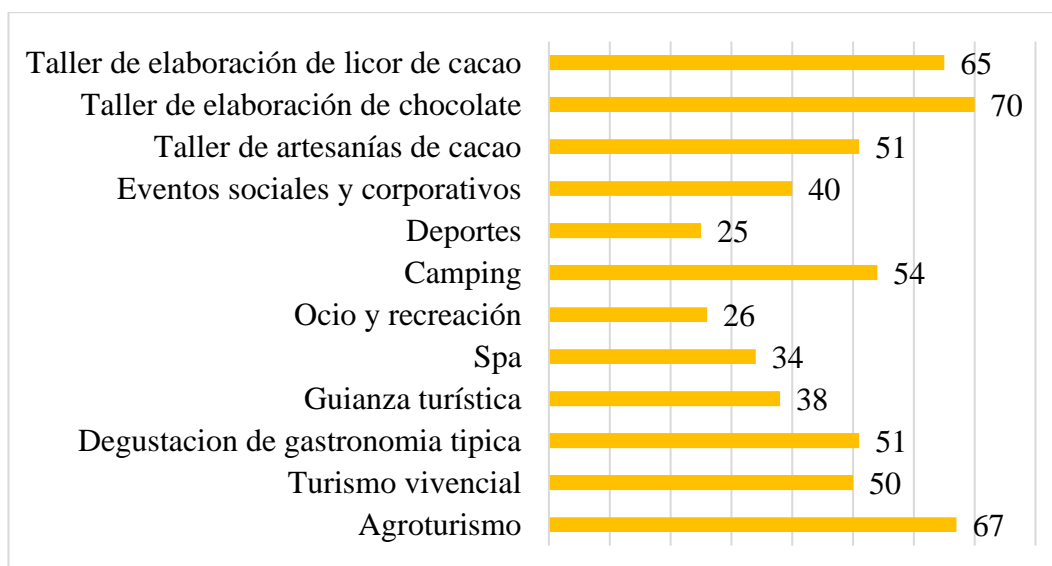


Figura 19. Actividades.

Para analizar el poder adquisitivo de los 130 encuestados, se procedió a agrupar los datos en cinco intervalos con un rango de 30. Donde 56 personas equivalente al 43,1% indicaron que destinarían un monto promedio de gasto de entre \$111 a \$141 por un tour de uno a dos días con las actividades anteriormente mencionadas. Por otro lado, un 40% de los encuestados equivalente a 52 personas indicaron destinar un monto promedio de \$80 a \$110. 20 personas indicaron destinar un gasto promedio de \$142 a \$172. 20 personas indicaron destinar un gasto promedio de \$142 a \$172.

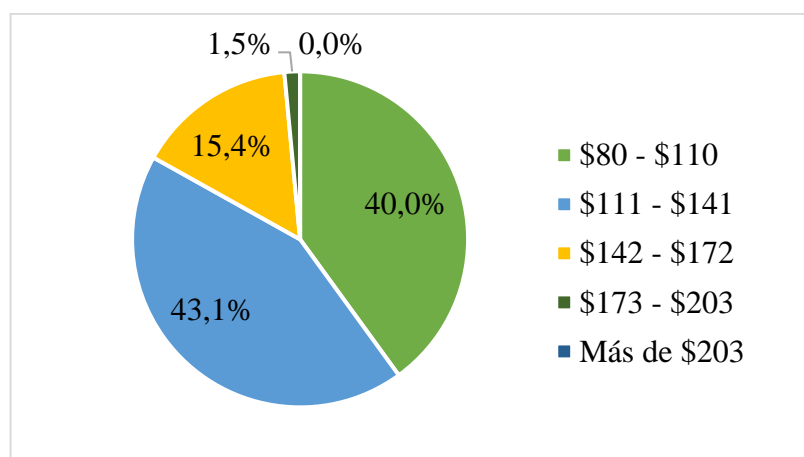


Figura 20. Poder adquisitivo.

Para analizar la concurrencia de los encuestados, se preguntó si volverían a visitar HSJ; 90 personas equivalente al 69,2% indicaron que si volverían, 29 personas indicaron que tal vez podrían volver y 11 de las 130 personas encuestadas indicaron que definitivamente no volverían a visitarla.

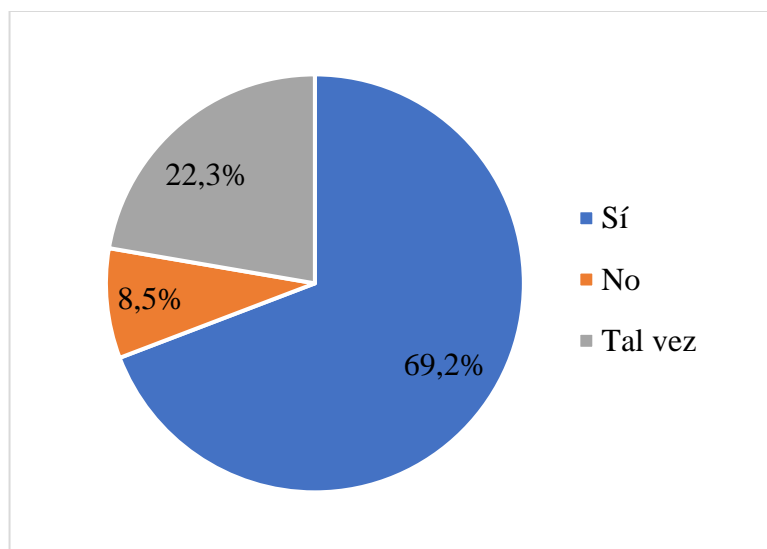


Figura 21. Concurrencia.

En cuanto a la frecuencia anual de visita, con respecto a la pregunta anterior, el 66,9% de los encuestados equivalente a 87 personas, indicaron que volverían una vez al año; el 19,2% equivalente a 25 personas indicaron que volverían dos veces al año y un 10,8% equivalente a 14 personas indicaron que nunca volverían a visitarla. El porcentaje restante indico que volverían de tres a cinco veces al año.

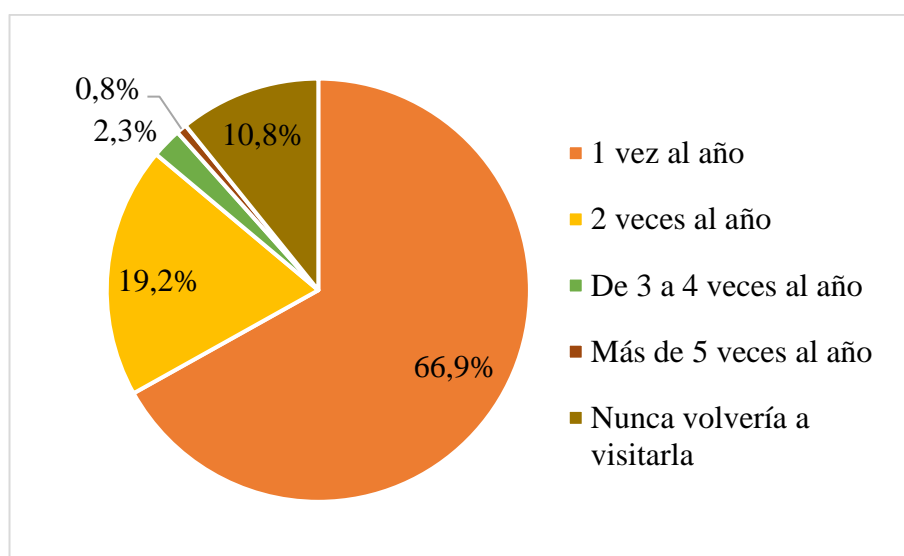


Figura 22. Frecuencia de visita.

Se preguntó a los encuestados de manera abierta, qué aspectos consideran debería mejorar HSJ; en su mayoría indicaron aumentar la publicidad y promoción turística y diversificar su oferta de servicios y actividades de entretenimiento. También se aconsejó colocar señaléticas en las vías de acceso para llegar al destino fácilmente y adecuar los precios que comercializan de acuerdo a las actividades que brinda. A su vez, varios de los encuestados hicieron referencia a que les encantó el lugar y quisieran poder degustar el chocolate que se produce de la hacienda.

Para determinar los aspectos que influyen en los encuestados al momento de contratar un tour, se analizaron 7 variables de manera abierta, de las cuales las actividades que se incluyen y el precio, son los principales factores de compra. Así mismo, el destino y tipo de movilización seguido de la cantidad de días y noches del tour, el tiempo de viaje que toma el mismo y, finalmente la distancia.

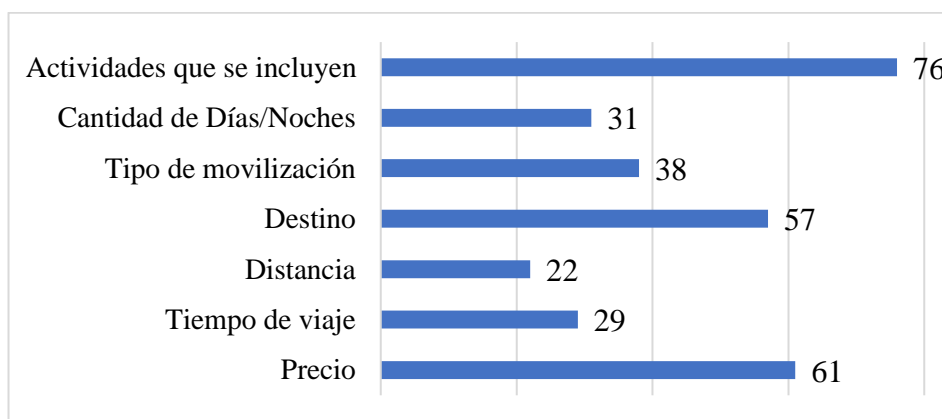


Figura 23. Factores que influyen al contratar un tour.

Para determinar el medio de compra de los encuestados al contratar un tour se concluyó que 81 personas lo hacen mediante el contacto directo con los operadores de servicios, 62 personas realizan su compra mediante agencias de viaje y 15 personas indicaron utilizar otros medios.

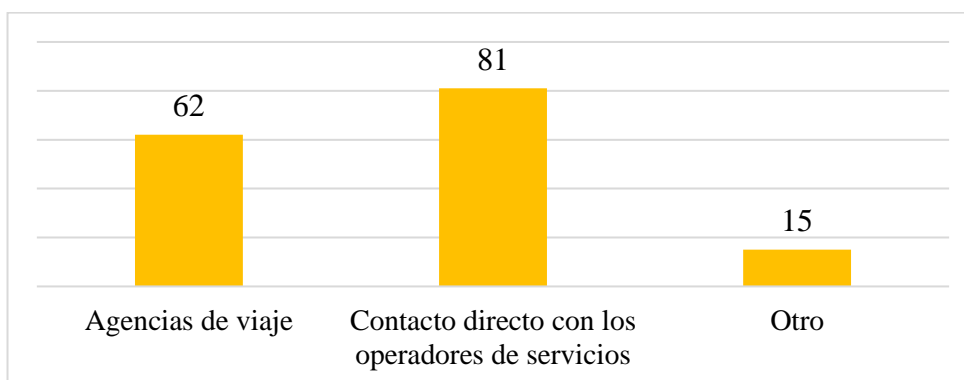


Figura 24. Medios de compra

Se analizó la frecuencia anual de viaje de los encuestados, dando como resultado que el 40% equivalente a 52 personas viajan de tres a cuatro veces al año dentro de su país de residencia; el 32,3% equivalente a 42 personas viajan más de cinco veces al año; el 18,5% equivalente a 24 personas viajan dos veces al año y el 9,2% restante viaja una vez al año.

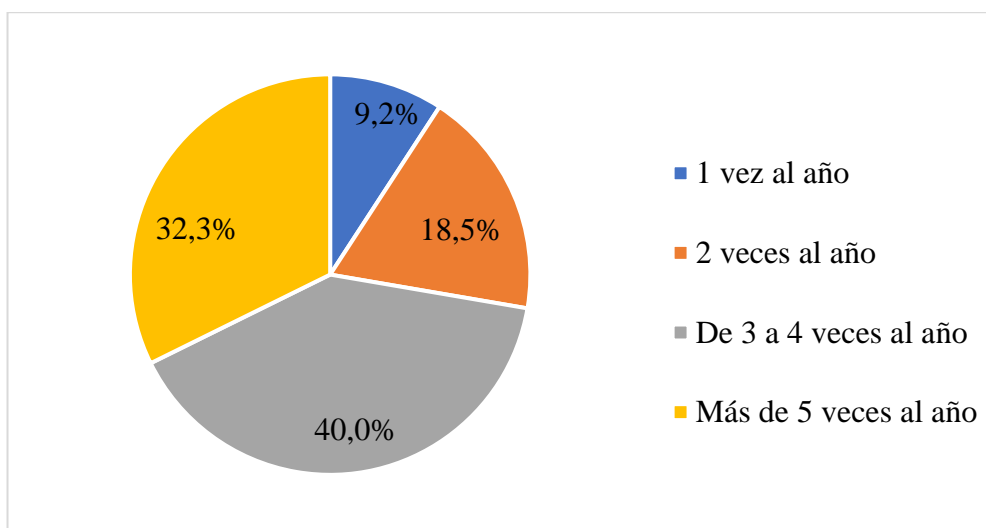


Figura 25. Frecuencia de viaje dentro del país de residencia.

Para determinar la preferencia de los encuestados en cuanto a los medios de promoción turística, se proporcionaron seis opciones a selección múltiple, de las cuales 120 personas eligieron anuncios en redes sociales, 49 personas prefieren promoción mediante correo electrónico, 33 mediante televisión y una suma de 36 personas seleccionaron la promoción entre flyers, vía pública y radio.

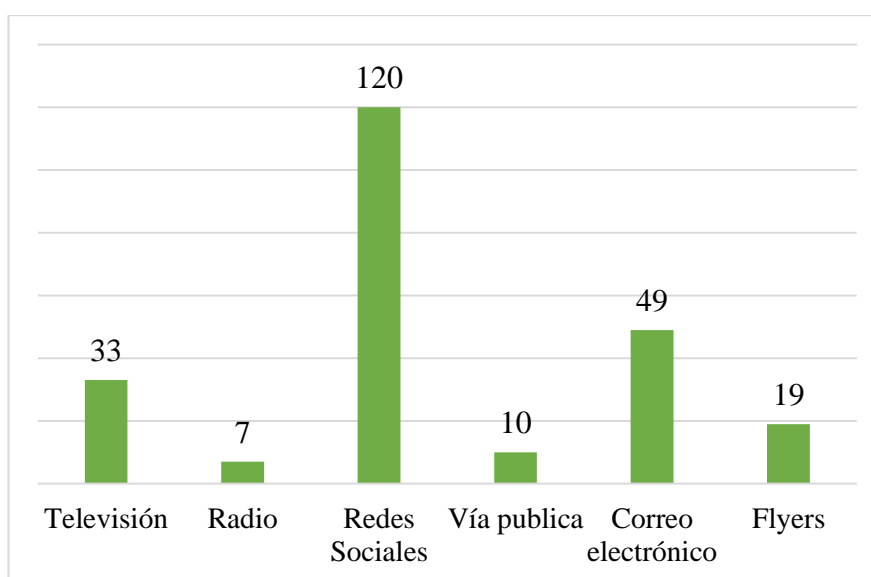


Figura 26. Preferencia en medios de promoción turística.

## **Análisis de las entrevistas**

En una entrevista realizada vía zoom el 18 de agosto de 2020, a Juan Francisco Touma Cozzarelli, jefe de exportaciones de Hacienda San José, supo indicar que es la persona a cargo de realizar el tour por la hacienda y explicar el proceso de post-cosecha de cacao, así como los demás procesos que se realizan para lograr los perfiles de cacao que han sido galardonados a través de los años. Touma mencionó “Siento que conozco bastante sobre la hacienda y los procesos que realizamos, pero estoy consciente de que no soy tan bueno en exponerlos”. Con lo que se puede evidenciar la falta de capacitación y desenvolvimiento para el desarrollo de la actividad. Esto se considera un problema, pues impediría brindar un servicio de calidad que impacte en la percepción del turista y se logre que vuelva a visitarla.

Touma confirmó que no ha recibido ningún tipo de capacitación para ejercer la actividad turística, ni ninguno de los colaboradores de la hacienda lo ha hecho. Así mismo indicó que si le gustaría que todo el personal reciba formación turística y adquiriera conocimientos profesionales en el área; “En lo personal, también me gustaría recibir alguna capacitación relacionada con oratoria” acotó. En cuanto al desarrollo de actividades turísticas hizo hincapié en que anhela implementar estadías y desarrollar actividades familiares. Finalmente, Touma concluyó indicando que si estaría dispuesto a trabajar los fines de semana y feriados, pues está consciente que es cuando aumenta la demanda de turistas, únicamente considera que realizaría esta labor bajo un sueldo adicional.

También se entrevistó a Javier Urrutia, quien es un cocinero profesional que eventualmente asiste a eventos realizados en Hacienda San José. En cuanto a las actividades que desarrolla en su labor supo explicar que: “Al inicio del recorrido se recibe a los invitados con una bebida como aperitivo, es un frozen con mucílago de cacao. Durante el recorrido se realiza una cata y degustación de cacao y yo me encargo de realizar y preparar el mise en place de eso”. Al ser un cocinero con trayectoria profesional, Urrutia indicó que si se considera capacitado ya que cumple con estudios realizados en el Instituto Superior de Arte Culinario, conocido por sus siglas ISAC, actualmente llamada Escuela de los Chefs, donde obtuvo su título de Tecnólogo en Administración de Alimentos y Bebidas. “Además convivo con la gente de la hacienda y sé sobre el cacao y sus derivados” acotó. Así mismo supo decir que la única instrucción que ha recibido por parte de HSJ, ha sido en la inducción que le realizaron

los dueños y la gente que labora y vive en la hacienda. “Al estar rodeado de las instalaciones puedo entender del proceso y logística” también mencionó.

En cuanto a adquirir conocimientos en el desarrollo de la actividad turística, Urrutia supo decir que le gustaría recibir capacitaciones sobre BPM (buenas prácticas de manufactura), servicio al cliente, etiqueta y presentación, y más información sobre el cacao, origen e historia. Considera que se debería implementar el servicio de hospedaje y que en cuanto al área de alimentos y bebidas, el servicio sea más desarrollado. También indicó que le encantaría desarrollar eventos gastronómicos, recreativos y culturales y está dispuesto a hacerlo en fines de semana y feriados. Siempre y cuando se respete el pago de horas extras al 100%, se le facilite el transporte, pues habita en la ciudad de Guayaquil; y se incluya la alimentación y hospedaje por los días que sea necesario.

De manera concluyente, se puede evidenciar que los colaboradores se encuentran muy comprometidos con el desarrollo de sus labores en HSJ. Así mismo, denotaron estar gustosos de participar en la implementación de la actividad turística en la hacienda, siempre y cuando su trabajo sea reconocido económicamente. El interés que presentaron permitirá brindar de manera idónea un servicio de calidad y se logrará cumplir con las actividades propuestas a continuación en el capítulo cuatro del presente trabajo de titulación.



## Capítulo 4. Propuesta

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de rediseño de procesos turísticos en base al estudio de las necesidades diagnosticadas en el capítulo dos “Análisis Situacional” y los resultados del capítulo tres en los que la demanda sugirió una serie de actividades y mejoras para el producto turístico que se expondrán más adelante en el desarrollo del presente capítulo. De esta manera se pretende promover un modelo de turismo sostenible y rentable, que beneficie tanto a los colaboradores de la hacienda, como a la gerencia y logre generar fuentes de empleo para las familias y habitantes de los alrededores.

La Hacienda San José cuenta con la casa-hacienda como patrimonio donde habitan los dueños de la misma y una cabaña para alojamiento con su respectivo baño, sin embargo, las mismas aún no se encuentran totalmente equipadas para recibir huéspedes. En cuanto a esparcimiento, cuenta con una cancha de césped natural para la práctica de varios deportes que también funciona como área de camping. Para el servicio de alimentos y bebidas posee una cocina con área de parrilla y comedor techado al aire libre donde puede receptor hasta 30 comensales. También existen jardines y un vivero, además, cuenta con un *mini-Market*. En cuanto a otros servicios, no existen agencias u operadores, puntos de información turística, bancos o cajeros automáticos aledaños y la señal de red móvil es muy deficiente. Sin embargo, cuenta con todos los servicios básicos, señalética y vías de acceso en muy buen estado.

Con respecto a los resultados obtenidos en las encuestas del capítulo tres “Análisis de Mercado”, el estudio dio como resultado un perfil de turistas jóvenes, de entre 20 a 30 años en su mayoría, que principalmente viaja en época de vacaciones, motivados por las actividades a realizar en el destino de su preferencia, dispuestos a pagar por el producto entre \$80 a \$140 dólares dependiendo la cantidad de días del tour.

Dentro de la oferta se encontrará un producto de turismo sostenible, amigable con el medio ambiente donde se realizará un recorrido guiado e interactivo por las instalaciones de la Hacienda San José, degustación de la gastronomía típica de la región y brindando además la opción de acampar o bien hospedarse una noche en la misma. Por un lado, se pretende comercializar el producto hacia turistas nacionales mediante el contacto directo con los operadores del servicio. Por otro lado, en cuanto

a turistas extranjeros se espera formar alianzas con operadoras de turismo que favorezca al aumento de dichos visitantes.

A continuación, se expondrán algunas imágenes de las instalaciones de la hacienda y sus facilidades.



*Figura 27.* Casa principal de Hacienda San José. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 28.* Señalética a la entrada de la hacienda. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 29.* Cancha de césped natural y área de camping. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 30.* Área de comedor y cocina con cubierta al aire libre. Tomada de: *página web de Diario El Comercio*, el 22 de enero de 2019.



*Figura 31.* Zona de parrilla en la cocina de la hacienda. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 32.* Zona de jardines y vivero. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 33.* Postre de helado a base del mucílago del cacao, pan de banano con chocolate Hacienda San José y mermelada de guayaba. Tomada en visita realizada el 28 de noviembre de 2019.



*Figura 34.* Visita de turistas a Hacienda San José. Tomada de: *Catálogo Online Hacienda San José*, octubre de 2017.

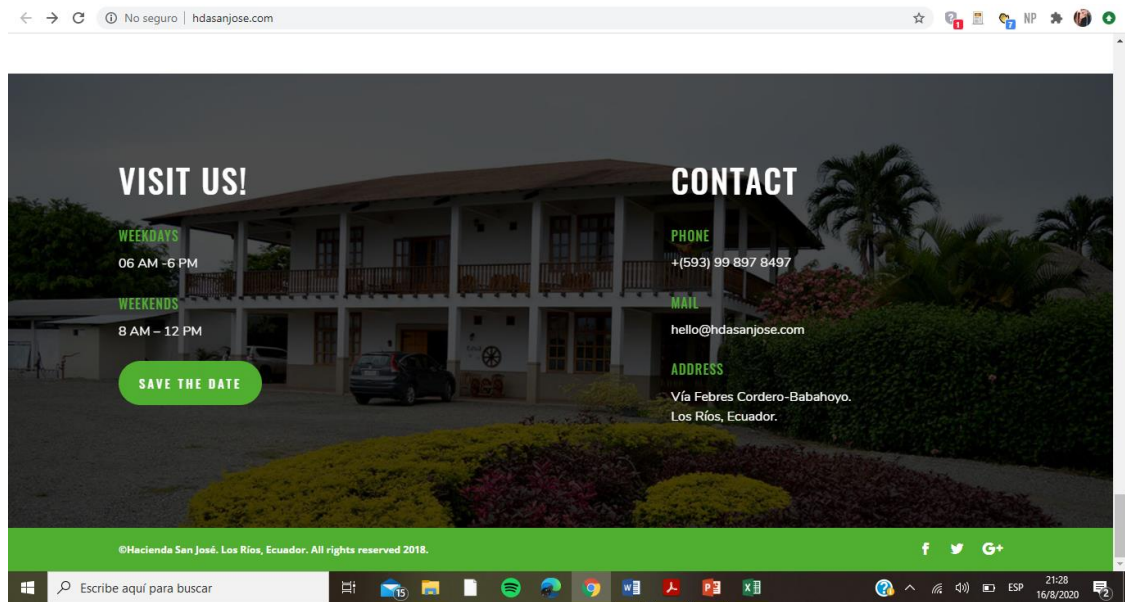


Figura 35. Sección de contactos para visitar Hacienda San José. Tomada de: *Página web* <http://hdasanjose.com/> .

El producto que actualmente se oferta es muy sencillo, por lo que se ha propuesto rediseñar los procesos turísticos referentes a la guianza, el servicio de alimentos & bebidas, y la organización y planificación de eventos. Lo que se pretende lograr es agregarle valor al producto ya existente; el mismo que se basa en exponer el proceso de plantación, cultivo y cosecha de cacao y posterior elaboración de chocolate; uno de los productos de exportación más reconocidos del Ecuador al occidente. Los turistas logran degustar del mismo, sin embargo, desconocen su proceso de elaboración. Por lo que se impulsará el desarrollo de la actividad agroturística hacia dicha demanda, acompañado del servicio de alimentos y bebidas, además de la opción de realizar eventos, tanto sociales como corporativos en las instalaciones del lugar.

Para plantear dicho rediseño de procesos se procederá a tomar como referencia los diagramas de flujo definidos en la identificación y análisis de procesos (véase capítulo dos) donde se presentan los procesos turísticos que realiza actualmente Hacienda San José. Se podrán observar de color verde las actividades formuladas para la implementación de la propuesta. Así mismo, mediante el uso de matrices se definirá por cada proceso, un objetivo, meta, línea de acción y sus respectivas actividades para el desarrollo del agroturismo y turismo vivencial en el lugar.

## Propuesta de Rediseño de Procesos Turísticos

### Proceso de guianza turística.

Tabla 9

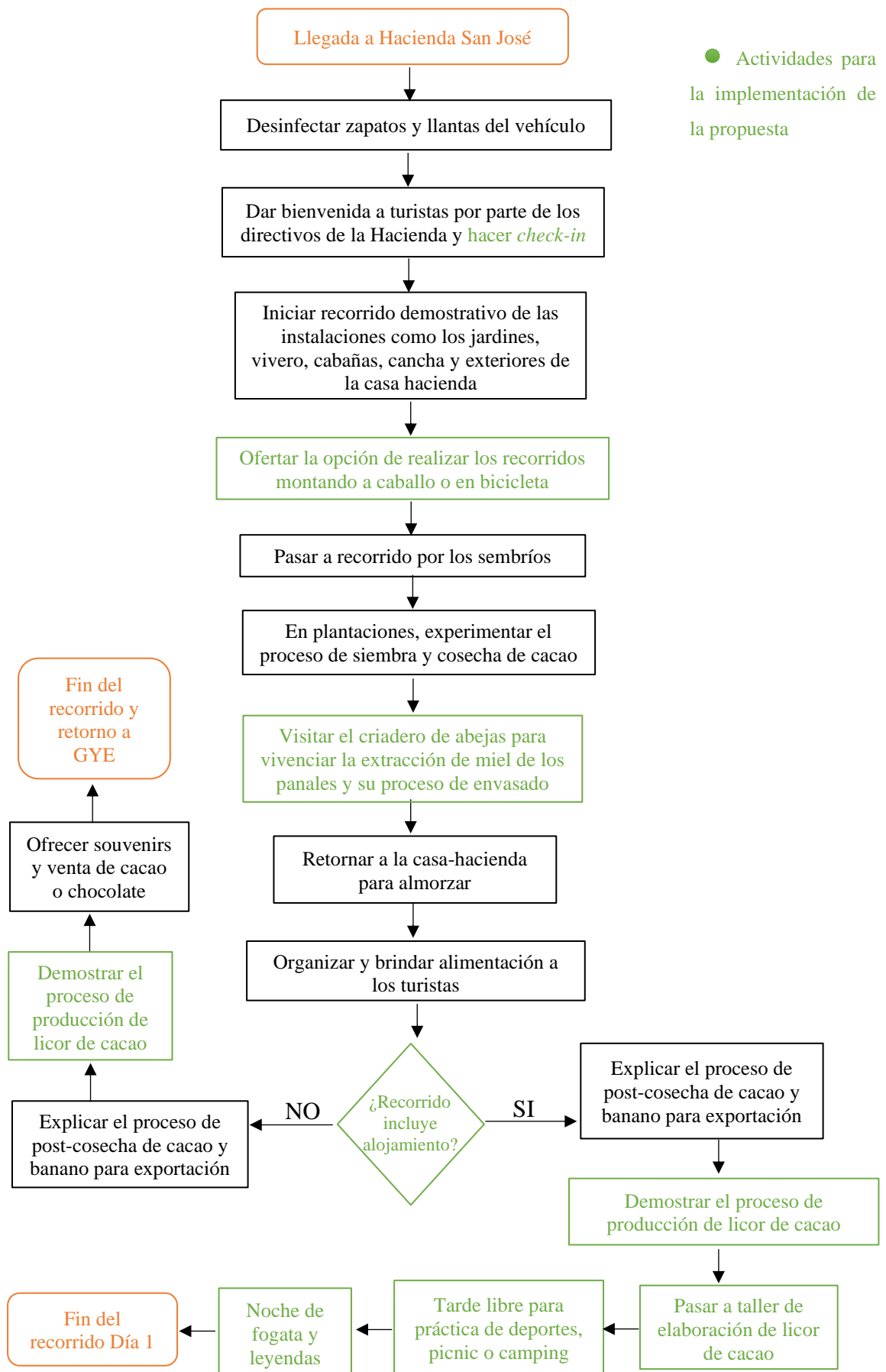
*Matriz de rediseño del proceso de guianza turística*

Proceso 1: Guianza Turística			
Objetivo	Meta	Líneas de acción	Actividades
Aprovechar los recursos turísticos que posee la Hacienda San José para el desarrollo del turismo vivencial y agroturismo en el sector.	Implementar un proceso de guianza lúdico e innovador como oferta que logre posicionar a Hacienda San José en el mercado turístico.	Coordinación entre gerencia y colaboradores de la hacienda.	Incentivar a los colaboradores a involucrarse en el desarrollo de la actividad turística.
			Brindar asesoría técnica para el desarrollo del agroturismo y turismo vivencial.
			Verificación y evaluación a la calidad del servicio.
		Desarrollo de la actividad turística.	Implementar al recorrido turístico talleres de elaboración de licor de cacao, chocolate y artesanías con cacao (velas, aceites esenciales, cremas, etc.).
			Ofertar servicio de Spa utilizando la materia prima producida en la hacienda (cacao y palma).
			Adecuar las cabañas para ofertar el servicio de alojamiento y adecuar área de camping.

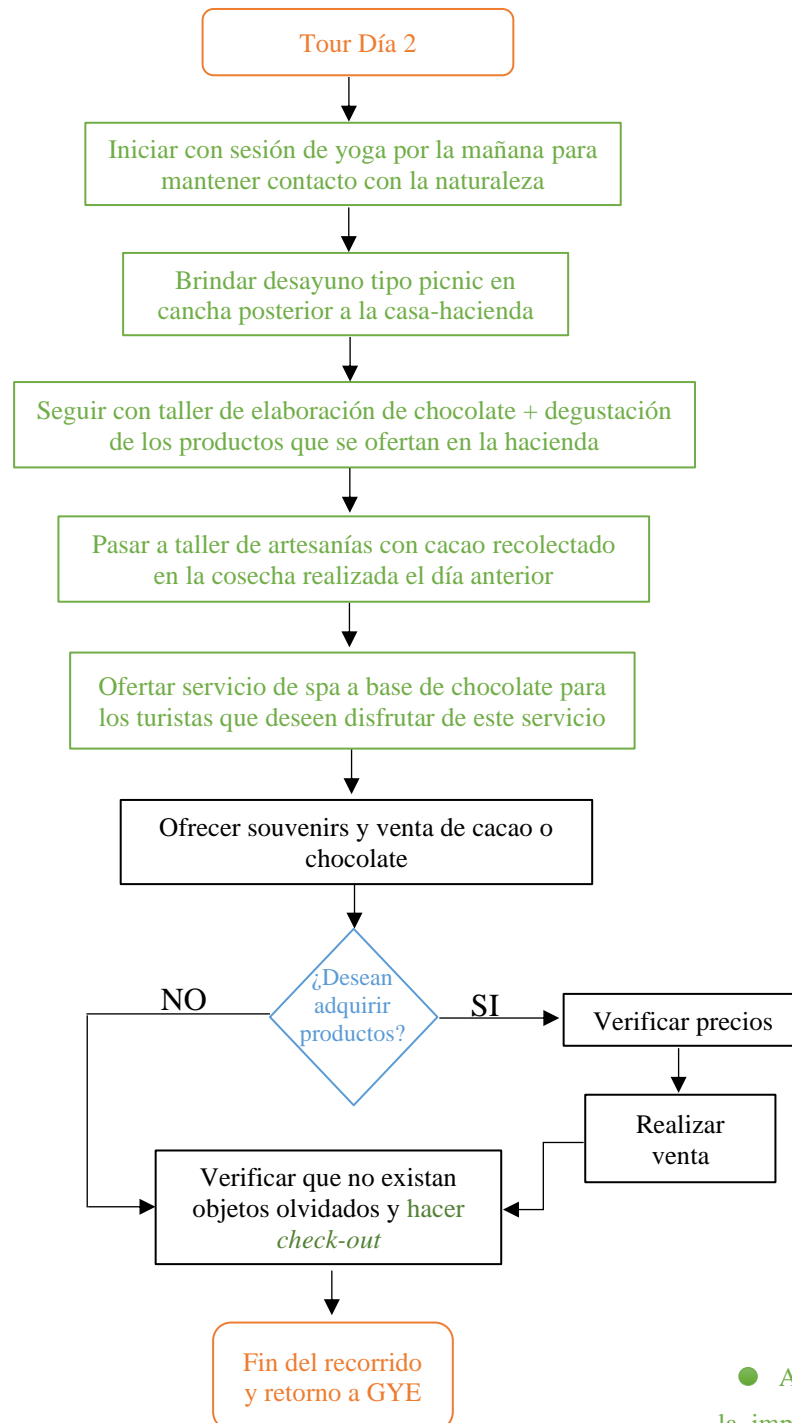
		<p>Implementar y fomentar el turismo vivencial y agroturismo en el sector. Experimentar el proceso de siembra y cosecha de cacao y banano producido en la hacienda. Apicultura.</p>
		<p>Fomentar la creación de una línea de productos artesanales locales (souvenirs) utilizando el cacao/banano/palma como materia prima.</p>
		<p>Fomentar la venta de la línea de productos que se producen en la hacienda a los turistas.</p>
		<p>Elaborar una guía de interpretación del atractivo turístico.</p>
	Mejora en la calidad del servicio.	<p>Capacitar al recurso humano en servicio al cliente, ingles básico, técnicas de guianza, ejercicio de buenas prácticas de turismo.</p>
		<p>Instalar señalización en los puntos principales de la ruta de llegada a la hacienda.</p>
		<p>Gestionar la eficiencia de la red móvil en el lugar.</p>



## Diagrama de flujo del proceso rediseñado de guianza.



Para el rediseño del proceso de guianza turística se implementará la opción de alojarse en la cabaña de la hacienda o realizar campamentos en la cancha de césped posterior a la casa principal. Esto implicará pernoctar una noche en las instalaciones de la misma, permitiendo incluir actividades adicionales al tour, las cuales se presenta a continuación:



● Actividades para la implementación de la propuesta

**Proceso del servicio de alimentos y bebidas.**

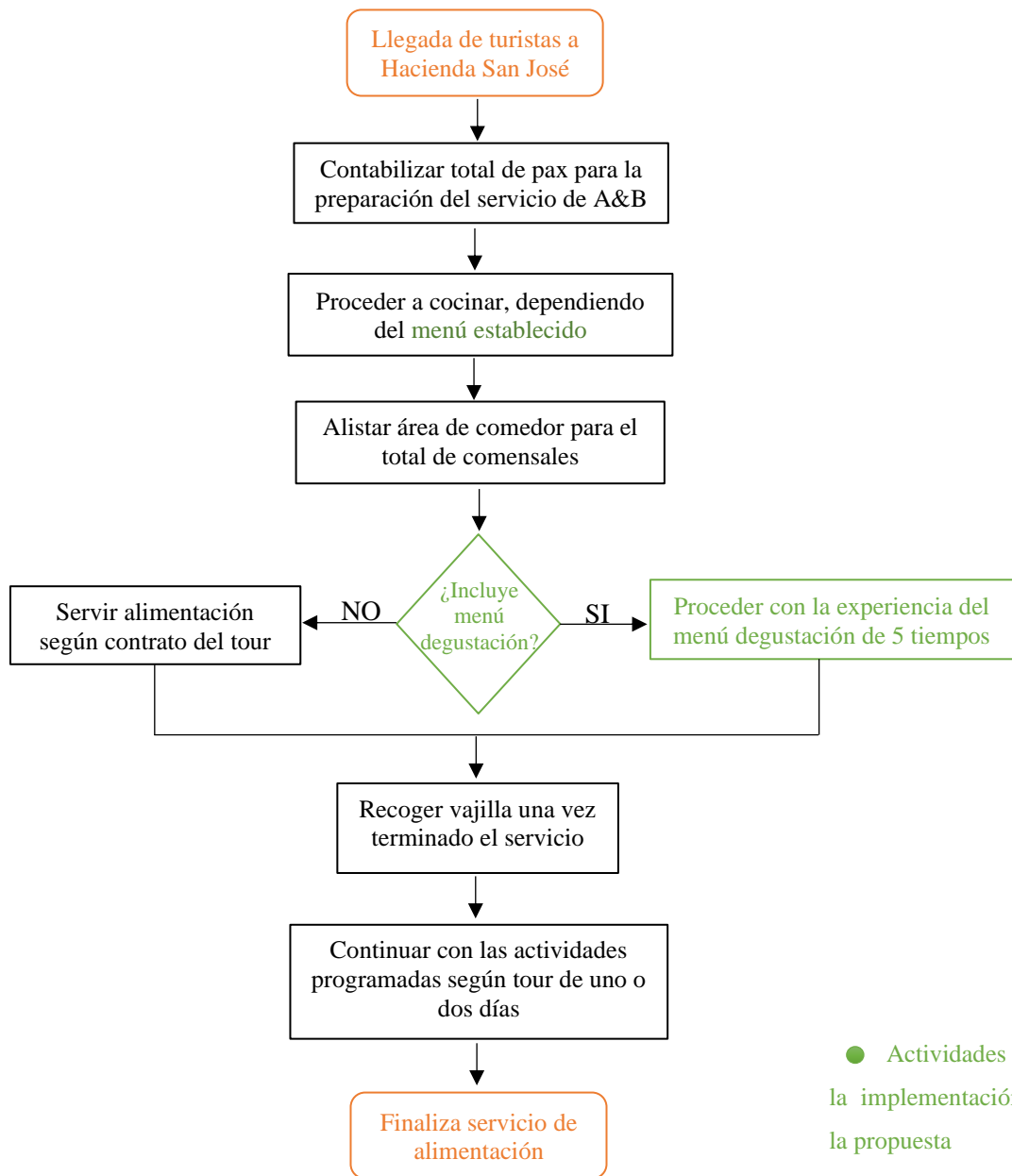
Tabla 10

*Matriz de rediseño del proceso de alimentos y bebidas*

Proceso 2: Servicio de Alimentos y Bebidas			
Objetivo	Meta	Líneas de acción	Actividades
Posicionar Hacienda San José como un producto gastronómico y cultural competitivo y diversificado.	Adecuar el proceso de servicio de alimentos y bebidas para lograr una eficiente calidad en el servicio.	Imagen y conceptualización del producto.	Crear un concepto culinario que transmita la identidad del sector con el uso de la materia prima producida en la hacienda. De esta manera, influir en la toma de decisiones del visitante y generar la recompra.
			Acondicionar el producto de acuerdo a las exigencias del mercado y el perfil del turista.
			Realizar evaluaciones periódicas por medio de encuestas para medir el nivel de satisfacción del visitante.
		Desarrollo de la actividad.	Renovar la actual oferta gastronómica brindando un menú establecido con opciones de platos típicos característicos de la región.

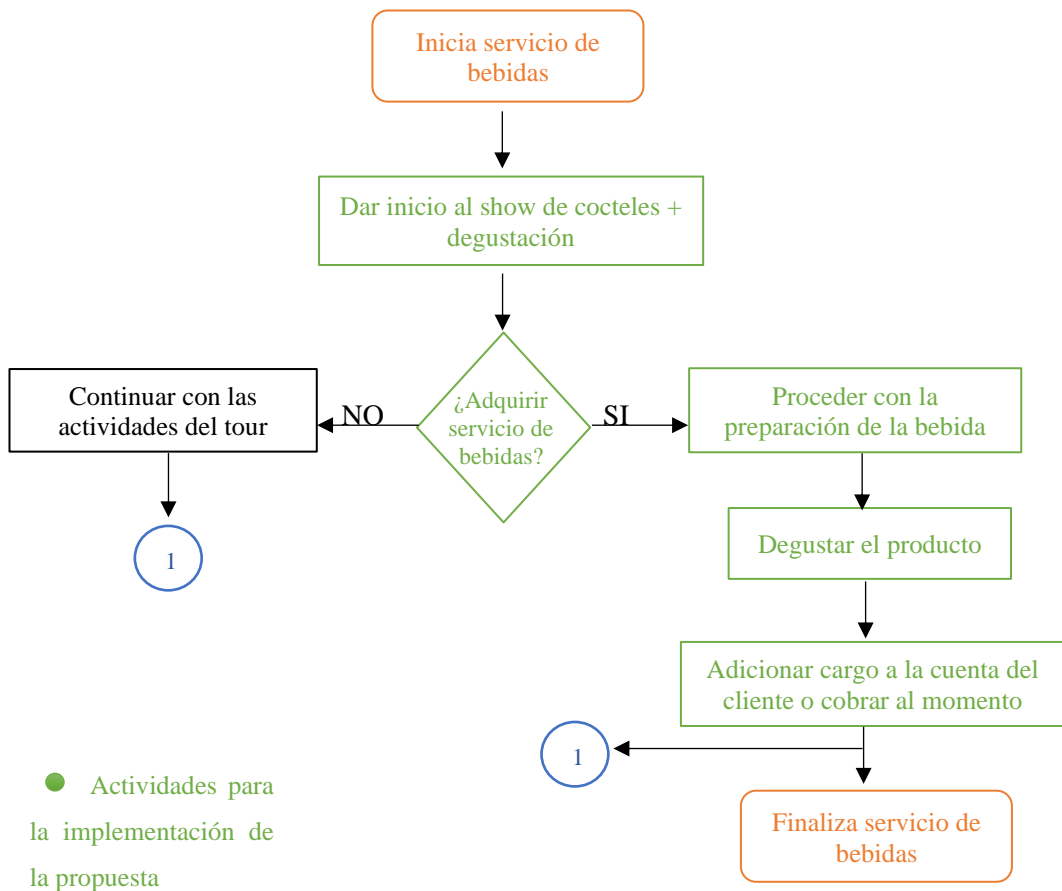
			Diseñar y posicionar un menú degustación característico de la Hacienda San José como motivación de visita de turistas.
			Establecer contratos fijos con proveedores de materia prima para el servicio de A&B.
		Capacitación del recurso humano.	Brindar talleres de técnicas culinarias contemporáneas.
			Realizar talleres de coctelería para ampliar la oferta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, usando la materia prima del lugar.
			Capacitar en servicio y atención al cliente para generar un ambiente reconfortante. "Hacer sentir como en casa".

## Diagrama de flujo del proceso rediseñado de alimentos y bebidas.



Adicional al servicio de alimentos, se propondrá la idea de implementar un área de bar para ofrecer bebidas alcohólicas y no alcohólicas a los turistas según sus gustos o preferencias; siendo el chocolate el ingrediente principal en las preparaciones. El servicio contara con un show de cocteles a cargo de un *bartender* donde los visitantes podrán degustar las bebidas y si desean, adquirirlas para pasar la tarde o noche libre durante su estadía. El mismo tendrá un costo adicional al contratado por el tour. A continuación, se detalla el proceso del servicio de bebidas:

**Diagrama de flujo del proceso rediseñado de alimentos y bebidas.**



**Proceso de organización y planificación de eventos.**

Tabla 11

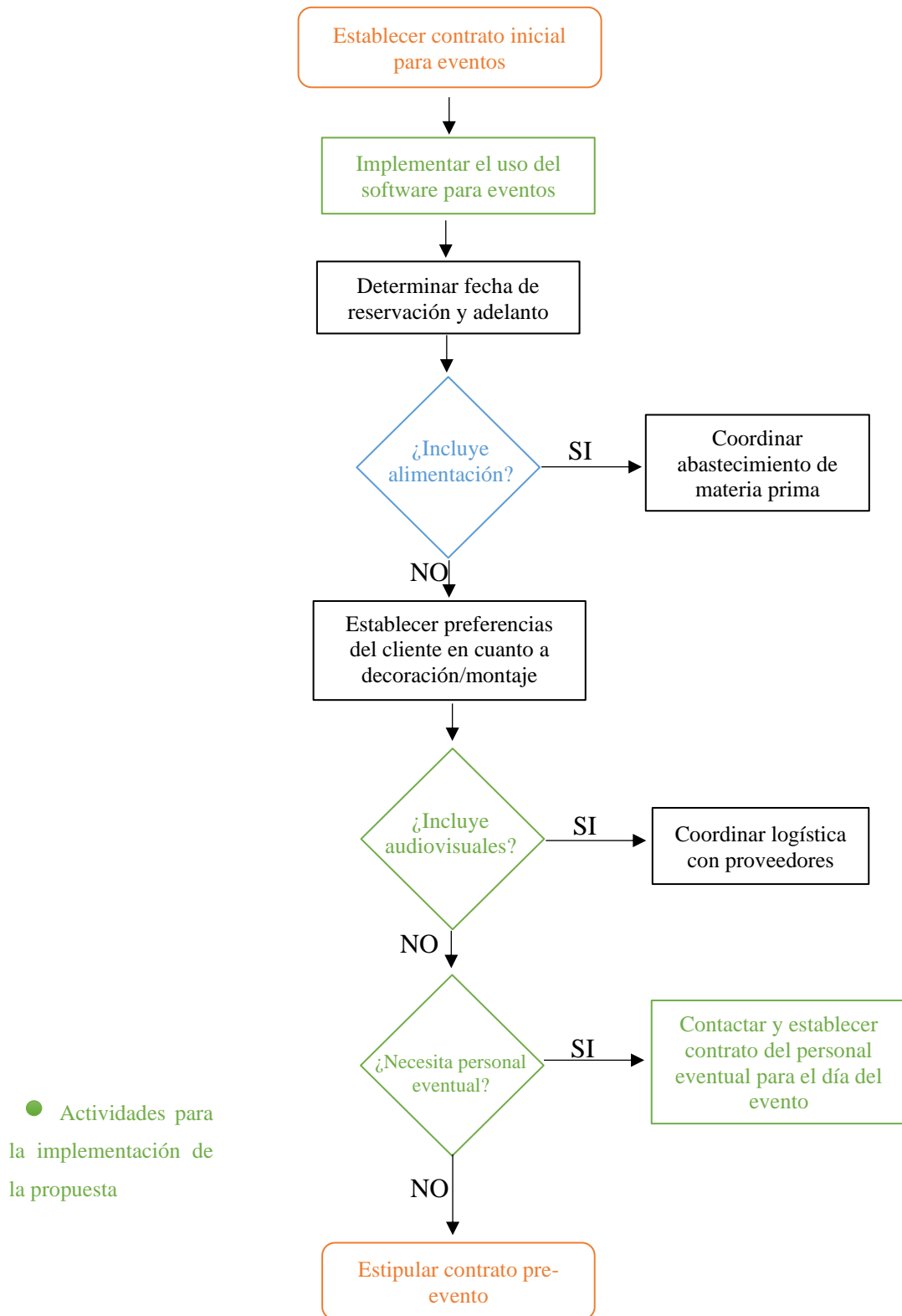
*Matriz de rediseño de procesos de organización y planificación de eventos*

Proceso 3: Organización y Planificación de Eventos			
Objetivo	Meta	Líneas de acción	Actividades
Ofrecer a los visitantes una experiencia totalmente innovadora en la realización de eventos sociales y corporativos.	Adecuar el proceso de organización y planificación de eventos para incrementar la afluencia de visitantes a la hacienda por este motivo de visita.	Asistencia técnica y digitalizada.	Diseñar paquetes especiales para eventos sociales y corporativos.
			Gestionar la adquisición de un sistema o software que permita llevar un control digital de las ventas por proceso o procedimiento de la hacienda.
		Desarrollo de la actividad.	Establecer contratos fijos con proveedores de insumos para eventos.
			Establecer alianzas clave con organizadores de eventos para aprovechar al máximo el potencial del lugar y sus instalaciones.

		<p>Gestionar la posibilidad de implementar un área cerrada para eventos. En el caso de que los clientes no deseen realizarlo al aire libre.</p>
		<p>Gestionar la adquisición de elementos audiovisuales y decorativos para disminuir costos en paquetes de eventos.</p>
		<p>Desarrollar una base de datos para contratación de personal eventual en caso de ser necesario.</p>
	Calidad en el servicio.	<p>Incentivar a los colaboradores a adquirir conocimientos profesionales en turismo y desarrollo de la cultura de servicio.</p>
		<p>Capacitar en atención al cliente para brindar un servicio eficaz.</p>

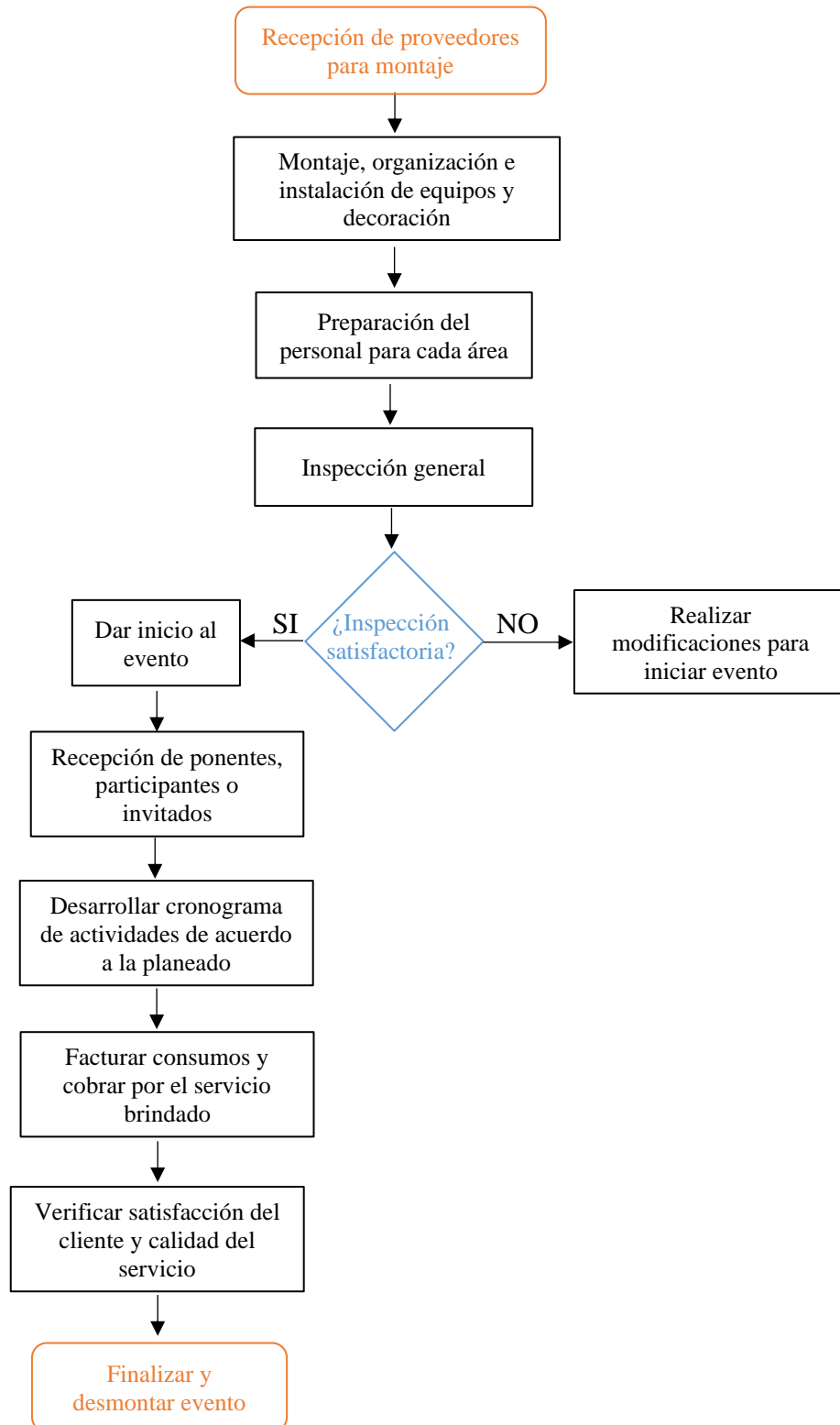


**Diagrama de flujo del proceso rediseñado de organización y planificación de eventos.**



De la misma forma, para el proceso que se realiza durante el montaje y desarrollo del evento hasta su finalización, se seguirá el diagrama de flujo diseñado en el capítulo dos:

**Diagrama de flujo del proceso rediseñado de organización y planificación de eventos.**



## **Descripción de las actividades de la propuesta**

Tomando en cuenta el potencial turístico que posee Hacienda San José, se propondrán las siguientes actividades como parte de la Propuesta de Rediseño de Procesos Turísticos. A continuación, se detallan:

### **a) Agroturismo y turismo vivencial.**

Los visitantes podrán conocer los campos de cultivo de cacao, banano y palma dentro de la hacienda, participar en la siembra y cosecha de los productos que luego serán utilizados por los mismos para las demás actividades. Se estima que el recorrido por los sembríos se realice en 2 horas, de la mano de los agricultores del lugar en conjunto con el guía turístico o personal encargada de la guianza.

### **b) Talleres de elaboración chocolate y de licor de cacao.**

Con el cacao que los turistas recolecten en la cosecha, se realizará un taller de elaboración de chocolate a cargo del chef Javier Urrutia, Chef Ejecutivo del Hotel del Parque, con la finalidad de brindar técnicas culinarias básicas para elaborar chocolate y utilizarlo como ingrediente en distintos platos. Por otro lado, uno de los colaboradores de la hacienda ofrecerá una charla demostrativa sobre elaboración de licor de cacao finalizando con degustación del producto.

### **c) Talleres de artesanías con cacao.**

Se brindarán así mismo, talleres de elaboración de artesanías donde se explicarán técnicas para crear velas, aceites esenciales, cremas, mantequilla, bisutería, tratamientos exfoliantes, etc. Todo a base de cacao y chocolate, y utilizando este recurso como materia prima.

### **d) Yoga.**

Se implementarán sesiones de yoga por la mañana para aquellos turistas que quieran llevar consigo la experiencia de conectar el cuerpo, la respiración y la mente, junto con la naturaleza. La práctica de yoga utiliza posturas físicas, ejercicios de respiración y meditación para mejorar la salud en general. Esto se brindará como actividad adicional al tour contratado para quienes deseen gozar del servicio.

**e) Spa.**

Se propone adecuar un área de la casa-hacienda para brindar el servicio de spa a los visitantes. El mismo brindara masajes, hidromasajes, tratamientos faciales, corporales y de cabello, exfoliación, terapias de relajación, entre otros servicios. El componente diferenciador de estos servicios será el uso de chocolate como producto principal para su desarrollo. Chocolate producido por Hacienda San José.

**f) Camping.**

Los turistas podrán acampar al aire libre, disfrutando del ecosistema en un ambiente cálido y acogedor, participando en fogatas y juegos, escuchando relatos de las leyendas más populares del sector. El área designada a los campamentos será la cancha de césped natural detrás de la casa principal de la hacienda. De la logística estará encargada la agencia de viajes que contrate el tour que se oferta; el tiempo de pernoctación será de una noche. Es necesario que el turista cuente con linternas y repelente.

**g) Apicultura.**

Gracias a las certificaciones de calidad medioambiental que posee la hacienda, existe un área de criadero de abejas para demostrar que el ambiente es realmente puro y libre de químicos y pesticidas. Con la finalidad de aprovechar este recurso, se pretende hacer participar a los turistas en la extracción de miel de los panales y el proceso de envasado para su comercialización. La actividad tendrá una duración de una hora donde al finalizar, los visitantes podrán comprar la miel y los demás productos que se ofrecen.

**h) Alimentos y bebidas.**

Para el esparcimiento de los visitantes se propone adecuar un área de bar; donde se brindarán cocteles, utilizando el chocolate como ingrediente principal, además de los comúnmente comercializados como margaritas, cuba libre, saltamontes, daiquiri, entre otros. Adicional se pretende introducir la experiencia de un menú degustación para influir en el motivo de visita de los turistas y establecer un menú con opciones de platos típicos de la región.

**i) Recorridos en bicicleta.**

Para realizar recorridos en bicicleta se propondrá el proyecto a los habitantes de los pueblos aledaños de presentarse como proveedores para el alquiler de las bicicletas. De esta manera los turistas podrán realizar el recorrido por los sembríos en este medio de transporte, en vez de hacerlo desde el bus donde viajaron. Así entraran en contacto directo con la naturaleza y facilitara la accesibilidad.

**j) Paseos a caballo.**

Al igual que con las bicicletas, habitantes del sector podrán alquilar sus tropillas a los turistas para recorrer la hacienda montando a caballo. El alquiler para ambas actividades tendrá un cobro por hora de uso; el valor a pagar va a depender de cada turista y el tiempo en que decida utilizar el servicio. Se recomienda alquilar el servicio por un tiempo mínimo de dos horas para así poder realizar el recorrido completo a la hacienda.

**k) Deportes.**

Hacienda San José cuenta con una cancha de futbol de césped natural muy bien mantenida, al servicio de los turistas en el caso de querer hacer práctica del deporte.

Para ofertar el producto se podrán comercializar tours de uno a dos días, incluyendo las actividades antes mencionadas de acuerdo a las preferencias del turista. Esto permitirá diversificar la oferta del lugar y atraer un volumen considerable de visitantes de distintos perfiles, satisfaciendo las necesidades de cada uno a su manera, con la finalidad de aumentar los ingresos de la hacienda.

## Conclusiones

Mediante el proceso investigativo de la fundamentación teórica, se ha reconocido al agroturismo como una oportunidad en auge para establecimientos turísticos que quieran innovar la oferta turística que posee actualmente el Ecuador, por actividades en contacto con la naturaleza y la industria agrícola que generen experiencias únicas para los visitantes de la mano del turismo sostenible. Es así como mediante buenas prácticas del turismo se beneficiará el desarrollo económico del sector y nivel de vida de la sociedad, ahora y hacia el futuro. Así también, dando a conocer el valor de las costumbres y el estilo de vida rural que se lleva en el destino. Al transmitir la esencia de la cultura, se está creando una identidad patrimonial muy sólida que se mantendrá viva de generación en generación.

Los principios de desarrollo sostenible son altamente aplicables al desarrollo de la actividad turística en la hacienda. Lograr vincular el turismo, junto a la cultura y el medio ambiente permitirá diversificar sus ingresos y presentarse como un potencial destino agroturístico. Por medio del análisis situacional, se ha diagnosticado la situación actual del destino y de los recursos turísticos que posee actualmente. La provincia de Los Ríos es un área geográfica que mantiene una considerable actividad agrícola en una cantidad considerable de hectáreas donde se siembre en su mayoría banano y cacao, y en un porcentaje mejor arroz y palma. Es por esto que la misma debe conservarse y potenciarse como un recurso muy interesante para turistas y visitantes del sector.

Hacienda San José está en la capacidad de desarrollar varios tipos de turismo como son el de naturaleza, vivencial, rural, gastronómico, ecoturismo, entre otros. Además, de brindar servicios como lo son, alojamiento, alimentos y bebidas y organización de eventos. Por lo que se pretende rediseñar los procesos sobre cómo prestan dichos servicios y así aumentar su número de visitas.

Gracias al resultado de las encuestas, se pudo concluir que existe un alto nivel de interés en el desarrollo de la actividad, ya que es innovador y actualmente existen pocas fincas o haciendas que además de trabajar la parte agrícola, opten por realizar turismo en sus instalaciones cerca de este sector. Esto favorecerá a los ingresos de HSJ, pues al momento de que el turista escoja por visitar un destino de este tipo, la oferta no será muy amplia por lo que se trabajara también la parte de promoción turística y comercialización del destino.

Por otro lado, de acuerdo con las entrevistas realizadas a los colaboradores de la hacienda, se resolvió que, los mismos están dispuestos a participar en los programas de turismo que se ofertaran, brindando a los turistas sus conocimientos sobre las actividades que realizan a diario.

De manera general se puede concluir que además el cantón Babahoyo y la provincia de Los Ríos tienen el potencial para ofertar nuevas modalidades y productos turísticos que contribuyan a diversificar esta oferta destinada tanto al turismo interno como al internacional, interesados en este tipo de experiencias.

Finalmente, con este proyecto de titulación se espera demostrar el potencial turístico que posee Ecuador, mediante los tipos de turismo que no son realmente expuestos con el valor que estos merecen, como lo son el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, agroturismo, turismo vivencial y experiencial, turismo gastronómico, entre otros. Estos permiten darle otro enfoque a la motivación del viajero y abren más oportunidades a que aumenten los ingresos por turismo en el país. Así mismo, gracias al efecto multiplicador del turismo, se generarían plazas de empleo, aumentaría el crecimiento económico y la buena redistribución de la riqueza.

## **Recomendaciones**

Gracias al desarrollo del presente proyecto de titulación, se espera lograr diversificar la oferta de servicios que brinda Hacienda San José, además de explotar sus recursos para el desarrollo de la actividad turística. Por este motivo se plantean nuevas y mejores opciones para el desarrollo de la misma, donde se incluye un sin número de actividades orientadas al agroturismo a través de un marco de turismo sostenible. La propuesta constituye un rediseño de dichas actividades por lo que se recomienda la aplicación de las mismas con los recursos del destino que sean necesarios para su implementación. Se optará por ofertar productos innovadores que salgan de la típica idea de hacer turismo de compras, ocio o los característicos destinos cotidianos que se comercializan al visitar Ecuador, donde incluso se podría construir una ruta de agroturismo en la región.

Así mismo, se recomienda capacitar al personal en atención y servicio al cliente, buenas prácticas del ejercicio de la actividad turística, técnicas culinarias, entre otros; de manera que se logrará brindar no solo un servicio o producto, sino que el turista llevará consigo una experiencia, que, en el caso de ser satisfactoria, seguramente generará que este recomiende el lugar y en el mejor de los casos, vuelva a visitarlo. Por lo que también se recomienda a los propietarios instruirse en el ámbito turístico para la implementación de la propuesta y su gestión, mediante la adecuada administración del negocio como punto clave para su éxito.

Para futuros proyectos se recomienda también tomar en cuenta la infraestructura del lugar, pues la misma constituye la base fundamental para el desarrollo de la actividad turística. Así mismo, se recomienda realizar constantes mantenimientos de las áreas sociales del lugar, procurando su correcta adecuación. Lo que permitirá agregarle mayor valor al producto, siempre teniendo presente el precio de comercialización de las actividades propuestas, satisfaciendo las necesidades y ajustándose a la realidad del mercado.

Se recomienda también ahondar en la promoción turística del destino pues se sabe que cuenta con bastante potencial, sin embargo, aún no es muy reconocido. Se deberá constituir propuestas de negocio claves para su comercialización en agencias de viaje y operadoras. Además de una campaña publicitaria que genere en los turistas la necesidad de conocer y visitar el lugar. Es necesario innovar y reinventarse para lograr que los visitantes pernocten no solo en la hacienda sino también en la provincia



de Los Ríos como destino, evitando que busquen en otras provincias lo que también se puede ofertar allí. Lo que a su vez conlleva a las autoridades competentes a realizar un inventario turístico del cantón tomando en cuenta las nuevas tipologías de turismo que se ofertaran en el mercado y permiten el desarrollo turístico de la región.

## Referencias

- Alonso, M., Barcos, L., & Martín, J. I. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid, España: Síntesis.
- Ayuso, S. (2003). *Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español (Tesis doctoral)* Universidad Autónoma de Barcelona, España. Obtenido de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4954/sas1de4.pdf?sequence=1>
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural. nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo, Uruguay: Oficina Internacional del Trabajo, CINTERFOR/OIT.
- BCE. (2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Behar, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Bertalanffy, L. V. (1973). *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. Fondo de Cultura Económica.
- Bhat, K. S. (2010). *Total Quality Management: text and cases*. Karnataka, India: Himalaya Publishing House.
- Boncheva, A., & Ibáñez, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en México Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico*. Mexico : Instituto Nacional de Ecología.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico* (4ta ed.). Mexico D.F.: Editorial Trillas.
- Brundtland, G. H. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: Nuestro Futuro Comun*. ONU, Asamblea General de las Naciones Unidas.
- Busby, G., & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 635 - 642.
- Camara, C. J., & Morcate, F. d. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48 - 67. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/au/v35n1/au05114.pdf>
- Carballo, R., & Fraiz, J. A. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *Pasos*, 369 - 383.
- Cardenas, R. (2005). *Repositorio Heroica Escuela Militar Naval de Veracruz*. Obtenido de Tesis previo a la salida del sistema educativo Naval.

- Caro, A., & Torrejon, W. (2017). *Repositorio Digital Universidad Nacional Torrio Rodriguez de Mendoza de Amazonas*. Obtenido de Propuesta de turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística en el Distrito de Huancas, Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas: <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1265/Anita.Caro-Tuesta-Witman-Torrejon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañeda, M., Ucio, R., & Quintero, A. (2016). Aplicación de procedimiento para rediseñar el proceso de alojamiento en el Hotel. (C. P. Río, Ed.) *Revista Científica Avances*, 18(3), 213 - 220. Obtenido de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/168/407>
- Chiriboga, M. (Septiembre de 2012). *Repositorio Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de La sostenibilidad y sustentabilidad en los museos, dos enfoques principales: la museología tradicional y la nueva museología. Caso de estudio en dos museos de la provincia de Pichincha: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/4557/1/50939\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/4557/1/50939_1.pdf)
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2005). La Metodología de la Investigación Científica: Tipos de estudios en la investigación. *Polkey Gomez*, 20 - 21.
- CRE. (20 de Octubre de 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Registro Oficial No. 449. Obtenido de [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- De Saeger, A., & Feys, B. (2016). *El diagrama de Ishikawa : Solucionar los problemas desde su raíz*. (Primento, Ed.) Primento. Obtenido de <https://www21.ucsg.edu.ec:2071/lib/ucsg-ec-ebooks/reader.action?docID=4504798&ppg=1&query=ishikawa>
- Dillard, J., Dujon, V., & King, M. (2009). *Understanding the Social Dimension of Sustainability*. New York, Estados Unidos: Routledge Editorial.
- Entorno turistico. (2020). *Hablemos de turismo*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>
- Feria, J. M. (2003). Indicadores de sostenibilidad: un instrumento para la gestión urbana. Huelva, Espana. Obtenido de <file:///C:/Users/Ariana%20Banda/Downloads/indicadores-de-sostenibilidad-un-instrumento-para-la-gestin-urbana-0.pdf>

- Fernandez, L., & Gutierrez, M. (2006). *Bienestar Social, Económico y Ambiental para las Presentes y Futuras Generaciones*. Ciencias Básicas., Azcapotzalco, Mexico: Universidad Autónoma Metropolitana. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v24n2/art13.pdf>
- Graham, S. (26 de Febrero de 2003). *The Council of Museums Australia, Melbourne*. Obtenido de *Museums and Sustainability: Guidelines for policy and practice in museums and galleries.*: [https://amagavic.org.au/assets/map/workbook/Appendices/Appendix\\_11\\_MA\\_Sustainability.pdf](https://amagavic.org.au/assets/map/workbook/Appendices/Appendix_11_MA_Sustainability.pdf)
- Gutierrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. Mexico D.F.: McGraw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGrawHill.
- ICLEI. (1994). Carta de las ciudades europeas hacia sostenibilidad. *Conferencia Europea sobre Ciudades* (pág. 10). Aalborg, Dinamarca: Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es el control total de calidad?: La modalidad japonesa*. Bogota, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Krippendorf, J., & Nantermod, P. (1971). *Marketing et tourisme*. Herbert Lang; Peter Lang.
- Lacouture, M. C. (2019). *Turismo Sostenible* (Primera ed.). Bogota, Colombia: Editorial Planeta Colombiana S.A.
- Ley de Turismo. (2014). Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Local, G. D., & Urbano, G. d. (2000). *Hacia un perfil de la sostenibilidad local: Indicadores comunes europeos*. Dirección General del Medio Ambiente & Comisión Europea . Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Manene, L. (2011). *Los diagramas de flujo: su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60656037/Los\\_diagramas20190920-8696-u4r0qz.pdf?1568997372=&response-content-disposition=inline-filename\\_28\\_julio\\_2011\\_en\\_Estructura\\_Organizat.pdf&Expires=1593204877&Signature=OEFvnW8XDbPuGNjr2bkhgzAwhSmKcWIL81](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60656037/Los_diagramas20190920-8696-u4r0qz.pdf?1568997372=&response-content-disposition=inline-filename_28_julio_2011_en_Estructura_Organizat.pdf&Expires=1593204877&Signature=OEFvnW8XDbPuGNjr2bkhgzAwhSmKcWIL81)

- MINTUR. (18 de Febrero de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Reglamento de alojamiento turístico : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/Reglamento-de-alojamiento-turistico.pdf>
- MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas*. Mexico: Editorial Limusa.
- Norton, B. (1992). Sustainability, Human Welfare, and Ecosystem Health. *Environmental Values*, 1(2), 97 - 111. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/30301269?seq=1>
- OCDE. (2001). *Indicadores medioambientales para la agricultura*. Paris, Francia: Organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE).
- OIT. (2013). *El desarrollo sostenible, el trabajo decente y los empleos verdes*. Ginebra, Suiza: Oficina Internacional de Trabajo (OIT).
- OMT. (1998). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Glosario de términos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Definiciones de turismo de la OMT: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- ONU. (1991). Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y Fondo Mundial de la Naturaleza. *Union Mundial de la Conservación*. Organización de las Naciones Unidas.
- ONU. (25 de Septiembre de 2015). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ostelea. (29 de Mayo de 2019). “*El Turismo Vivencial consiste en poner en valor la experiencia que va a vivir el cliente*”. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/el-turismo-vivencial-consiste-en-poner-en-valor-la-experiencia-que-va-vivir-el-cliente-antonio-martin>
- Piarpuezan, T. (18 de agosto de 2017). Rediseño técnico turístico del balneario La Calera. *Tierra Infinita*, 3, 94 - 98. Obtenido de <http://181.198.77.142/index.php/tierrainfinita/article/view/144/190>

- Pimienta, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura*(13), 263 - 276. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Pita, S., & Pértegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Fisterra*, 76 - 78. Obtenido de [http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti\\_cuali2.pdf](http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf)
- RAE. (2014). *Real Academia Española* . Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://www.rae.es/>
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (2015). Obtenido de Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Reglamento-general-ley-turismo.pdf>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Rigol, L. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 1 - 8.
- Rodriguez, I., & Govea, H. (Mayo - Agosto de 2006). El discurso del desarrollo sustentable en América Latina. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 12(2), 37 - 63. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/177/17712202.pdf>
- SEGITTUR. (2015). *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*. Obtenido de Ministerio de industria, energia y turismo: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Semarnat. (22 de Noviembre de 2017). *Gobierno de Mexico*. Obtenido de Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales : <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/que-es-la-huella-ecologica?idiom=es>
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. (C. N. Planificación, Ed.) Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Torres, M., & Paz, K. (2002). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. (U. R. Landívar, Ed.) Obtenido de Boletín Electrónico No. 02.

- UNESCO. (2005). *Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible*. Paris, Francia: Sección de Educación para el Desarrollo Sostenible. Obtenido de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141629\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141629_spa)
- Verdoy, P. J., Mahiques, J. M., & Pellicer, S. S. (2006). *Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones* (Vol. 21). Castelló, España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Vergara, J. J., & Carbal, A. (Octubre de 2014). Diseño de un sistema de gestión en Responsabilidad Social Empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 9(2), 91 - 108. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/2113/1609>
- WCDE. (1987). World Commission on Environment and Development. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

## Apéndices

### Apéndice 1. Modelo de encuesta a visitantes de la Hacienda San José.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS  
PROPUESTA DE REDISEÑO DE PROCESOS TURÍSTICOS PARA LA HACIENDA  
SAN JOSÉ EN EL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

La presente investigación tiene como objetivo analizar la percepción de los visitantes de la Hacienda San José en cuanto a su estado actual, para definir las necesidades y requerimientos de la misma.

**1. Género**

- Femenino
- Masculino

**2. Edad:**

- 20 – 25
- 26 – 31
- 32 – 37
- 38 – 43
- 44 – 49
- 50 – 55
- Mayor a 55

**3. ¿Cuándo fue la última vez que visitó la Hacienda San José? \* *Mes, año***

---



**4. De las siguientes opciones, indique el motivo de su visita a HSJ: \* Marcar solo una opción.**

- Ocio y recreación
- Asistente a evento
- Organizador de evento
- Turismo

**5. ¿En qué estado considera que se encuentra las instalaciones de HSJ? \* Marcar solo una opción.**

- Bueno
- Regular
- Malo

**6. ¿Cómo considera que fue el servicio brindado en HSJ? \* Marcar solo una opción.**

- Bueno
- Regular
- Malo

**7. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio brindado en HSJ?**

- Muy satisfecho
- Algo satisfecho
- Ni satisfecho, ni insatisfecho
- Algo insatisfecho
- Muy insatisfecho

**8. ¿Considera que el personal de HSJ está capacitado para brindar la actividad turística?**

- Si
- No

**9. Según su visita, ¿Con que servicios y facilidades considera que debería contar la Hacienda San José? \* Puede marcar más de una opción.**

- Centro de interpretación.
- Servicios de Alimentos y bebidas
- Servicios de Alojamiento/Hospedaje
- Guianza
- Señalética
- Accesibilidad
- Red Móvil
- Vías de Acceso
- Servicios Básicos
- Baños

**10. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría realizar en HSJ? \* Puede marcar más de una opción.**

- Agroturismo
- Turismo vivencial
- Degustación de gastronomía típica
- Guianza turística
- Spa
- Ocio y recreación
- Camping
- Deportes
- Eventos sociales o corporativos
- Taller de artesanías de cacao
- Taller de elaboración de chocolate
- Taller de elaboración de licor de cacao

**11. De las siguientes opciones, ¿Cuál es el monto promedio de gasto que destinaría por realizar un tour (de uno a dos días) en HSJ con las actividades antes mencionadas?**

- \$80 - \$110
- \$111 - \$141
- \$142 - \$172

- \$173 - \$203
- Más de \$203

**12. ¿Volvería a visitar HSJ?**

- Si
- No

**13. ¿Con que frecuencia volvería a visitar la Hacienda?**

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- De 3 a 4 veces al año
- Más de 5 veces al año
- Nunca volvería a visitarla

**14. ¿Qué aspectos considera usted que debería mejorar la Hacienda San José?**

---

**15. De los siguientes aspectos, para usted ¿Qué factores influyen al momento de contratar un tour? \* Favor marcar, siendo 1 lo más importante y 7 lo menos importante.**

	1	2	3	4	5	6	7
<b>Precio</b>							
<b>Tiempo de viaje</b>							
<b>Distancia</b>							
<b>Destino</b>							
<b>Tipo de movilización</b>							
<b>Cantidad de Días/Noches</b>							
<b>Actividades que se incluyen</b>							

**16. De las siguientes opciones, ¿Mediante qué medio realiza usted la compra de un tour? \* Puede marcar más de una opción.**

- Agencias de viaje
- Contacto directo con los operadores de servicios
- Otros

**17. ¿Cada cuánto tiempo viaja dentro o fuera de su país de residencia?**

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- De 3 a 4 veces al año
- Más de 5 veces al año

**18. De las siguientes opciones, ¿Mediante cuál medio prefiere enterarse sobre la promoción de tour turísticos? \* Puede marcar más de una opción.**

- Televisión
- Radio
- Anuncios en Redes Sociales
- Vía pública
- Correo electrónico
- Flyers

## **Apéndice 2. Modelo de entrevista a colaboradores de la Hacienda San José.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**PROPUESTA DE REDISEÑO DE PROCESOS TURÍSTICOS PARA LA HACIENDA**

**SAN JOSÉ EN EL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

La presente investigación tiene como objetivo analizar el nivel de capacitación y conocimientos en el desarrollo de la actividad turística de los colaboradores de la Hacienda San José, para mejorar la calidad del servicio que se brinda.

**Nombre:**

**Cargo:**

1. ¿Cuáles son las actividades que usted desarrolla en los recorridos que brinda la Hacienda?
2. ¿Se considera capacitado para ejercer la actividad turística? ¿Por qué?
3. ¿Ha recibido capacitaciones para ejercer la actividad turística?
4. ¿Qué tipo de capacitaciones (en el área turística) le gustaría recibir?
5. ¿Qué tipo de actividades o servicios le gustaría implementar a la Hacienda?
6. ¿Estaría dispuesto a trabajar en fines de semanas y feriados reconociéndole un sueldo adicional?



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Banda Regalado, Ariana Cristina**, con C.C: # **0924469034** autora del trabajo de titulación: **Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

**Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020**

---

**Banda Regalado, Ariana Cristina**

**C.C: 0924469034**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta de rediseño de procesos turísticos para la Hacienda San José en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Ariana Cristina, Banda Regalado.		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	15 de septiembre del 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>117</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, Economía, Proyectos		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Agroturismo, Hacienda Turística, Propuesta Turísticas, Servicio al Cliente, Desarrollo Económico		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El propósito de este proyecto de titulación es rediseñar los procesos turísticos que ejecuta la Hacienda San José, ubicada en el cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos. Para esto, se utilizaron herramientas de recolección de datos como la observación, la encuesta y la entrevista que permitieron analizar dichos procesos, realizar un estudio de mercado a los turistas para definir las necesidades de la hacienda y un análisis a sus colaboradores para identificar sus falencias en cuanto al desarrollo de la actividad turística. Se consideró una muestra de 130 turistas que han visitado el lugar y ayudaron a definir las preferencias en los requerimientos que solicitan en cuanto a la modalidad de turismo que se oferta. Finalmente, se obtuvo como resultado una serie de actividades innovadoras que permiten entrar con contacto con la naturaleza e interactuar y experimentar las actividades que realizan los agricultores en su diario vivir. Además de las necesidades de capacitación que posee el personal para el desarrollo de la actividad.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-99-664-3278	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:arianabanda@hotmail.com">arianabanda@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			