



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA TURISMO**

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA**  
**GRANJA MAG-GUASLÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA**  
**DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN ECOTURISMO**

**AUTORA:**

**DIANA HAYLIS GREFA PARRA**

Riobamba-Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA TURISMO**

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA**  
**GRANJA MAG-GUASLÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA**  
**DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN ECOTURISMO**

**AUTORA: DIANA HAYLIS GREFA PARRA**

**DIRECTORA: ING. CARLA SOFIA ARGUELLO GUADALUPE**

Riobamba-Ecuador

2022

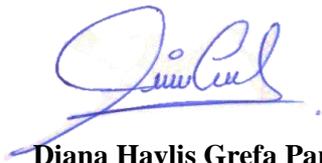
**©2022, Diana Haylis Grefa Parra**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autora.

Yo, DIANA HAYLIS GREFA PARRA, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 26 de mayo de 2022.

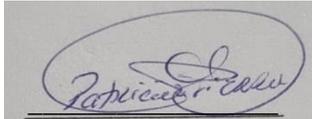
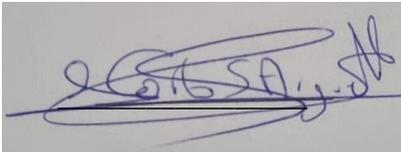


**Diana Haylis Grefa Parra**

**180510146-4**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA TURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA GRANJA MAG-GUASLÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **DIANA HAYLIS GREFA PARRA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2022-05-26
Ing. Carla Sofia Arguello Guadalupe <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-05-26
Ing. Vicente Javier Parra León <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>		2022-05-26

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo con mucho cariño, amor y dedicación al ser maravilloso, al que me otorgó la oportunidad de llegar hasta esta instancia en mi vida, Dios.

A mis amados padres Sebastián y Marianita que son el pilar fundamental, responsables de la persona que soy ahora, por brindarme su amor incondicional, fortaleza, apoyo y motivación, ¡los amo!

A toda mi familia por siempre confiar, alentarme y creer en mí.

A los amigos que, aunque no se encuentran presentes físicamente, esto también es para ustedes.

Haylis

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por regalarme el don de la fortaleza, paciencia y sabiduría para poder concluir esta maravillosa etapa en mi vida, una de mis metas más anheladas.

A mis padres y a toda mi familia por ser el motor principal de lucha, todos los días.

A usted, Jonathan RdS, por alentarme a ser mejor, por no dejar que me rinda, por entregarme su amor tan sincero, puro y bueno, gracias luz de mi vida.

A mi alma mater la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por brindarme las herramientas necesarias para formar gran parte de mi esencia intelectual y en especial a la Escuela de Turismo y docentes por el conocimiento, guía y paciencia otorgada, que han permitido que culmine con este proceso.

A mi directora de Trabajo de Integración Curricular Ing. Carlita Arguello con colaboración de Ing. Vicente Parra, Ing. Marcelo Salas e Ing. Patricia Maldonado que, a más de ser guías indispensables para el desarrollo del proyecto, son grandes seres humanos, gracias por su comprensión y disposición en todo momento.

Mi agradecimiento especial para la Dirección Provincial de Chimborazo, del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), por otorgarme la oportunidad de desarrollar mi trabajo, por el apoyo y contribución de información de la granja.

Agradezco a mis amigos por toda la sapiencia y experiencia compartidas, en especial a ti George por todas las alegrías, tristezas, enojos, por tu amistad sincera, ¡George, lo logramos!

Gracias infinitas a todas las personas que me tendieron su mano, brindaron su cariño, acompañaron y motivaron de corazón en todo este proceso.

Este trabajo ha sido posible gracias a todos ustedes.

¡Gracias a todos!

Haylis

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA .....	5
-----------------------------------	---

### CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	6
2.1. Producto turístico .....	6
2.1.1. <i>Componentes del producto turístico</i> .....	6
2.1.1.1. <i>Recurso turístico</i> .....	6
2.1.1.2. <i>Atractivos y actividades</i> .....	6
2.1.1.3. <i>Infraestructura turística</i> .....	7
2.1.1.4. <i>Planta turística</i> .....	7
2.2. Agroturismo .....	7
2.2.1. <i>Beneficios del agroturismo</i> .....	8
2.2.2. <i>Características del agroturismo</i> .....	8
2.3. Producto agroturístico .....	8
2.4. Granja.....	8
2.5. Estudio de mercado .....	9
2.5.1. <i>Segmentación del mercado</i> .....	9
2.5.2. <i>Universo</i> .....	9

2.5.3.	<i>Muestra</i> .....	9
2.5.4.	<i>Proyección de la demanda</i> .....	9
2.6.	<b>Diseño técnico de un producto agroturístico</b> .....	9
2.7.	<b>Estudio administrativo legal</b> .....	10
2.7.1.	<i>Organización</i> .....	10
2.7.2.	<i>Organigrama</i> .....	10
2.7.3.	<i>Manual de funciones</i> .....	10
2.7.3.1.	<i>Descripción básica del cargo</i> .....	10
2.7.3.2.	<i>Objetivos estratégicos</i> .....	10
2.7.4.	<i>Evaluación del impacto ambiental</i> .....	11
2.7.5.	<i>Matriz Lázaro Lagos</i> .....	11
2.8.	<b>Estudio económico financiero</b> .....	12
2.8.1.	<i>Análisis económico</i> .....	13
2.8.1.1.	<i>Inversiones</i> .....	13
2.8.1.2.	<i>Gastos</i> .....	13
2.8.1.3.	<i>Ingresos</i> .....	13
2.8.1.4.	<i>Flujo de caja</i> .....	14
2.8.2.	<i>Análisis financiero</i> .....	14
2.8.2.1.	<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i> .....	14
2.8.2.2.	<i>VAN (Valor Actual Neto)</i> .....	14
2.8.2.3.	<i>ACB (Análisis Costo Beneficio)</i> .....	14
2.8.2.4.	<i>PAY BACK (Periodo de recuperación)</i> .....	15

### **CAPÍTULO III**

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	16
3.1.	<b>Caracterización del lugar</b> .....	16
3.1.1.	<i>Localización</i> .....	16
3.1.2.	<i>Ubicación geográfica</i> .....	17
3.1.3.	<i>Delimitación del área</i> .....	17
3.1.4.	<i>Características climáticas</i> .....	17
3.1.5.	<i>Características ecológicas</i> .....	17

3.1.6.	<i>Hidrología</i> .....	18
3.1.7.	<i>Zonas de Vida</i> .....	18
3.2.	<b>Metodología</b> .....	18
3.2.1.	<i>Elaboración del estudio de mercado de la Granja MAG-Guaslán</i> .....	19
3.2.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	19
3.2.1.2.	<i>Análisis de la oferta</i> .....	21
3.2.1.3.	<i>Propuesta mercado técnico</i> .....	21
3.2.2.	<i>Diseño del producto agroturístico</i> .....	22
3.2.3.	<i>Desarrollo estudio ambiental</i> .....	22
3.2.4.	<i>Desarrollo del estudio legal administrativo</i> .....	22
3.2.5.	<i>Estudio económico financiero</i> .....	23

#### CAPÍTULO IV

4.	<b>RESULTADOS</b> .....	24
4.1.	<b>Estudio de mercado</b> .....	24
4.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	24
4.1.1.1.	<i>Segmentación del mercado</i> .....	24
4.1.1.2.	<i>Universo</i> .....	24
4.1.1.3.	<i>Muestra</i> .....	24
4.1.1.4.	<i>Resultados del análisis de la demanda</i> .....	25
4.1.1.5.	<i>Análisis del perfil del turista</i> .....	34
4.1.1.6.	<i>Demanda actual</i> .....	35
4.1.2.	<i>Análisis de la oferta</i> .....	37
4.1.3.	<i>Plan mercado técnico</i> .....	39
4.1.3.1.	<i>Canal de distribución</i> .....	39
4.1.3.2.	<i>Plan de comunicación</i> .....	39
4.1.3.3.	<i>Diseño de medios</i> .....	42
4.1.4.	<i>Requerimiento del área comercial</i> .....	50
4.1.4.1.	<i>Talento humano</i> .....	50
4.1.4.2.	<i>Activos fijos</i> .....	50
4.1.4.3.	<i>Activos diferidos</i> .....	51
4.1.4.4.	<i>Materiales e insumos</i> .....	51
4.1.4.5.	<i>Gastos de promoción y publicidad</i> .....	51

<b>4.1.5. Localización del producto agroturístico .....</b>	<b>52</b>
4.1.5.1. Macro localización.....	52
4.1.5.2. Micro localización.....	53
<b>4.2. Diseño técnico del producto .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2.1. Tamaño del proyecto .....</b>	<b>54</b>
4.2.1.1. Capacidad operativa .....	54
<b>4.2.2. Diseño del producto agroturístico .....</b>	<b>57</b>
4.2.2.1. Servicios turísticos.....	57
4.2.2.2. Actividades agroturísticas .....	58
4.2.2.3. Atractivos naturales y culturales de la parroquia Punín .....	59
4.2.2.4. Estructura de los paquetes .....	60
4.2.2.5. Flujogramas de procesos.....	66
4.2.2.6. Requerimientos para el área productiva .....	69
<b>4.2.3. Matriz Lázaro Lagos .....</b>	<b>70</b>
4.2.3.1. Plan de manejo .....	73
<b>4.2.4. Estudio legal administrativo .....</b>	<b>74</b>
4.2.4.1. Análisis legal .....	74
4.2.4.2. Definición del tipo de empresa.....	79
4.2.4.3. Requerimientos para el área administrativa .....	80
4.2.4.4. Estructura organizativa del proyecto .....	83
4.2.4.5. Manual de cargos y responsabilidades .....	84
<b>4.2.5. Estudio económico financiero.....</b>	<b>85</b>
4.2.5.1. Evaluación económica.....	85
4.2.5.2. Evaluación financiera.....	90
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>91</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>93</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Matriz Lázaro Lagos.....	11
<b>Tabla 2-2:</b>	Matriz de cuantificación.....	12
<b>Tabla 1-4:</b>	Estratificación de turistas .....	25
<b>Tabla 2-4:</b>	Género .....	25
<b>Tabla 3-4:</b>	Edad.....	25
<b>Tabla 4-4:</b>	Procedencia.....	26
<b>Tabla 5-4:</b>	Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán por los entrevistados .....	27
<b>Tabla 6-4:</b>	Nivel de interés por actividades turísticas, agrarias y de recreación. ....	27
<b>Tabla 7-4:</b>	Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán .....	28
<b>Tabla 8-4:</b>	Actividades que les gustaría realizar .....	29
<b>Tabla 9-4:</b>	Servicios complementarios.....	30
<b>Tabla 10-4:</b>	Estancia .....	30
<b>Tabla 11-4:</b>	Acompañantes de viaje.....	31
<b>Tabla 12-4:</b>	Gasto promedio de los turistas.....	32
<b>Tabla 13-4:</b>	Modalidad de pago .....	32
<b>Tabla 14-4:</b>	Medios de información.....	33
<b>Tabla 15-4:</b>	Perfil del turista .....	34
<b>Tabla 16-4:</b>	Demanda actual .....	35
<b>Tabla 17-4:</b>	Demanda potencial .....	36
<b>Tabla 18-4:</b>	Demanda actual de actividades.....	36
<b>Tabla 19-4:</b>	Análisis de la oferta .....	37
<b>Tabla 20-4:</b>	Proyección de la competencia .....	39
<b>Tabla 21-4:</b>	Confrontación de la demanda potencial vs. competencia.....	39
<b>Tabla 22-4:</b>	Anuncio de radio .....	42
<b>Tabla 23-4:</b>	Anuncio para la televisión .....	43
<b>Tabla 24-4:</b>	Talento humano .....	50
<b>Tabla 25-4:</b>	Activos fijos .....	50
<b>Tabla 26-4:</b>	Activos diferidos .....	51
<b>Tabla 27-4:</b>	Materiales e insumo.....	51
<b>Tabla 28-4:</b>	Gastos de promoción y publicidad .....	51
<b>Tabla 29-4:</b>	Demanda objetiva para clientes.....	54
<b>Tabla 30-4:</b>	Demanda objetiva por actividad.....	54
<b>Tabla 31-4:</b>	Consumo aparente para clientes .....	55
<b>Tabla 32-4:</b>	Consumo aparente para cosecha y compra de sus propios productos agrícolas. .	55

<b>Tabla 33-4:</b>	Consumo aparente para glamping .....	55
<b>Tabla 34-4:</b>	Consumo aparente para cabalgata .....	56
<b>Tabla 35-4:</b>	Consumo aparente para visita y compra de especies menores (conejos y cuyes) .....	56
<b>Tabla 36-4:</b>	Consumo aparente para pesca deportiva .....	56
<b>Tabla 37-4:</b>	Consumo aparente para caminata guiada .....	56
<b>Tabla 38-4:</b>	Consumo aparente para ciclismo .....	56
<b>Tabla 39-4:</b>	Consumo aparente para juegos tradicionales.....	57
<b>Tabla 40-4:</b>	Consumo aparente para cine al aire libre.....	57
<b>Tabla 41-4:</b>	Áreas de la propuesta técnica para el desarrollo de actividades.....	58
<b>Tabla 42-4:</b>	Actividades agroturísticas .....	58
<b>Tabla 43-4:</b>	Atractivos naturales y culturales de la parroquia Punín .....	59
<b>Tabla 44-4:</b>	Paquete 1 .....	60
<b>Tabla 45-4:</b>	Cálculo del precio pax 1 .....	61
<b>Tabla 46-4:</b>	Paquete 2 .....	61
<b>Tabla 47-4:</b>	Cálculo del precio pax 2 .....	62
<b>Tabla 48-4:</b>	Paquete 3 .....	63
<b>Tabla 49-4:</b>	Cálculo del precio pax 3 .....	65
<b>Tabla 50-4:</b>	Talento humano .....	69
<b>Tabla 51-4:</b>	Activos fijos .....	69
<b>Tabla 52-4:</b>	Activo diferidos .....	70
<b>Tabla 53-4:</b>	Materia prima e insumos .....	70
<b>Tabla 54-4:</b>	Matriz Lázaro Lagos.....	71
<b>Tabla 55-4:</b>	Matriz de cuantificación .....	71
<b>Tabla 56-4:</b>	Plan de manejo .....	73
<b>Tabla 57-4:</b>	Requisitos para formar la organización .....	80
<b>Tabla 58-4:</b>	Requisitos para el funcionamiento .....	80
<b>Tabla 59-4:</b>	Talento humano para el área administrativa.....	80
<b>Tabla 60-4:</b>	Activos fijos para el área administrativa.....	81
<b>Tabla 61-4:</b>	Activos diferidos para el área administrativa .....	81
<b>Tabla 62-4:</b>	Manual de cargos y responsabilidades .....	84
<b>Tabla 63-4:</b>	Inversiones.....	85
<b>Tabla 64-4:</b>	Fuentes de financiamiento.....	86
<b>Tabla 65-4:</b>	Pago de la deuda.....	87
<b>Tabla 66-4:</b>	Depreciación de activos fijos.....	87
<b>Tabla 67-4:</b>	Amortización de activos diferidos.....	87
<b>Tabla 68-4:</b>	Presupuesto de egresos .....	88
<b>Tabla 69-4:</b>	Presupuesto de ingresos.....	89

<b>Tabla 70-4:</b>	Estado de resultados .....	89
<b>Tabla 71-4:</b>	Flujo de caja .....	90
<b>Tabla 72-4:</b>	Evaluación financiera .....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-3:</b>	Ubicación geográfica de la Granja Agroturística MAG-Guaslán .....	16
<b>Figura 1-4:</b>	Logotipo.....	40
<b>Figura 2-4:</b>	Anuncio para la prensa.....	44
<b>Figura 3-4:</b>	Red social Facebook .....	45
<b>Figura 4-4:</b>	Red social Instagram.....	45
<b>Figura 5-4:</b>	Flyers-adelante.....	46
<b>Figura 6-4:</b>	Flyers-atrás.....	47
<b>Figura 7-4:</b>	Tríptico- adelante.....	48
<b>Figura 8-4:</b>	Tríptico-atrás.....	48
<b>Figura 9-4:</b>	Rótulos .....	49
<b>Figura 10-4:</b>	Tarjeta de presentación .....	49
<b>Figura 11-4:</b>	Mapa de ubicación de la Granja Agroturística MAG-Guaslán.....	52
<b>Figura 12-4:</b>	Mapa Granja Agroturística MAG-Guaslán.....	53
<b>Figura 13-4:</b>	Flujograma del paquete agroturístico N°1 .....	66
<b>Figura 14-4:</b>	Flujograma del paquete agroturístico N°2 .....	67
<b>Figura 15-4:</b>	Flujograma del paquete agroturístico N°3 .....	68
<b>Figura 16-4:</b>	Organización estructural .....	83
<b>Figura 17-4:</b>	Organización funcional.....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4:</b>	Género de los turistas .....	25
<b>Gráfico 2-4:</b>	Edad.....	26
<b>Gráfico 3-4:</b>	Procedencia .....	26
<b>Gráfico 4-4:</b>	Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán por los entrevistados .....	27
<b>Gráfico 5-4:</b>	Nivel de interés por actividades turísticas, agrarias y de recreación .....	28
<b>Gráfico 6-4:</b>	Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán.....	28
<b>Gráfico 7-4:</b>	Actividades que les gustaría realizar .....	29
<b>Gráfico 8-4:</b>	Servicios complementarios.....	30
<b>Gráfico 9-4:</b>	Estancia .....	31
<b>Gráfico 10-4:</b>	Acompañantes de viaje.....	31
<b>Gráfico 11-4:</b>	Gasto promedio de los turistas .....	32
<b>Gráfico 12-4:</b>	Modalidad de pago .....	33
<b>Gráfico 13-4:</b>	Medios de información.....	33

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: ENCUESTA**

## RESUMEN

El objetivo de la presente propuesta fue diseñar un producto agroturístico en la Granja MAG-Guaslán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, a partir del estudio del mercado, técnico-productivo, legal-administrativo, ambiental y económico-financiero. La metodología que se utilizó inicialmente fue la recopilación de información primaria y secundaria mediante talleres participativos, visitas in situ, fichas de evaluación y jerarquización de atractivos propuestos por el MINTUR (2017), información que aportó para realizar el estudio de mercado mediante encuestas aplicadas a los turistas nacionales, el análisis de la competencia con la que se obtuvo la demanda insatisfecha y la demanda objetiva, además se diseñó prototipos de publicidad para prensa, televisión y radio, así como la apertura de perfiles en redes sociales, para la promoción y venta del producto, posteriormente se estableció tres paquetes bajo los gustos y preferencias de los posibles visitantes, para el estudio ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos en la que se evidenció los impactos positivos y negativos, tomando en consideración las respectivas medidas de mitigación, en cuanto al ámbito legal administrativo se determinó que puede constituirse dentro del sector asociativo como lo ampara la LOEPS. Por consiguiente, se obtuvo como resultado el análisis económico financiero, que determinó la rentabilidad del proyecto, con un valor actual neto (VAN) \$484.855,71, una relación beneficio-costo (RBC) de \$2.06 es decir que por cada dólar invertido se ganará 1,06, una tasa interna de retorno (TIR) del 34% y el periodo de recuperación del capital (PRC) entre el tercer y cuarto año. Dado el interés de los participantes en la encuesta, se puede recomendar el diseño y la implementación del producto agroturístico en la granja MAG-Guaslán, el cual contribuirá con la economía local, presentando a su vez una alternativa turística para el cantón Riobamba y un espacio de recreación para quienes la visiten.

**Palabras claves:** <AGROTURISMO>, <GRANJA AGROTURÍSTICA>, <DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <PAQUETES TURÍSTICOS>.

  
Ing. Cristian Castillo



1373-DBRA-UTP-2022

## ABSTRACT

The objective of this research work was to design an agrotourism product in the MAG-Guaslán Farm, Riobamba canton, Chimborazo province, based on a market, technical-productive, legal-administrative, environmental, and economic-financial study. The methodology initially used was the primary and secondary collection of information through participatory workshops, in situ visits, evaluation, and ranking sheets of attractions proposed by the MINTUR (2017); this information contributed to conducting the market study through surveys applied to national tourists. Competitive analysis to obtain the unsatisfied and the objective demands; in addition, advertising prototypes were designed for press, television, and radio, also the opening of profiles on social networks for the promotion and sale of the product. Three packages were subsequently established based on the tastes and preferences of potential visitors. The Lázaro Lagos matrix was used for the environmental study to show the positive and negative impacts. Considering the respective mitigation measures, as for the administrative legal scope, it was determined that it could be constituted within the associative sector as protected by the LOEPS. Consequently, the economic-financial analysis was obtained as a result, which determined the profitability of the project, with a net present value (NPV) of \$484,855.71, a benefit-cost ratio (BCR) of \$2.06, that is, for every dollar invested, 1.06 will be earned, an internal rate of return (IRR) of 34% and the capital recovery period (CRP) between the third and fourth year. Given the participants' interest in the survey, it is recommended to design and implement the agrotourism product at the MAG-Guaslán farm, which will contribute to the local economy, presenting at the same time a touristic alternative for the Riobamba canton and recreational space for visitors.

**Keywords:** <AGROTOURISM>, <AGROTOURISM FARM>, <TOURISM PRODUCT DESIGN>, <RIOBAMBA (CANTON) >, <TOURIST PACKAGES>.



Firmado electrónicamente por:

**SILVANA  
PATRICIA  
CELLERI  
QUINDE**

**Silvana Patricia Céleri Quinde**

**C.C. 0602669830**

## INTRODUCCIÓN

El turismo según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2000) comprende "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

Se han propuesto varias definiciones del término turismo y muchas de estas suelen coincidir con la idea de desplazamiento y la duración de la estancia, tal como es la definición que propone la Ley de Turismo del Ecuador (2008), en el art. 3 "el turismo es 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".

Conforme a lo expuesto anteriormente, se considera que turismo es "la actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal" (Mendoza, López y Lloret M. María, 2020: p.3). Lo que implica que el turismo sea diversificado cediendo al turista la posibilidad de acceder a los modos de vida y cultura de los diferentes destinos, es decir que no hay que dejar de tomar en cuenta, que cualquier tipo de turismo tiene un componente cultural, puesto que las personas no viajarían si no existiera algo diferente que se pueda ver.

El turismo ocupa un espacio importante para poder enfrentar las necesidades de la economía del país y los diferentes territorios, asegurando un crecimiento sostenible y permitiendo la posibilidad de que se generen flujos turísticos a partir de las necesidades que tienen los turistas para poder conocer, compartir, vivir experiencias y de desarrollar varias actividades que son condicionadas en las mismas localidades turísticas, todo en base a la oferta, riqueza natural y cultural, costumbres, entre otras.

En tal sentido, el turismo es un referente primordial para todos los países, "representa más del 20% del producto interno bruto (PIB) de algunos países y, en general, es el tercer sector más importante de la economía mundial en materia de exportaciones [(Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020b)], actualmente el turismo tanto nacional como internacional ha sido afectado por la pandemia del coronavirus *Covid-19*. Prueba de esto, son los últimos datos de la OMT (2020a):

*"La caída del 70% en las llegadas internacionales en los ocho primeros meses de 2020. Según el último Barómetro Organización del Turismo Mundial (OMT), las llegadas internacionales cayeron un 81% y 79% en el mes de julio y agosto respectivamente, representando una pérdida de 700*

*millones menos de visitas en comparación al año 2019 con 730.000 millones de dólares en ingresos de exportación procedentes del turismo internacional, crisis económica y financiera mundial que multiplica ocho veces la experimentada en el año 2009.”*

Varias regiones sufrieron declives importantes durante los ocho primeros meses del año 2020 a consecuencia del *Covid-19*, Asia y el Pacífico fueron los primeros en experimentar una caída del 79% de llegadas internacionales, seguida de África y Oriente Medio con -69%, Europa en los meses de julio y agosto con -72% y -69% respectivamente y en las Américas con -65%. Así también, en los registros de apertura de orden turístico del Ecuador se obtienen los siguientes datos publicados por el (Ministerio de Turismo [MINTUR] 2020):

*“El grado de apertura turística en el Ecuador en el año 2019 fue de 3,67%, registrando 2.043.993 llegadas de viajeros internacionales y 2,91% en el primer trimestre del año 2020 con un registro de 400.830 llegadas internacionales, teniendo como saldo de la balanza turística en el segundo trimestre del mismo año, - 4.2 millones de dólares.”*

De acuerdo a los hechos que se han registrado durante el presente año, que ha ocurrido en todo el mundo, no solamente en Ecuador, ha generado que se tomen varias medidas que ayude a surgir nuevamente los medios de subsistencia que dependen del turismo haciendo que su restauración sea la más adecuada a las medidas de seguridad de pandemia, Rivera y Pastor Ruíz (2020: p.208) menciona que:

*“En esta nueva era del turismo post Covid-19 se consideran esenciales variables a mejorar o cambiar, como la masificación del destino, el tamaño del alojamiento, el volumen de huéspedes, que sean más inclusivos y unifamiliares, que tengan certificaciones Covid Free o Certificaciones de Seguridad Turística, que las actividades tengan un aforo muy limitado, al aire libre y con el distanciamiento social necesario, todo en áreas de tan ansiada garantía sanitaria.”*

Este suceso debe ofrecer la oportunidad de que el turismo se transforme, poniendo mucha atención en los efectos que se ejerce en los sitios visitados, creando comunidades, emprendimientos y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, sostenibilidad y comercialización de lo que se ofrece.

En efecto y como resultado de estos acontecimientos los turistas buscan una movilidad segura y libre de *Covid-19*, eligiendo las localidades cercanas a su residencia para realizar diferentes actividades turísticas. Una de las modalidades turísticas que permite esta diversificación de actividades a los lugares de proximidad es el agroturismo que de acuerdo con Rodríguez (2019: p.63):

*“Es una forma de turismo alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios que se cobra”.*

En estas circunstancias se ve necesario que las visitas a las localidades, sitios o lugares próximos a la residencia del turista se realicen para reactivar el turismo en nuestro país. El agroturismo es una de las alternativas con las que se cuenta para que los turistas puedan satisfacer sus necesidades en contacto con la producción, cultura y naturaleza del sector.

El agroturismo en el Ecuador tiende a ser una actividad complementaria a las actividades agrícolas que se generan a partir de que el productor da una opción de trabajo permitiendo mejorar sus ingresos económicos, y a la vez contribuir a la conservación de su hábitat preservando prácticas y saberes ancestrales, en este escenario, la Agenda 2030 establece los objetivos que se deben cumplir en el turismo, a continuación, se especifica uno de ellos:

*“Objetivo 12. Busca garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” y también se incluye la meta 12.a “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.” (Naciones Unidas, 2015: pp.25-26)*

Pues, el agroturismo como una de las modalidades del turismo, permite que se pueda generar fuentes de trabajo y potencialice los productos turísticos en las localidades, en esta línea de producto potencial y prioritario se incluyen las haciendas, granjas, fincas y plantaciones. Ecuador tiene potenciales referentes en cuanto a la práctica agroturística, como lo hace notar el autor González et al. (2018: p.32) con gran énfasis “la Ruta del Cacao es un destino prioritario en el cual interactúan catorce haciendas ubicadas en las provincias del Guayas, Cañar, Los Ríos y El Oro, establecimientos considerados pioneros en agroturismo”.

En base a estos hechos evidentes en el Ecuador en cuanto al turismo y el *Covid-19* en la actualidad, es importante que se cambie el paradigma de poder realizar turismo, ya que no hace falta viajar a otra ciudad o país para hacerlo, sino que explorar nuevos destinos de proximidad hará que exista transformación y diversificación turística en las localidades, además de que se pueda conservar un desarrollo turístico con criterios de sostenibilidad.

Por consiguiente, se pretende generar un diseño de producto agroturístico para la Granja MAG-Guaslán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, para contribuir a un desarrollo socioeconómico más sostenible, impulsando los cultivos sanos, eficientes y competitivos a fin de

brindar una alternativa más consciente de consumir productos agrícolas y de realizar actividades en un entorno natural donde se evitará el riesgo de contagio y propagación del virus. Además, mediante este diseño se considera tener una nueva percepción del destino, es decir, vista como una opción turística, que favorezca a la calidad de vida de la localidad, así también complementando y satisfaciendo las expectativas del turista.

Para conseguir el propósito del diseño del presente proyecto se lo ejecutó bajo el siguiente orden: en el Capítulo I, se detalla el diagnóstico del problema a ser tratado por el proyecto, el Capítulo II presenta la revisión de literatura que fundamenta el proyecto, seguido el Capítulo III que detalla el marco metodológico a ser aplicado, y finalmente, en el Capítulo IV se indica el resultado de las actividades a desarrollarse para el logro de los objetivos propuestos para el diseño del producto agroturístico.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

El turismo en la actualidad en muchas partes del mundo y especialmente en Ecuador se está centrando en un turismo de proximidad, en destinos donde se puede convivir con la naturaleza, sitios como haciendas, ranchos, granjas, entre otros, que sean al aire libre y no exista masificación de personas, no es algo que haya surgido recientemente ya que existen granjas que se dedican al agroturismo.

Por ejemplo, la Granja ubicada en la comunidad de Cuniburo del cantón Cayambe, es una iniciativa de la Asociación de Turismo Agroecológico Jurapanga en donde desarrollan recorridos para conocer los productos agrícolas y además existen familias de la comunidad que ofrecen alimentación y hospedaje, lo que da la oportunidad a los turistas de poder convivir y conocer la localidad.

En base a esto, se reconoció que todas las potencialidades turísticas de la Granja MAG-Guaslán no son aprovechadas por parte de las autoridades correspondientes, situación que enmarca parte de la problemática que acontece en el lugar, además no existen proyectos que contribuyan a su potencialización ya que cuenta con infraestructura, pero no la mano de obra requerida y necesaria para atender las diferentes áreas, acontecimientos que impiden acoger visitantes.

Por lo tanto, existe la necesidad de diseñar un producto agroturístico en la Granja MAG-Guaslán del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, ya que posee un amplio atractivo turístico, por la existencia de diversos productos que se obtienen de sus tierras, misma que cuenta con un área cultivable de 7 has, las cuales llegan a producir 25 tipos de productos alimenticios, además se crían especies menores entre ellos ovinos, cuyes y conejos, asimismo se realizan actividades acuícolas de crianza de tilapias, adicional a esto la granja ofrece hospedaje con capacidad para 55 personas que necesita ser remodelada y adecuada acorde a los protocolos anti-Covid-19 para garantizar la seguridad de quienes adquieren los servicios de hospedaje y un salón de eventos con capacidad para 200 personas que se encuentra en abandono.

## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 2.1. Producto turístico

El producto turístico es el conjunto de elementos que responde a las motivaciones de los consumidores, según Noboa (2018) desde el punto de vista de las estrategias turísticas, un producto turístico es aquel que cubre una experiencia de viaje en su conjunto, desde que el turista sale de su domicilio hasta que regresa. Un producto turístico es un conjunto de elementos que hacen del viajar un arte intangible, una experiencia interesante y atractiva para turistas y visitantes.

##### 2.1.1. Componentes del producto turístico

Los componentes del producto turístico según el Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos propuestos por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018), son:

###### 2.1.1.1. Recurso turístico

Es un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentra todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

###### 2.1.1.2. Atractivos y actividades

Resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituye parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio, tal y como lo menciona Noboa (2018):

*“Están relacionadas con el entorno natural, con el patrimonio cultural, con actividades productivas, con los estilos de vida y el paisaje, entre otras. Estos atractivos son el motivo y la razón de los desplazamientos de los turistas hacia un lugar determinado, para realizar actividades propias de las características del destino, convirtiéndose en la “materia prima” del turismo.”*

### 2.1.1.3. Infraestructura turística

Es la disponibilidad y calidad de servicios de agua potable, saneamiento ambiental, energía eléctrica, comunicaciones, vialidad, seguridad ciudadana. La responsabilidad de la dotación de dichos servicios básicos recae en manos de los gobiernos autónomos descentralizados (Juntas parroquiales, Municipios, Consejos Provinciales) y también en el gobierno central (Ministerios).

### 2.1.1.4. Planta turística

Son todos los bienes y servicios que se ofertan a los turistas, hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística. Además, el autor Noboa (2018: p.6) define que:

*“Es conocida también la estructura productiva del turismo o las facilidades turísticas, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento. Está constituida por el equipamiento, esto es: alojamiento, alimentación, recreación, transporte, guianza, etc. A esto se suma las instalaciones, entendidas como el conjunto de facilidades provistas con el propósito de que, con ellas, los turistas puedan disfrutar la práctica de singulares actividades, entre ellas encontramos de agua y playa, de montaña, y generales.”*

## 2.2. Agroturismo

*“El agroturismo debe ser entendido como una faena realizada en el campo, y que al mismo tiempo ofrece variedad de productos agrícolas y actividades pecuarias optando por procesos agrícolas ecológicos y responsables, sin duda alguna las actividades agrarias, al igual tiene estrecha relación con la gastronomía local, y en especial con la cocina tradicional.”* (Andrade Ríos y Ullauri Donoso 2015: p.1200)

Además los autores (Simón, Gil Pereiras y Carpintero 2011: p.358) mencionan que “el agroturismo puede ser considerado como un segmento incluido en el turismo rural, una modalidad de turismo en áreas rurales que incluye el alojamiento, la alimentación y actividades agropecuarias que ofrecen al turista productos naturales locales para su alimentación”.

### **2.2.1. Beneficios del agroturismo**

*“Como negocio, el agroturismo genera diversos beneficios sociales, económicos y medioambientales, toda vez que permite la diversificación productiva; genera empleo y arraigo cultural; incorpora en la actividad a mujeres y jóvenes; revaloriza el patrimonio cultural, ambiental y la vida rural; y fomenta el trabajo asociativo, entre otros.”* (González et al., 2019: p.9)

### **2.2.2. Características del agroturismo**

Es necesario mencionar algunas características, según Zambrano (2009) citado en Cárdenas (2019: p.16) menciona lo siguiente:

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

### **2.3. Producto agroturístico**

*“Un producto turístico rural sustentable de modalidad agroturística en este caso, se conforma de un grupo de actividades, servicios y beneficios que otorgan la oportunidad de experimentar el turismo a través de cinco componentes esenciales: atracciones del lugar de destino, instalaciones del destino, accesibilidad, imagen y precio que junto con la combinación apropiada de los aspectos físicos, servicios y asociaciones simbólicas que contribuyen a satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores.”* (Figuroa González, Cavazos Arroyo y Moreno, 2015: p.120)

### **2.4. Granja**

*La granja debe verse como un todo, pues es un conjunto de elementos en el que se integran la familia campesina, el agua, el suelo, la producción vegetal y animal, respetando la naturaleza en donde las labores se llevan a cabo con la mano de obra que genera la familia campesina y la organización, por lo tanto, del empeño y perseverancia que aquella ponga en la granja dependerá el éxito de la misma.* (Ceniap, 2018 citado en Asqui, 2010: p.8)

## **2.5. Estudio de mercado**

### **2.5.1. Segmentación del mercado**

Ceribeli y Miquelito (2015: p.35) mencionan que “la segmentación del mercado consiste en identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares”.

### **2.5.2. Universo**

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.

### **2.5.3. Muestra**

“Es un solo grupo de estudio, representativo de la población, el tamaño de muestra debe estar calculado en base a la probabilidad de que se dé el fenómeno estudiado, en la población que estamos investigando” (Villavicencio et. al., 2017: p.60).

### **2.5.4. Proyección de la demanda**

Según Ortiz (2017) citado en Padilla (2018: p.6) menciona que “la proyección de la demanda es la estimación de las ventas de un producto (bien o servicio) durante determinado período futuro. El pronóstico de ventas es la proyección en el futuro de la demanda esperada dando un conjunto de restricciones”.

## **2.6. Diseño técnico de un producto agroturístico**

*“El diseño de producto turístico consiste en valorar el conjunto de atractivos de un territorio de estudio a analizar con cuál modalidad turística se relaciona más la actividad, en esta ocasión la modalidad agroturística, de esta manera, con base en los análisis de la oferta y la demanda, se identifican cuales productos existen y cuáles no, de acuerdo con esto se decide crear un producto nuevo, mejorar o a su vez complementar los existentes.” (González et al., 2019: p.32)*

## **2.7. Estudio administrativo legal**

### **2.7.1. Organización**

*“Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más individuos; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común.”* (Chuquiguanga, 2015: p.4)

### **2.7.2. Organigrama**

El organigrama permite obtener una idea uniforme acerca de la organización, desempeña un papel informativo permitiendo que los integrantes de la organización conozcan a nivel global sus características generales. (Chuquiguanga, 2015: p.11)

### **2.7.3. Manual de funciones**

León y Jiménez (2016: p.57) definen el manual de funciones como:

*“Las tareas que desarrolla cada trabajador en sus actividades diarias técnicamente elaboradas, basadas en los respectivos procedimientos, sistemas que resumen las competencias, habilidades y actitudes incluyendo informes de labores para garantizar la calidad de la gestión del trabajo. Los fundamentos teóricos del manual de funciones se manifiestan en los principios que lo regulan, las funciones que cumple, en las características que la sustenta, así como en el modelo para su estructuración lógica.”*

#### **2.7.3.1. Descripción básica del cargo**

La descripción de cargos se la realiza con un enfoque de operaciones que permite detallar las funciones que desempeña en el lugar de trabajo y así potenciar los aspectos relevantes.

#### **2.7.3.2. Objetivos estratégicos**

*“Se refiere a la actividad genérica que define el grupo de funciones, actividades y responsabilidades por lo cual se hace necesario la existencia de dicho cargo en la estructura de la empresa. En este punto se debe recalcar que la definición del objetivo debe ser concreta y que globalice en pocas palabras el grupo de funciones y responsabilidades del cargo.”* (Padilla, 2018: p.10)

#### 2.7.4. Evaluación del impacto ambiental

*Evaluar si los efectos degradantes de la actividad propuesta son “tolerables”, es decir, que puedan ser objeto de control, mitigación, restauración y reparación. Es un medio de articulación de los principios de prevención y del daño tolerable. tiene como fines: predecir, analizar e interpretar los efectos ambientales potenciales de una propuesta en sus distintas fases; verificar el cumplimiento de las disposiciones ambientales; proponer las correspondientes medidas preventivas, mitigantes y correctivas a que hubiere lugar; y verificar si las predicciones de los impactos ambientales son válidas y las medidas efectivas para contrarrestar los daños. (Antúnez Sánchez, 2017)*

#### 2.7.5. Matriz Lázaro Lagos

Según Calderón (2016: p.12) “la matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, para la obtención de un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa”.

Esta matriz tiene los siguientes parámetros de evaluación en los que se consideran los componentes ambientales y criterios de evaluación:

**Tabla 1-2:** Matriz Lázaro Lagos

Matriz Lázaro Lagos		
Componentes ambientales/ Actividades	Impactos / Criterios de Evaluación	
A. Aire B. Suelo C. Agua D. Flora y fauna E. Socio-económico F. Paisaje	1. Naturaleza	Dependerá si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).
	2. Magnitud	1 baja intensidad: cuando el área afectada es menor a 1 ha. 2 moderada intensidad: cuando el área afectada está entre 1 a 10 has. 3 alta intensidad: cuando el área afectada es mayor a 10 has.
	3. Importancia	0: sin importancia. 1: menor importancia. 2: moderada importancia. 3: importante importancia.
	4. Certeza	C: si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%. D: si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%. I: si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.
	5. Tipo	(Pr) primario: Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

		(Sc) secundario: Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto. (Ac) acumulativo: Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.
	6. Reversibilidad	1 reversible: Si el impacto es transformable por mecanismos naturales. 2 irreversible: Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.
	7. Duración	1 a corto plazo: Si el impacto permanece menos de 1 año. 2 a mediano plazo: Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años. 3 a largo plazo: Si el impacto permanece más de 10 años.
	8. Tiempo en aparecer	C: corto plazo, si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto. M: mediano plazo, si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto. L: largo plazo, si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.
	9. Consideración en el proyecto	S: si, si el impacto fue considerado en el proyecto N: no, si el impacto no fue considerado en el proyecto.
	10. Ponderación	Sumatoria total.

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 2-2: Matriz de cuantificación**

Matriz de cuantificación						
Componentes Ambientales	Actividades			Total (+)	Total (-)	Total
	1	2	N..			
A. Aire						
B. Suelo						
C. Agua						
D. Flora y Fauna						
E. Socio económico						
F. Paisaje						
Total (+)						
Total (-)						
Total						

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

## 2.8. Estudio económico financiero

*“El análisis económico-financiero, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas para diagnosticar la situación de la empresa, detectar reservas y tomar las decisiones*

*adecuadas. Su utilidad está dada desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede tomar decisiones que corrijan los puntos débiles que puedan amenazar el futuro, así como potenciar los puntos fuertes para alcanzar los objetivos; desde una perspectiva externa, resultan de utilidad para las personas y organizaciones interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa.” (Nogueira et. al., 2017: p.108)*

### **2.8.1. Análisis económico**

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, a partir del análisis financiero en base a los cálculos de:

#### **2.8.1.1. Inversiones**

El período de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación.

*“Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinarias y equipos, compra de equipos de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programas de capacitación de personal para la operación de maquinarias y equipos, etc.” (Mesa, 2005: p.23)*

#### **2.8.1.2. Gastos**

*“Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad como los gastos que se derivan de mercaderías, de la contratación de servicios prestados por terceros ajenos a la empresa, para cubrir posibles riesgos, entre otros.” (Davila 2017: p.1)*

#### **2.8.1.3. Ingresos**

*Es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa. Se presenta en aquel derivado de la venta de productos, rendimientos complementarios a*

*los gastos dentro del proceso comercial, la producción que realiza la entidad para si misma o la aplicación a su finalidad de aquella que en su momento fue dotada. (Davila, 2017: p.1)*

#### *2.8.1.4. Flujo de caja*

Es el flujo de ingreso menos egresos aportado por las operaciones durante un periodo determinado.

#### **2.8.2. Análisis financiero**

Es uno de los apartados fundamentales de todos los proyectos donde se muestran los resultados económicos mediante los indicadores del TIR (Tasa Interna de Retorno), VAN (Valor Actual Neto), ACB (Análisis Beneficio Costo) y PAY BACK (Periodo de recuperación) para evaluar si es viable o no acometer el proyecto de inversión.

##### *2.8.2.1. TIR (Tasa Interna de Retorno)*

*“Utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0.” (Mete, 2014: p.71)*

##### *2.8.2.2. VAN (Valor Actual Neto)*

*“El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos y egresos periódicos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.” (Mete, 2014: p.69)*

##### *2.8.2.3. ACB (Análisis Costo Beneficio)*

El análisis costo-beneficio (ACB) es una metodología para evaluar de forma exhaustiva los costes y beneficios de un proyecto (programa, intervención o medida de política), con el objetivo de determinar si el proyecto es deseable desde el punto de vista del bienestar social.

*Esta metodología muestra quién gana y quién pierde (y por cuánto) como resultado de la ejecución del proyecto. El ACB se utiliza en la evaluación ex ante como una herramienta para la selección de proyectos alternativos o para decidir si la implementación de un proyecto concreto es socialmente deseable. También puede ser empleado ex post para cuantificar el valor social neto de un proyecto previamente ejecutado. (Soto Álvarez, 2012: p.147)*

#### 2.8.2.4. PAY BACK (Periodo de recuperación)

El PAY BACK es un indicador económico que nos muestra el tiempo que tarda la inversión en pagarse a sí misma. Se suele aceptar la inversión si el PAY BACK está por debajo de la mitad del horizonte temporal de nuestra inversión, el periodo de recuperación se obtiene del capital en periodos de años y meses dividiendo 100 para la tasa interna de retorno y así obtener el periodo de recuperación del capital.

$$\text{PAY BACK} = 100/\text{TIR}$$

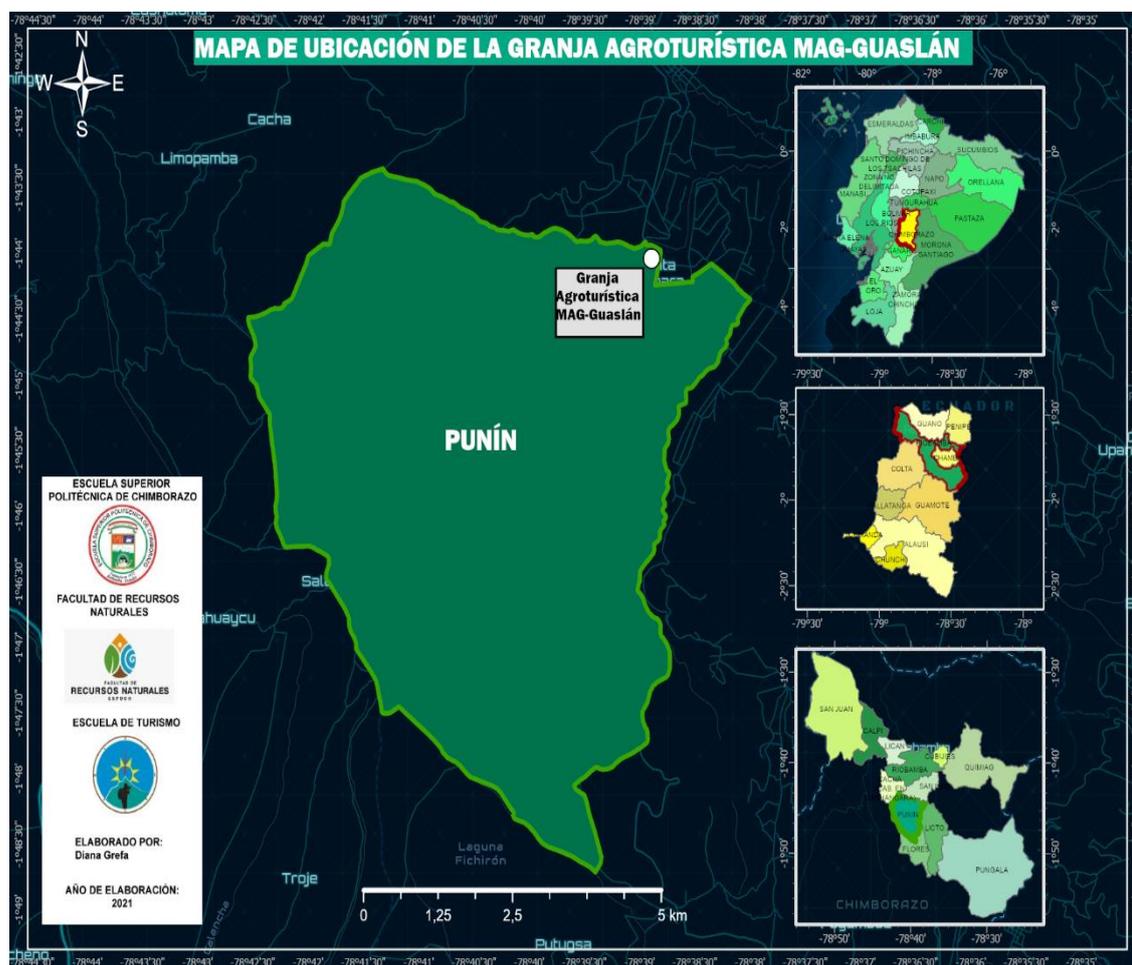
## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Caracterización del lugar

##### 3.1.1. Localización

La presente investigación se realizó en la comunidad Guaslán de la parroquia Punín perteneciente al cantón Riobamba.



**Figura 1-3:** Ubicación geográfica de la Granja Agroturística MAG-Guaslán.

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

### **3.1.2. Ubicación geográfica**

La Granja MAG-Guaslán se encuentra ubicada actualmente en la parroquia rural Punín al límite colindante con la parroquia rural San Luis a 5 km del cantón Riobamba, con un rango altitudinal de 2.813 msnm, tomando la vía de primer orden San Luis, Punín, Macas. En cuanto a su ubicación ha existido controversia, puesto que anteriormente la granja perteneció a San Luis, a medida del transcurso del tiempo los límites geográficos de ambas parroquias fueron reestablecidas, quedando la granja dentro de la parroquia Punín.

### **3.1.3. Delimitación del área**

Limites políticos administrativos:

- Norte: parroquia San Luis.
- Sur: parroquia Flores.
- Este: parroquia Licto.
- Oeste: parroquia Cacha y cantón Colta.

Los límites de la granja de acuerdo con la información registral son los siguientes:

- Norte: carretero que va de Riobamba a Punín.
- Sur: camino viejo que conduce a Salarón y Punín.
- Este: carretero que va de Riobamba a Punín.
- Oeste: camino viejo que conduce a Salarón y Punín.

### **3.1.4. Características climáticas**

Clima: templado-frío.

Temperatura: entre 12°C -18°C.

Pluviosidad: entre el rango de 500-750 mm de lluvia.

### **3.1.5. Características ecológicas**

- Fisiografía y Suelos

La parroquia Punín en general de acuerdo al Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Punín (2015), en cuanto a las características de suelo y relieve se clasifica en tres zonas:

La zona baja se localiza en el fondo de la cuenca interandina, conocida como “llanura de Punín”, posee disponibilidad de riego, dentro esta zona se encuentra una pequeña sub-zona, comprendida sobre la cota del canal de riego Chambo-Guano. Se caracteriza por poseer un suelo limo-arenoso en un 60% con un contenido de materia orgánica menos del 1%, pH neutro, con baja retención de humedad.

La fisiografía de la zona media tiene suelos con pendientes regulares o irregulares, con micro relieve de grado 4 (26 a 50%), caracteriza por tener una capa arable mínima, con textura franco-arenosa y suelos sobre cangahua a menos de 1 m. de profundidad.

La zona alta, al encontrarse en la parte más alta de la cordillera, tiene unidades de pendiente de grado 4 (26-50%) con suelos de color negro, sin disponibilidad de riego, algunas partes profundas tienen textura limo-arenosa, con contenidos de materia orgánica entre 2-3%.

#### **3.1.6. Hidrología**

No existen ríos, sólo en invierno el agua baja de las montañas por las profundas quebradas, pero en la zona baja se cuenta con un canal de agua de riego llamado Canal Chambo-Guano.

#### **3.1.7. Zonas de Vida**

De acuerdo a los datos obtenidos del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Punín (2015), las zonas de vida en la parroquia Punín y sus comunidades, corresponden a:

Bosque seco – Montano Bajo (bs-MB), con una temperatura promedio anual de 12° a 16°C. En esta zona se puede cultivar los siguientes productos como: cereales, leguminosas, tubérculos, hortalizas e incluso frutales y otros. Estepa espinoso-montana Bajo (eeMB), con una temperatura promedio anuales de entre 12° y 18 °C y precipitaciones que varía desde los 250 a los 500 mm. Por lo general este tipo de formaciones ecológicas se observa en la zona media de la parroquia, es apta para el cultivo de: cereales, tubérculos y hortalizas bajo riego artificial, (bombeo).

### **3.2. Metodología**

En el presente proyecto se aplicó técnicas de investigación y análisis de fuentes bibliográficas primarias y secundarias, se revisaron varios documentos oficiales para la selección de datos

importantes o relevantes que dieron respuesta a los objetivos del proyecto. También se realizó una investigación de campo en un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo, puesto que se caracterizaron los elementos de la Granja MAG, evidenciando que la granja tiene potencial turístico para su aprovechamiento.

### 3.2.1. *Elaboración del estudio de mercado de la Granja MAG-Guaslán*

#### 3.2.1.1. *Análisis de la demanda*

- Segmentación del mercado

Se realizó el análisis del mercado de las siguientes fuentes: turistas que ingresan a la ciudad de Riobamba, a la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo y al Parque Nacional Sangay, conforme a los registros del flujo turístico del cantón Riobamba del año 2018 (Dirección de Gestión de Turismo del GADM Riobamba, 2019).

- Universo

Se identificó el universo tomando en cuenta las variables geográficas, psicológicas y motivacionales de los grupos conformados por 73,401 visitantes que ingresan a la ciudad de Riobamba, 59.041 visitantes de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y 8.823 visitantes del Parque Nacional Sangay, sumando un total de 141.265 personas, durante el año 2018.

- Muestra

El cálculo del tamaño de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Npq}{\left[ (N-1) \left( \frac{e}{z} \right)^2 \right] + pq}$$

Dónde:

n = tamaño de muestra

N= universo o población para el análisis de la demanda (141.265)

e = margen de error (5%)

z = nivel de confiabilidad (95%=1,96)

p = probabilidad de ocurrencia (0,5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0,5)

- Estratificación de la muestra

$$P = \frac{n}{N}$$

P= Proporcionalidad o factor de estratificación

n= Muestra

N=Universo.

- Estratificación de turistas

Se realizó la estratificación de encuestas para aplicar a los visitantes que conforman el universo, mediante el siguiente cálculo:

Total, de visitantes \* proporcionalidad (P)

- Técnica para la recolección de la información

Se aplicó la técnica de encuesta con el que se recopiló información, partiendo del instrumento de cuestionario que se encuentra en el anexo A, mismos que tienen características sociodemográficas y psicográficas de la población objetivo.

- Análisis de la demanda

En este punto se procedió a la tabulación de los resultados mediante el programa Excel, en este contexto los resultados obtenidos permitieron definir el perfil según los gustos y preferencias de los turistas nacionales.

- Determinación del perfil del turista

Se determinaron los gustos y preferencias de los turistas en base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas.

- Análisis de la demanda

A partir de las encuestas se identificó el nivel de aceptación de los turistas para conocer la Granja MAG-Guaslán que se multiplicó por el universo obteniendo la demanda actual, además se calculó la demanda potencial aplicando la fórmula del incremento compuesto  $C_n = C_0(1 + i)^n$ , donde i

representa el 1,4 del incremento poblacional de la provincia del Chimborazo, finalmente se procedió a proyectar la demanda potencial para 5 años.

### *3.2.1.2. Análisis de la oferta*

Se consideró el análisis de la competencia, la oferta actual y complementaria de prestadores de servicios turísticos que ofrezcan servicios y actividades similares al de la Granja MAG-Guaslán, a partir de los siguientes datos esenciales:

- Actividades: Tipo (Modalidades, requerimientos).
  - Servicios: Planta (equipamiento, infraestructura).
  - Facilidades: Turísticas.
  - Número de empleados,
  - Número de plazas.
- 
- Demanda insatisfecha

Se determinó la demanda insatisfecha que se basa en la oferta potencial en el que fue indispensable realizar un análisis de la zona con prestadores de servicios turísticos que realicen actividades relacionadas con el agroturismo. Para las proyecciones se utilizó la fórmula del incremento compuesto:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

C<sub>n</sub> = demanda actual (turistas nacionales y extranjeros)

C<sub>o</sub> = año a proyectar (2022 – 2026)

i = incremento de turismo nacional e internacional (5%)

n = años a proyectarse (5)

### *3.2.1.3. Propuesta mercado técnico*

Para la realización de la propuesta mercado técnico se determinaron los canales de distribución, el plan de comunicación que incluye el logotipo del proyecto, slogan, descripción del logotipo y los diseños de medios para dar a conocer el producto.

### **3.2.2. *Diseño del producto agroturístico***

- Se identificó la demanda objetivo para el consumo del producto.
- Se determinaron las actividades productivas de la granja vinculadas a las prácticas agrícolas.
- Identificación de los atractivos turísticos.

Se realizó con la ayuda del manual de metodología de inventario de atractivos turísticos en el que se seleccionó los atractivos que poseen una jerarquía de rango alto.

- Generación y selección de ideas.

Se efectuó a través del desarrollo de lluvia de ideas, en donde se tomaron en cuenta las actividades que mayormente cumplen con los criterios de viabilidad, es decir, con posibilidad de llevarlos a la práctica.

- Actividades a realizar.

Se identificó el tipo de actividad que el turista puede realizar, donde se establecieron los tiempos que tardaría la ejecución de cada una de ellas, permitiendo diseñar un itinerario que es base para la oferta del paquete, además que ayuda a determinar las necesidades que se requieren para los servicios y equipamientos. Adjunto a esto se realiza la ficha de costos que servirá de punto de partida para establecer los precios del producto.

### **3.2.3. *Desarrollo estudio ambiental***

Para el desarrollo del estudio ambiental de la Granja MAG se aplicó la matriz de impactos ambientales Lázaro Lagos, que determinó el nivel de impacto de los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados tales como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Se estipuló la evaluación respectiva utilizando dos tablas, la primera identifica, describe y evalúa, la segunda cuantifica los impactos y utiliza nueve criterios entre cuantitativos y cualitativos.

### **3.2.4. *Desarrollo del estudio legal administrativo***

En el estudio legal se analizaron:

- Constitución de la Republica de Ecuador.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

- Ley de Turismo.
- Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.
- Normativa y requisitos por cumplir.

En cuanto al estudio administrativo, para la operación del producto agroturístico se identificó:

- La estructura orgánica funcional dividida por áreas.
- Organigrama estructural.
- Y el manual de cargos y funciones de acuerdo con la estructura.

### **3.2.5. Estudio económico financiero**

Finalmente se elaborará el estudio económico financiero del diseño del producto agroturístico, para el análisis se establecerá:

- Proyección de ingresos y egresos
- Flujo de caja
- TIR.
- VAN.
- Análisis costo beneficio.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Estudio de mercado

##### 4.1.1. Análisis de la demanda

###### 4.1.1.1. Segmentación del mercado

Para el análisis de la demanda turística se tomaron los datos existentes de los registros de turistas que ingresaron a la ciudad de Riobamba, Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo y el Parque Nacional Sangay, durante el año 2018.

###### 4.1.1.2. Universo

Se identificó y segmentó el universo tomando en cuenta las variables geográficas, psicológicas y motivacionales de los grupos conformados por 73.401 visitantes que ingresaron a la ciudad de Riobamba, 59.041 visitantes de la RPFCh y 8.823 visitantes del Parque Nacional Sangay, sumando un total de 141.265 personas, datos obtenidos del flujo turístico del Cantón Riobamba del año 2018, (Dirección de Gestión de Turismo del GADM Riobamba, 2019).

###### 4.1.1.3. Muestra

- Se obtuvo la muestra en base a la fórmula estadística:

$$n = \frac{141.265 \times (0,5 \times 0,5)}{\left[ (141.265 - 1) \left( \frac{0,05}{1,96} \right)^2 \right] + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

- Estratificación de la muestra

$$P = \frac{384}{141.265} = 0,002718295$$

- Estratificación de turistas

**Tabla 1-4:** Estratificación de turistas

Informantes	Universo	Total de encuestados
Ciudad de Riobamba	73.401	200
Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	59.041	160
Parque Nacional Sangay	8.823	24
<b>Total</b>	<b>141.265</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Elaborado a partir de datos de la Dirección de Gestión de Turismo del GADM Riobamba

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.1.4. Resultados del análisis de la demanda

- Género

**Tabla 2-4:** Género

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	188	49%
Femenino	196	51%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

**Gráfico 1-4:** Género de los turistas

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

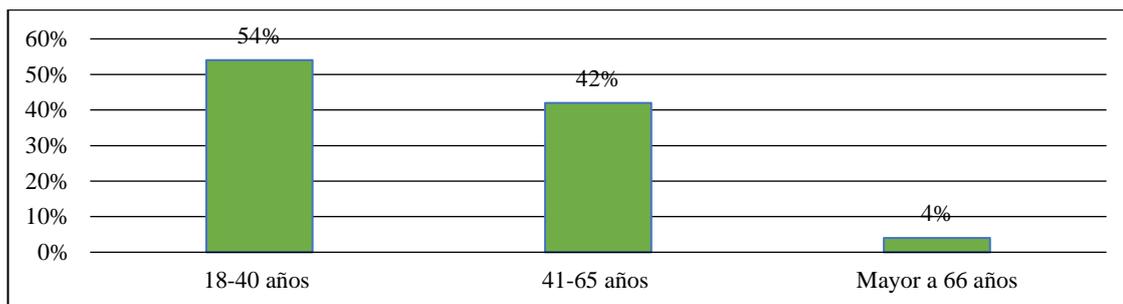
Según los resultados obtenidos el 49% de los turistas son de género masculino y el 51% son del género femenino.

- Edad

**Tabla 3-4:** Edad

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
18-40 años	208	54%
41-65 años	160	42%
Mayor a 66 años	16	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 2-4: Edad**

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

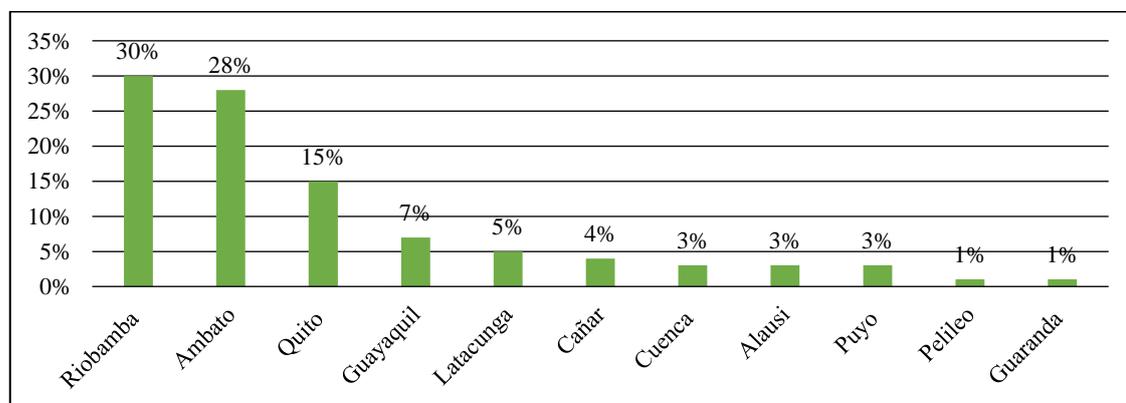
De acuerdo con los datos obtenidos correspondientes a la edad de los turistas entrevistados se determina que los rangos de edad de 18-40 años pertenece al 54%; 41-65 años corresponde al 42% y mayores de 66 años corresponde al 4%.

- Procedencia

**Tabla 4-4: Procedencia.**

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Riobamba	115	30%
Ambato	106	28%
Quito	56	15%
Guayaquil	28	7%
Latacunga	21	5%
Cañar	15	4%
Cuenca	13	3%
Alausí	10	3%
Puyo	12	3%
Pelileo	4	1%
Guaranda	4	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 3-4: Procedencia**

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

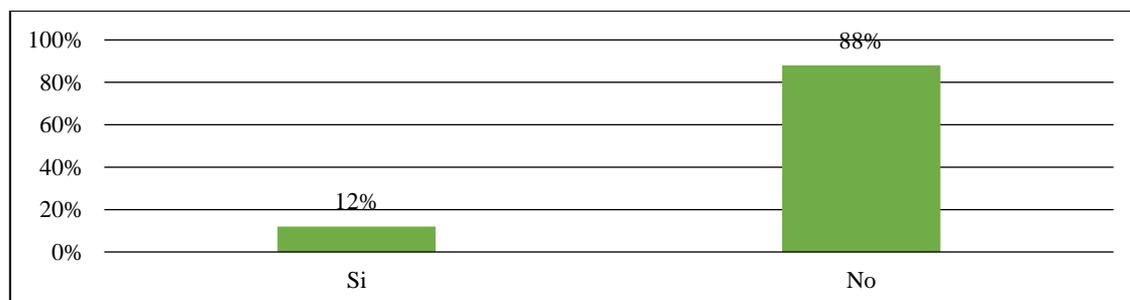
De acuerdo con los datos obtenidos correspondientes a la procedencia de los turistas entrevistados se determinó que el 30% son de la ciudad de Riobamba siendo la mayoría, seguido por la ciudad de Ambato con el 28%, 15% provienen de la ciudad de Quito, 7% de la ciudad de Guayaquil, 5% de la ciudad de Latacunga, 4% de la ciudad de Cañar, 3% de la ciudad de Cuenca, 3% de la ciudad de Alausí, 3% de la ciudad de Puyo, 1% de la ciudad de Pelileo y 1% para la ciudad de Guaranda.

- Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

**Tabla 5-4:** Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán por los entrevistados

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	339	12%
No	45	88%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 4-4:** Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán por los entrevistados

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

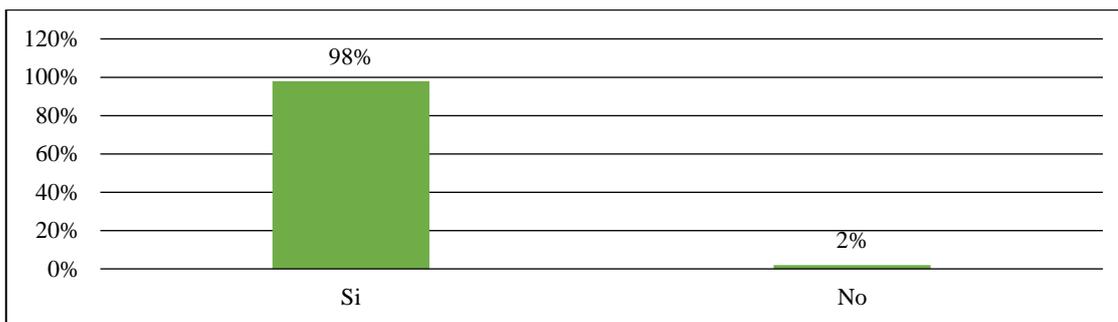
De acuerdo con los datos obtenidos el 12% de los turistas entrevistados manifestaron que si conocen la Granja MAG-Guaslán y el 88% manifestaron que no.

- Interés por realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación.

**Tabla 6-4:** Nivel de interés por actividades turísticas, agrarias y de recreación.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	375	98%
No	9	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 5-4:** Nivel de interés por actividades turísticas, agrarias y de recreación

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

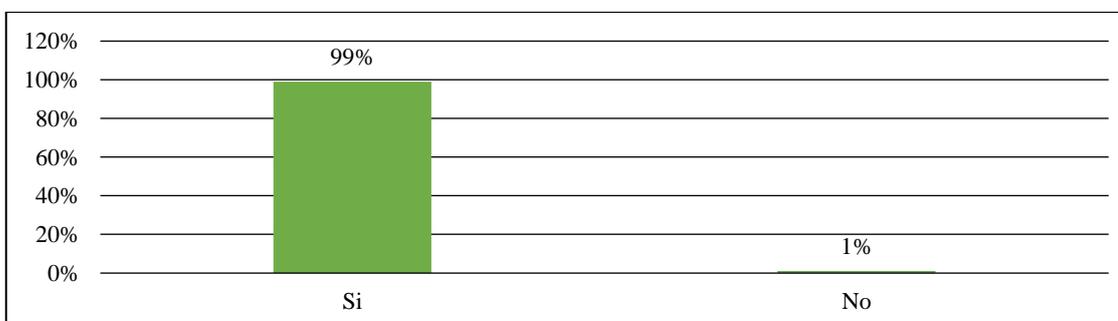
De acuerdo a los resultados obtenidos el 98% de los turistas encuestados manifestaron que, si les gustaría realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación, por otra parte, el 2% respondió que no les gustaría.

- Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán.

**Tabla 7-4:** Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	379	99%
No	5	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 6-4:** Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

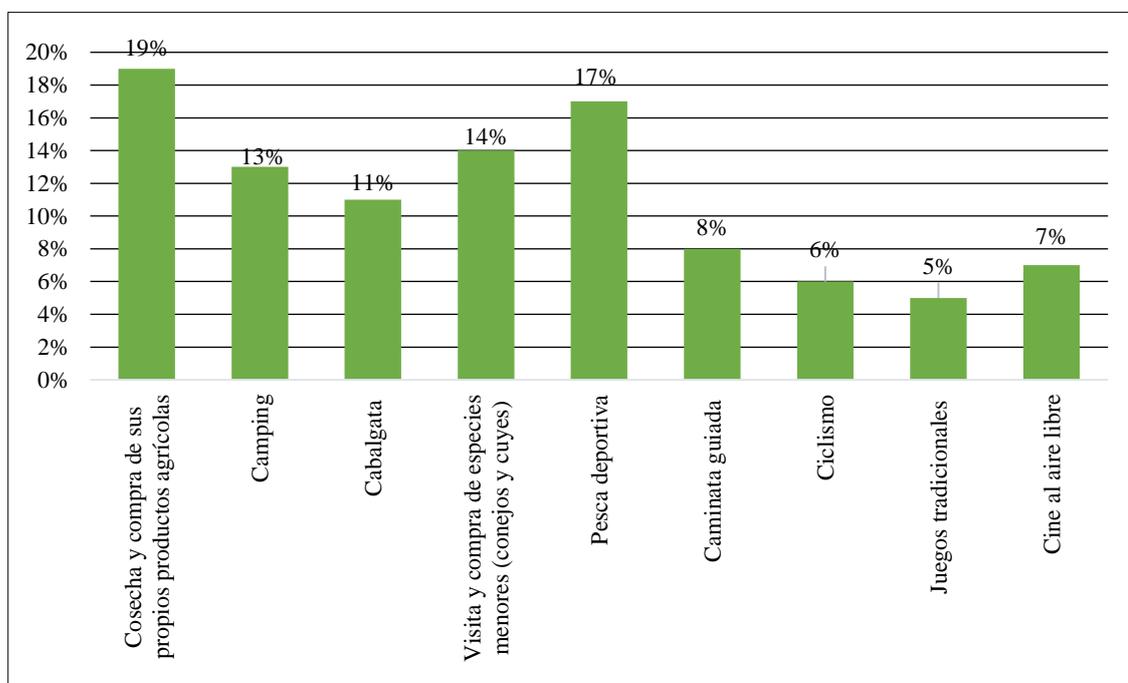
De acuerdo con los resultados obtenidos de los turistas encuestados, manifestaron que si les gustaría visitar la Granja MAG-Guaslán en un 99%, por el contrario, el 1% no está interesado.

- Actividades que les gustaría realizar

**Tabla 8-4:** Actividades que les gustaría realizar

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas	297	19%
Camping	196	13%
Cabalgata	168	11%
Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)	215	14%
Pesca deportiva	266	17%
Caminata guiada	127	8%
Ciclismo	93	6%
Juegos tradicionales	85	5%
Cine al aire libre	116	7%
<b>Total</b>	<b>1563</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 7-4:** Actividades que les gustaría realizar

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

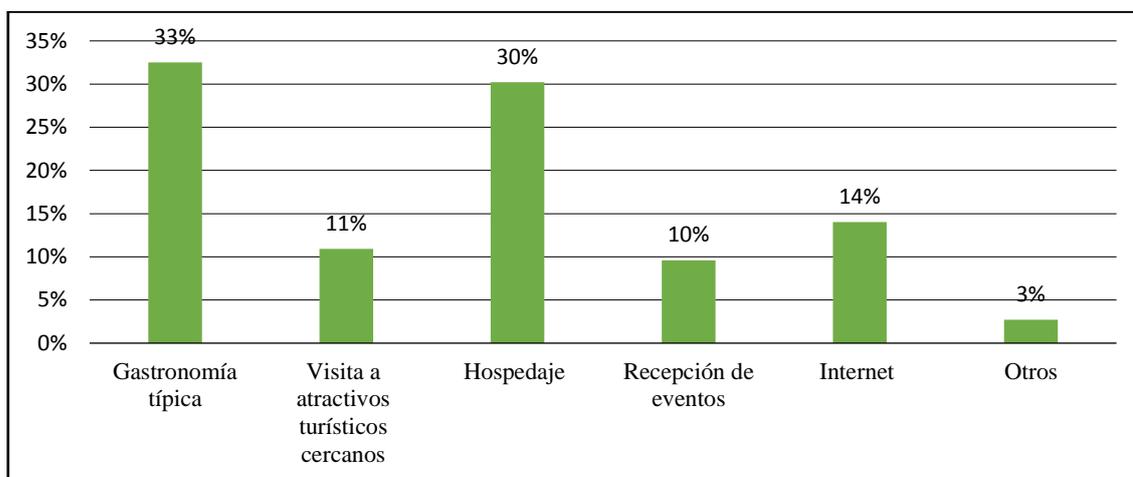
De acuerdo a los resultados obtenidos de los turistas encuestados se determinó que el 19% prefiere realizar cosecha y compra de sus propios productos agrícolas, el 17% prefiere pesca deportiva, el 14% Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes), el 13% camping, el 11% cabalgata, el 8% caminata guiada, el 7% cine al aire libre, 6% prefiere realizar ciclismo y el 5% juegos tradicionales.

- Servicios complementarios

**Tabla 9-4:** Servicios complementarios

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Gastronomía típica	322	33%
Visita a atractivos turísticos cercanos	108	11%
Hospedaje	299	30%
Recepción de eventos	95	10%
Internet	139	14%
Otros	27	3%
<b>Total</b>	<b>990</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 8-4:** Servicios complementarios

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

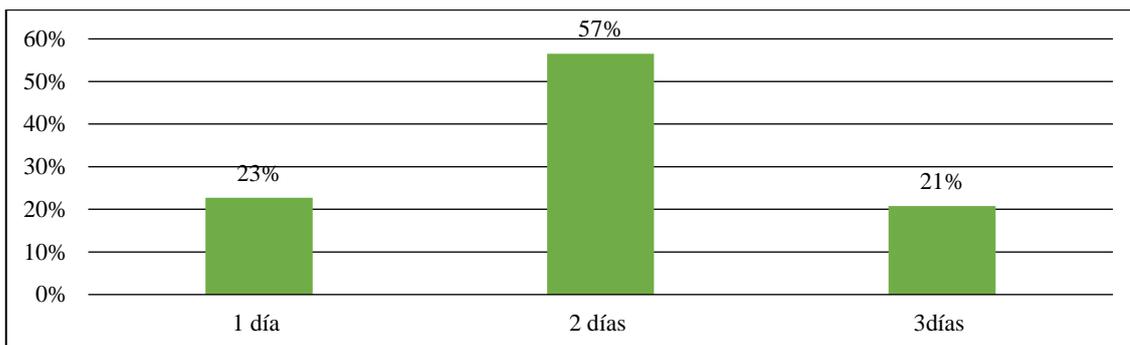
De acuerdo con los resultados obtenidos de los turistas encuestados, se pudo determinar que al 33% le gustaría que exista gastronomía típica en la Granja MAG-Guaslán, el 30% prefiere hospedaje, el 14% internet, el 11% prefiere visita a atractivos turísticos cercanos, el 10% le gustaría recepción de eventos y el 3% otros servicios entre ellos está piscinas, eventos de danza y música en vivo, ordeño de vacas, fotografía y espacios verdes para camping.

- Promedio de estadía por viaje.

**Tabla 10-4:** Estancia

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1 día	87	23%
2 días	217	57%
3 días	80	21%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 9-4:** Estancia

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

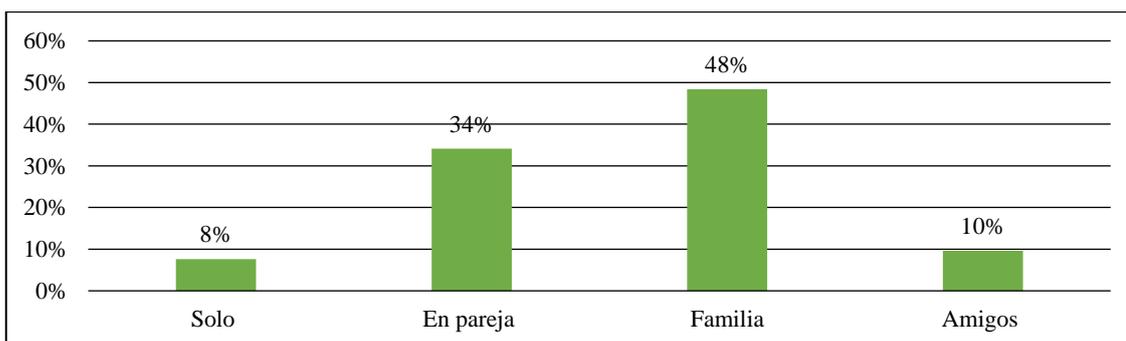
De acuerdo con los resultados obtenidos de los turistas encuestados se determinó que el promedio de estadía por viaje de dos días corresponde a un 57%, por un día corresponde al 23% y por 3 días el 21%.

- Acompañantes de viaje

**Tabla 11-4:** Acompañantes de viaje.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Solo	29	8%
En pareja	131	34%
Familia	186	48%
Amigos	37	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 10-4:** Acompañantes de viaje

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

De acuerdo con los datos obtenidos correspondientes al número de acompañantes de los turistas encuestados, se pudo determinar que el 48% viaja en familia, el 34% en pareja, 10% viaja con amigos y el 8% viaja solo.

- Gasto promedio de los turistas.

**Tabla 12-4:** Gasto promedio de los turistas

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$10-\$20	84	22%
\$20-\$30	125	33%
\$30-\$40	77	20%
\$40-\$50	72	19%
Más de \$50	26	7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 11-4:** Gasto promedio de los turistas

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

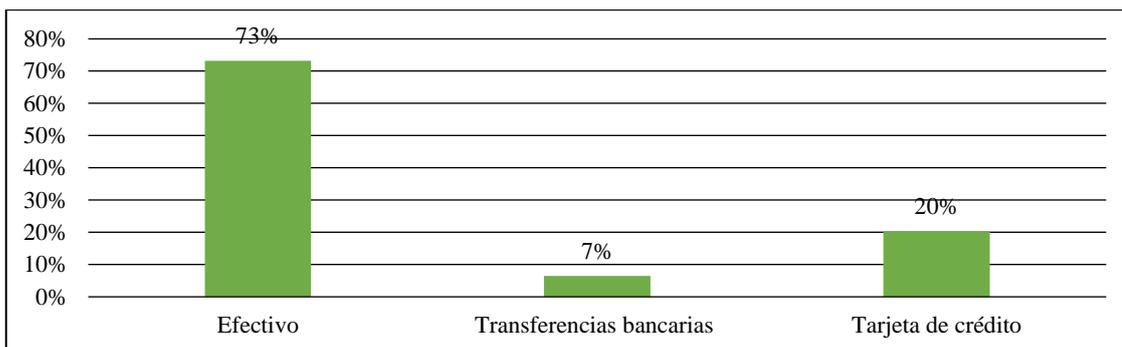
De acuerdo con los datos obtenidos de los turistas encuestados, se determinó que el gasto promedio de los visitantes corresponde el 33% gasta entre \$20-\$30, el 22% gasta entre \$10-\$20, el 20% gasta entre \$30-\$40, el 19% gasta entre \$40-\$50 y el 7% de los visitantes gasta más de \$50.

- Modalidad de pago.

**Tabla 13-4:** Modalidad de pago

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Efectivo	281	73%
Transferencias bancarias	25	7%
Tarjeta de crédito	78	20%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 12-4:** Modalidad de pago

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

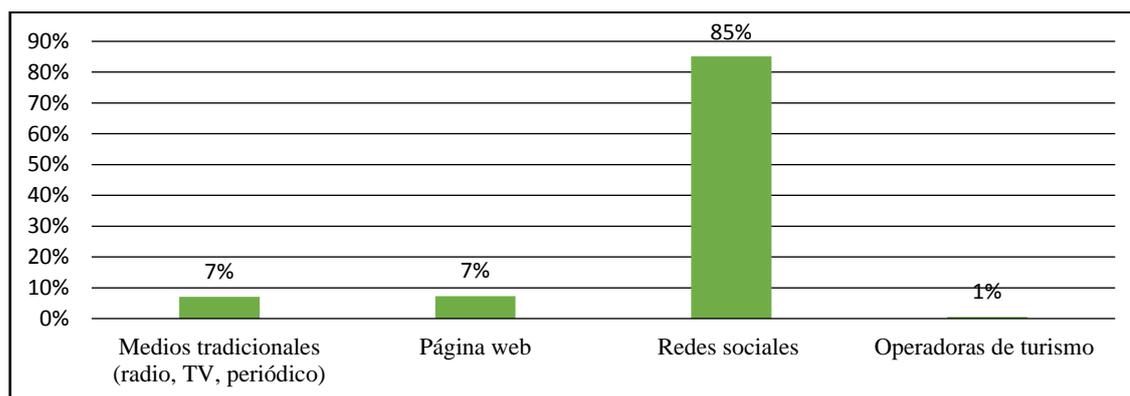
De acuerdo con los datos obtenidos de los turistas encuestados, se determinó que la modalidad de pago que prefieren los turistas corresponde al 73% en efectivo, el 20% prefiere pagar con tarjeta de crédito y el 7% mediante transferencias bancarias.

- Medios de información.

**Tabla 14-4:** Medios de información

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Medios tradicionales (radio, TV, periódico)	27	7%
Página web	28	7%
Redes sociales	327	85%
Operadoras de turismo	2	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.



**Gráfico 13-4:** Medios de información

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

De acuerdo con los resultados obtenidos de los turistas encuestados, se determinó que el medio de información por el que se informa el turista de promociones turísticas es por redes sociales

correspondientes al 85%, a través de medios tradicionales (radio, TV, periódico) y página web el 7% y por medio de operadoras de turismo 1%.

#### 4.1.1.5. Análisis del perfil del turista

El perfil del turista se representa en síntesis a través de la siguiente tabla:

**Tabla 15-4:** Perfil del turista

Género	Masculino	49%
	Femenino	51%
Edad	18-40 años	54%
	41-65 años	42%
	Mayor a 66 años	4%
Procedencia	Riobamba	30%
	Ambato	28%
	Quito	15%
	Guayaquil	7%
	Latacunga	5%
	Cañar	4%
	Cuenca	3%
	Alausí	3%
	Puyo	3%
	Pelileo	1%
Conocimiento de la Granja MAG-Guaslán	Si	12%
	No	88%
Interés por realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación.	Si	2%
	No	98%
Interés en visitar la Granja MAG-Guaslán.	Si	99%
	No	1%
Actividades que les gustaría realizar	Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas	19%
	Camping	13%
	Cabalgata	11%
	Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)	14%
	Pesca deportiva	17%
	Caminata guiada	8%
	Ciclismo	6%
	Juegos tradicionales	5%
	Cine al aire libre	7%
Servicios complementarios	Gastronomía típica	33%
	Visita a atractivos turísticos cercanos	11%
	Hospedaje	30%
	Recepción de eventos	10%
	Internet	14%
	Piscina	3%
Promedio de estadía por viaje.	1 día	23%
	2 días	57%
	3 días	21%
Acompañantes de viaje	Solo	8%
	En pareja	34%
	Familia	48%
	Amigos	10%
Gasto promedio de los turistas	\$10-\$20	22%
	\$20-\$30	33%
	\$30-\$40	20%
	\$40-\$50	19%

Modalidad de pago	Efectivo	73%
	Transferencias bancarias	7%
	Tarjeta de crédito	20%
Medios de información.	Medios tradicionales (radio, TV, periódico)	7%
	Página web	7%
	Redes sociales	85%
	Operadoras de turismo	1%

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

Se determinó que son hombres y mujeres, en su mayoría tienen un rango de edad de 18-40 años, mismos que provienen de la ciudad de Riobamba y Ambato, que no conocen la Granja Agroturística MAG-Guaslán, pero tienen un alto interés en visitar la misma y realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación, disfrutando de servicios de alimentación con gastronomía típica, del servicio de hospedaje, así como disfrutar realizando actividades de: cosecha y compra de sus propios productos agrícolas, pesca deportiva, camping, visita y compra de especies menores como los conejos y cuyes, cabalgatas, caminata guiada, cine al aire libre y ciclismo. Además, les gustaría poder hospedarse por dos días, en compañía de familia y también de sus parejas, pagando un precio por día entre 20 a 30 dólares, la modalidad de pago lo prefieren realizar en efectivo, en cuanto a la elección de sus destinos les gustaría poder obtener información y a la vez reservar por redes sociales.

#### 4.1.1.6. Demanda actual

- Demanda actual de clientes

Para el siguiente análisis se consideró el universo de estudio, dato obtenido de la tabla 1-4 y el nivel de aceptación para visitar la Granja MAG-Guaslán con un resultado del 99% de acuerdo con la tabla 7-4.

**Tabla 16-4:** Demanda actual

Año	Universo	Nivel de aceptación	Demanda actual
2018	141.265	99%	139.852

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Demanda potencial

Mediante la fórmula del incremento compuesto  $C_n = C_0(1 + i)^n$  donde  $i$  representa 1,4% del incremento poblacional de la provincia de Chimborazo, dio como resultado 147.850 visitantes para el año 2022.

**Tabla 17-4:** Demanda potencial

N°	Año	Demanda potencial
0	2021	145.808
1	2022	147.850
2	2023	149.920
3	2024	152.019
4	2025	154.147
5	2026	156.305

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Demanda actual de actividades

**Tabla 18-4:** Demanda actual de actividades

Año	Servicio complementario	Nivel de aceptación
2021	Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas	19%
	Camping	13%
	Cabalgata	11%
	Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)	14%
	Pesca deportiva	17%
	Caminata guiada	8%
	Ciclismo	6%
	Juegos tradicionales	5%
	Cine al aire libre	7%

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.2. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se tomó en consideración la capacidad instalada de hospedaje de las hosterías que brinden servicios similares al de la Granja MAG, existentes en la provincia de Chimborazo, sitio que acoge a los visitantes y destino donde se ubica la Granja MAG-Guaslán.

**Tabla 19-4:** Análisis de la oferta

Análisis de la competencia				
Nombre	Ubicación	Servicios que brindan	N° Empleados	N° Plazas
<b>Hostería La primavera-RBBA</b>	Cantón Riobamba	Salón de recepciones y eventos	8	49
		Servicio de hospedaje		
		Restaurante		
		Áreas de recreación		
		Catering		
<b>Hostería Pircapamba</b>	Cantón Alausí	Sala de Juegos	3	38
		Internet		
		Aparcamiento		
		Servicio hospedaje		
		Zona de picnic		
		Cocina compartida		
		Caminatas		
<b>Hostería Vista Hermosa</b>	Cantón Guano	Servicio de hospedaje	8	51
		Servicio de alimentación		
		Recepciones		
		Ciclopaseo		
		Piscina		
<b>Hostería el Troje</b>	Cantón Riobamba	Área de recreación y juegos	13	125

		Salón de eventos		
		Servicio de hospedaje		
		Servicio de alimentación		
		Internet		
		Piscina		
<b>Hostería la Andaluza</b>	Cantón Guano	Servicio de hospedaje	33	101
		Servicio de alimentación		
		Equitación		
		Ciclismo		
		Zona de juegos		
		Clases de cocina		
		Karaoke		
<b>Hostería Milliguayco</b>	Cantón Pallatanga	Servicio de hospedaje	8	51
		Servicio de alimentación		
		Cabalgatas		
		Piscina		
		Internet		
		Sala de reuniones		
<b>Total</b>				<b>415</b>

**Fuente:** Catastro turístico-MINTUR

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Proyección de la competencia

**Tabla 20-4:** Proyección de la competencia

N°	Año	Total competencia
0	2021	415
1	2022	421
2	2023	427
3	2024	433
4	2025	439
5	2026	445

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Confrontación competencia vs. Demanda

**Tabla 21-4:** Confrontación de la demanda potencial vs. competencia

N°	Año	Demanda potencial	Oferta	Demanda insatisfecha
0	2021	145.808	415	145.393
1	2022	147.850	421	147.429
2	2023	149.920	427	149.493
3	2024	152.019	433	151.586
4	2025	154.147	439	153.708
5	2026	156.305	445	155.860

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.3. Plan mercado técnico

##### 4.1.3.1. Canal de distribución

Los canales de distribución publicitaria se realizarán por medio de internet, redes sociales y medios tradicionales tales como radio, TV, periódico. A demás, los paquetes agroturísticos se podrán distribuir por medio de venta directa e indirecta es decir en las instalaciones de la granja y por medios de terceros como agencias u operadoras turísticas.

##### 4.1.3.2. Plan de comunicación

- Logotipo



**Figura 1-4:** Logotipo  
Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Slogan

Granja Agroturística MAG-Guaslán “Pedacito de sueños”.

- Descripción del logotipo

El diseño del logotipo representa la generosidad de la tierra fértil que con manos de hombres y mujeres que han luchado, soñado y aguerrido por la esperanza del porvenir de mejores días, uniendo su conocimiento y voluntad en hermandad para producir el alimento, el trabajo y la oportunidad de atreverse a soñar con una granja agroturística que destaque en la localidad y brinde un espacio para la recreación, el agroturismo y el compartir de saberes culturales que generan experiencias bilaterales significativas en el aprendizaje social.

- Descripción de colores

- Verde: color único y especial de la naturaleza que simboliza la esperanza, paz y unión entre los bosques, campos, prados y el ser humano dichoso de poder observar la delicadeza del paisaje, sentir las diferentes texturas que ofrece la madre tierra y oler las fragancias que emanan las diferentes especies naturales.

- Café: color representativo de la tierra fértil y la fortificada madera que se mezclan en armonía con la naturaleza, simboliza la protección de un sueño y el arduo trabajo por producir alimentos y espacios agroturísticos que beneficien a la sociedad.
- Azul: color que representa el profundo anhelo de la unión entre hombres y mujeres pacíficos llenos de libertad que transmiten serenidad, confianza y amistad, simbolizando en el traje la transparencia de manos honradas y respetuosas por la vida.
- Rojo: color representativo de la vitalidad y frescura de diversos productos agrícolas como la sangre ferviente de las personas llenas de energía, lo que simboliza la atracción, el desataque de habilidades agroturísticas y el amor por el trabajo con la naturaleza.
- Amarillo: color representativo del sol, la luz, el calor, energía necesarios para la producción agrícola, simboliza la alegría de un nuevo día evocando la prosperidad de las personas y la riqueza de las tierras.
- Celeste: color representativo del cielo, y su inmensidad que transmite calma y divinidad simbolizando la sabiduría de los agricultores para interpretar el clima y temporadas que permiten la producción de la tierra.
- Descripción de figuras
  - Circulo: figura que representa la unidad, lo absoluto y la protección de las tierras y de buenas intenciones para con el agroturismo, acogiendo toda la diversidad en su interior, simboliza el camino sin desviaciones que las personas que conforman la granja deberían seguir a su ritmo para cumplir ciclos con integridad y realización.
  - Agricultores: representa a los hombres y mujeres cultivadores de la tierra y soñadores del futuro que con trabajo y dedicación, desde que amanece hasta que anochece hacen que la tierra produzca alimento, ellos simbolizan la interrelación entre el campo y la ciudad.
  - Azadón: representa la herramienta indispensable del agricultor que labra la tierra, antes de que salga el sol con la intención clara de conseguir el fruto del trabajo de hombres y mujeres que buscan mejores días.
  - Verduras: representan el alimento indispensable de los hogares, simbolizando la fertilidad de la tierra.

- Canasta: es el objeto necesario para la recolección de los diferentes productos agrícolas de la Granja agroturística MAG-Guaslán, simboliza el abastecimiento de una canasta familiar que satisface las necesidades alimenticias con productos de calidad.
- Casa: es la estructura que guarda a las personas contra las condiciones climáticas, que brinda un lugar para protección, simboliza la hospitalidad que las personas ofrecen para designar el lugar donde se pueden hospedar, donde siente seguridad, calma y paz.
- Tractor: representa un vehículo que se usa para arrastrar o realizar el movimiento de la tierra, simboliza la disminución de trabajo pesado para los agricultores.
- Montañas: representa la serranía ecuatoriana, extendida de norte a sur por la cordillera de los Andes, simboliza en todos los pueblos de proximidad a un mundo espiritual, divino y de paz, ya que domina el mundo de los hombres elevándose hasta el cielo.
- Sol: representa la fuente vida de nuestro planeta, dador de luz venciendo cada día las tinieblas de la noche, simbolizando la energía de un nuevo día en las personas fortaleciendo su conocimiento.

#### 4.1.3.3. Diseño de medios

- Anuncio radio

Para la difusión radial se contratará espacios publicitarios de la radio Tricolor:

**Tabla 22-4:** Anuncio de radio

Texto o narración	Sonorización (música o efectos especiales de sonido)	Tiempo en segundos
<p>Es tiempo de vivir nuevas experiencias rodeados de naturaleza, conociendo nuevas culturas y realizando actividades junto con tu pareja, amigos y familia, todas en un solo lugar, en la Granja Agroturística MAG-Guaslán “Pedacito de sueños”, ubicado a pocos kilómetros de la ciudad de Riobamba, vía a Macas.</p> <p>Para reservar comunícate a 0999796629.</p>	<p>Pasacalles, música nacional ecuatoriana instrumental.</p>	<p>45 segundos</p>

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Anuncio para la televisión

Para la difusión televisiva se contratará espacios publicitarios en el canal de televisión TVS que tiene cobertura local, con el siguiente anuncio:

**Tabla 23-4:** Anuncio para la televisión

N°	Texto o narración	Toma motivo	Tipo de toma	Sonorización (música)	Tiempo en segundos
1	Es tiempo de vivir nuevas experiencias rodeados de naturaleza, conociendo nuevas culturas y realizando actividades junto con tu pareja, amigos y familia, todas en un solo lugar, en la Granja Agroturística MAG-Guaslán “Pedacito de sueños”.	Las diferentes áreas de la granja tales como el área de pesca, áreas de recreación, áreas de cultivos, los servicios de hospedaje, alimentación, recepción, los senderos entre otros.	Plano general  Primer plano con movimiento	Pasacalles, música nacional ecuatoriana instrumental.	36 segundos
1	Ubícanos a pocos kilómetros de la ciudad de Riobamba, vía a Macas.	Las áreas de recepción de la granja, cultivos, centro de acopio, hospedaje alimentación, recreación.	Plano general  Plano contrapicado	Pasacalles, música nacional ecuatoriana instrumental.	5 segundos
3	Para reservar comunícate a 0999796629.	Contactos de reservación y redes sociales.	Plano general	Pasacalles, música nacional ecuatoriana instrumental	4 segundos

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Anuncio para la prensa

El anuncio para la prensa se lo hará en el periódico “El comercio” con el siguiente anuncio:

# GRANJA AGROTURÍSTICA

## MAG-GUASLÁN

**QUIENES SOMOS:**

SOMOS UNA SOCIEDAD DE AGRICULTORES CON ÁNIMOS DE PRODUCIR LA TIERRA, COLABORANDO PARA TU ALIMENTACIÓN Y RECREACIÓN NATURAL.

**UBICACIÓN:**

ESTAMOS UBICADOS A UN PASITO DE TU HOGAR. PARROQUIA-PUNÍN. RIOBAMBA-CHIMBORAZO. (VÍA SAN LUÍS-PUNÍN-MACAS) 5Km. de Riobamba.

**OFERTA:**

- COSECHA O COMPRA TUS PROPIOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.
- GLAMPING
- CABALGATA
- VISITA Y COMPRA DE ESPECIES MENORES (CONEJOS-CUYES)
- PESCA DEPORTIVA
- CAMINATA GUIADA
- CICLISMO
- JUEGOS TRADICIONALES
- CINE AL AIRE LIBRE
- VISITA ATRACTIVOS ALEDAÑOS

**SERVICIOS**

- GASTRONOMÍA TÍPICA
- HOSPEDAJE
- RECEPCIÓN DE VENTOS
- INTERNET

**REDES SOCIALES**

Granja Agroturística Mag Guaslán  
Granja Agroturística MAG-Guaslán

@agroturismo\_guaslan

**Figura 2-4:** Anuncio para la prensa

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Redes Sociales

- Facebook



**Figura 3-4:** Red social Facebook

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Instagram



**Figura 4-4:** Red social Instagram

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Papelería
- Flyers



**Figura 5-4:** Flyers-adelante

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



**Figura 6-4:** Flyers-atrás

Realizado por: Greja Parra, Diana, 2022.

- Trípticos



Figura 7-4: Tríptico- adelante

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.



Figura 8-4: Tríptico-atrás

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Rótulos



Figura 9-4: Rótulos

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Tarjetas de presentación



Figura 10-4: Tarjeta de presentación

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.4. Requerimiento del área comercial

##### 4.1.4.1. Talento humano

**Tabla 24-4:** Talento humano

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
Vendedor	1	\$400,00	\$4.800,00
- Encargado de recibir a los clientes y vender el producto en la oficina de la Granja MAG-Guaslán. - Realizar la promoción y los trámites para la publicidad de esta área por los medios electrónicos.			
<b>Total</b>			<b>\$4.800,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

##### 4.1.4.2. Activos fijos

**Tabla 25-4:** Activos fijos

<b>Bien Mueble</b>			
<b>Activos</b>			
Activo	Cantidad	Costo unitario	Total inversión
Terreno	300m <sup>2</sup>	\$15.000,00	\$15.000,00
Construcciones y edificaciones	300m <sup>2</sup>	\$500,00	\$150.000,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$165.000,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Activo	Activo	Activo	Activo
Sillas ergonómicas	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Escritorio	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Juego de muebles de estar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Teléfono	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Cuadros decorativos	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Maseteros	4	\$ 5,00	\$ 20,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 830,00</b>
<b>Equipo y maquinaria</b>			
Activo	Cantidad	Costo unitario	Total inversión
Televisor Smart Tv 40 pulgadas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Dispensador de agua	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Cafetera	1	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 400,00</b>
<b>Equipo de computo</b>			
Activo	Cantidad	Costo unitario	Total inversión
Computadora de escritorio	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Impresora multifuncional	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 1.500,00</b>
<b>Total de inversión de activos fijos</b>			<b>\$ 167.730,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.4.3. Activos diferidos

**Tabla 26-4:** Activos diferidos

Denominación		Cantidad	Costo unitario	Total Inversión
Estudio de mercado		1	\$ 2.000,00	\$2.000,00
Capacitación antes del funcionamiento		2	\$ 600,00	\$1.200,00
Publicidad y promoción (antes del funcionamiento)	Anuncios de radio	8	\$15,00	\$120,00
	Anuncios TV	8	\$300,00	\$2.400,00
	Anuncio de prensa	2	\$200,00	\$400,00
	Diseño de página web	1	\$450,00	\$450,00
Propiedad Intelectual		1	\$500,00	\$500,00
Permisos de funcionamiento		1	\$22,00	\$22,00
<b>Total de inversión de activo diferidos</b>				<b>\$7.092,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.4.4. Materiales e insumos

**Tabla 27-4:** Materiales e insumo

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Total Inversión
Carpetas colgantes	50	\$0,50	\$25,00
Archivadores de palanca	12	\$4,00	\$48,00
Cajetín de separadores	1	\$7,00	\$7,00
Ricoh Gc41 amarillo cartucho de gel original	2	\$38,00	\$76,00
Ricoh Gc41 azul cartucho de gel original	2	\$38,00	\$76,00
Ricoh Gc41 Magenta cartucho de gel original	2	\$38,00	\$76,00
Ricoh Gc41 negro cartucho de gel original	2	\$38,00	\$76,00
Cajas de clips	2	\$0,50	\$1,00
Clips de notas	2	\$1,00	\$2,00
Porta clips	1	\$1,00	\$2,00
Caja de resmas de papel bon A4	3	\$4,00	\$12,00
Bolígrafos	6	\$0,50	\$3,00
Lápices	4	\$0,50	\$2,00
Resaltador de papel	2	\$1,00	\$2,00
<b>Total de inversión de activo diferidos</b>			<b>\$406,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.4.5. Gastos de promoción y publicidad

**Tabla 28-4:** Gastos de promoción y publicidad

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Costos
Material publicitario: (durante el funcionamiento)	2000	\$ 0,25	\$ 500,00
<b>Total de gastos de promoción y publicidad</b>			<b>\$ 500,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.5. Localización del producto agroturístico

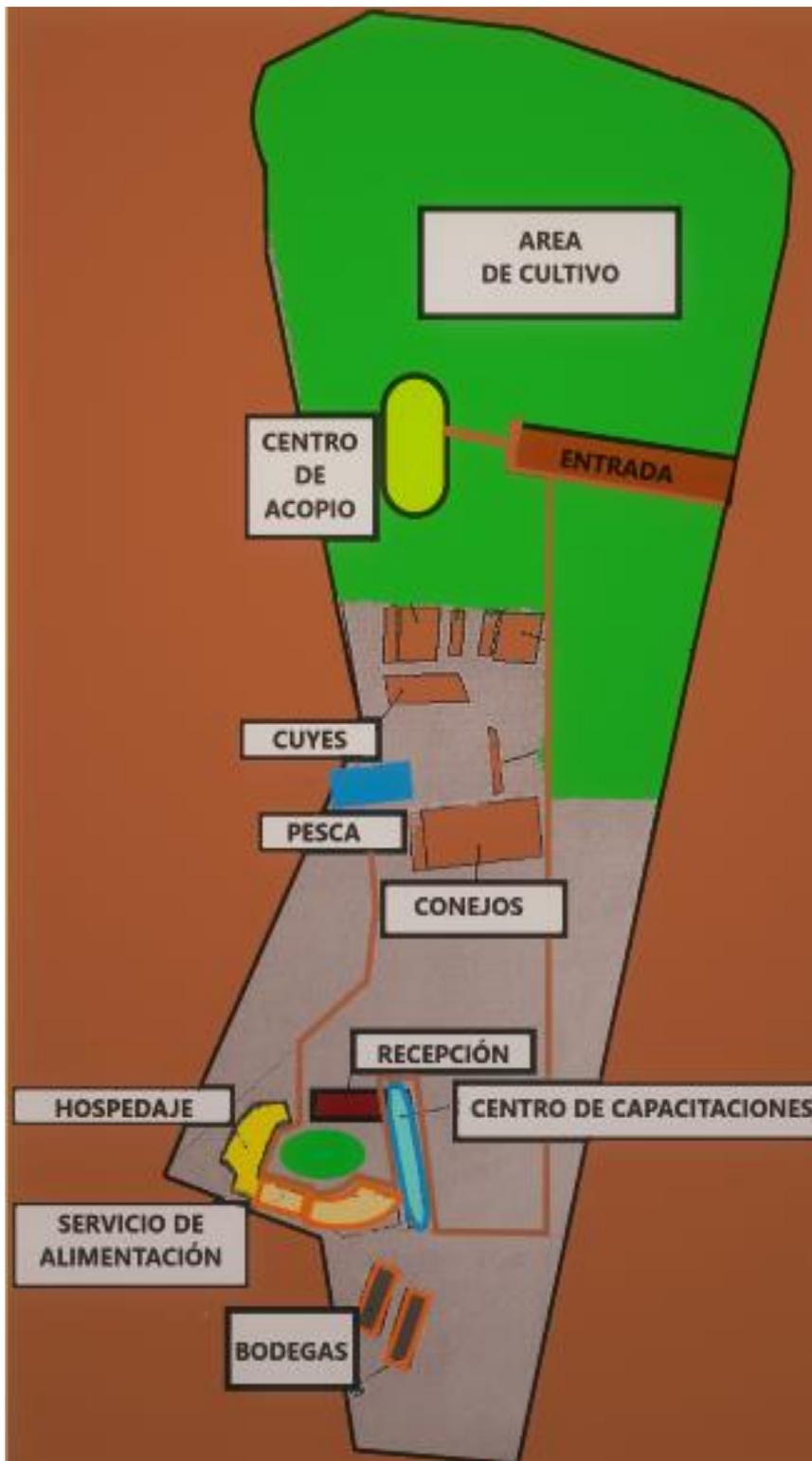
##### 4.1.5.1. Macro localización



Figura 11-4: Mapa de ubicación de la Granja Agroturística MAG-Guaslán

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.1.5.2. Micro localización



**Figura 12-4:** Mapa Granja Agroturística MAG-Guaslán

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

## 4.2. Diseño técnico del producto

### 4.2.1. Tamaño del proyecto

#### 4.2.1.1. Capacidad operativa

- Demanda objetiva

Al confrontar la demanda potencial con la oferta actual se pudo definir la demanda insatisfecha que corresponde a 147.429 turistas para el año 2022 en el que se consideró el 5% de la demanda insatisfecha, porcentaje que permitirá dar continuidad con el funcionamiento del proyecto agroturístico.

- Demanda objetiva para clientes

**Tabla 29-4:** Demanda objetiva para clientes

N°	Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva 5%
0	2021	145.393	7.270
1	2022	147.429	7.371
2	2023	149.493	7.475
3	2024	151.586	7.579
4	2025	153.708	7.685
5	2026	155.860	7.793

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Demanda objetiva por actividad

**Tabla 30-4:** Demanda objetiva por actividad

N°	Año	Demanda objetiva 5%	Cosecha y compra de sus propios productos	Pesca deportiva	Visita y compra de sp. menores (Leónidas, amozel)	Camping	Cabalgata	Caminata guiada	Cine al aire libre	Ciclismo	Juegos tradicionales
			19%	17%	14%	13%	11%	8%	7%	6%	5%
0	2021	7.270	1381	1236	1018	945	800	582	509	436	363
1	2022	7.371	1401	1253	1032	958	811	590	516	442	369
2	2023	7.475	1420	1271	1046	972	822	598	523	448	374
3	2024	7.579	1440	1288	1061	985	834	606	531	455	379
4	2025	7.685	1460	1307	1076	999	845	615	538	461	384
5	2026	7.793	1481	1325	1091	1013	857	623	546	468	390

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Consumo aparente
- Consumo aparente para clientes

**Tabla 31-4:** Consumo aparente para clientes

N°	Año	Demanda objetiva 5%	Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
0	2021	7.270	3635	1817	606	151	20
1	2022	7.371	3686	1843	614	154	20
2	2023	7.475	3737	1869	623	156	21
3	2024	7.579	3790	1895	632	158	21
4	2025	7.685	3843	1921	640	160	21
5	2026	7.793	3896	1948	649	162	22

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Consumo aparente por actividad

**Tabla 32-4:** Consumo aparente para cosecha y compra de sus propios productos agrícolas.

Año	Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas 19%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	1381	691	460	115	29	4
2022	1401	700	467	117	29	4
2023	1420	710	473	118	30	4
2024	1440	720	480	120	30	4
2025	1460	730	487	122	30	4
2026	1481	740	494	123	31	4

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 33-4:** Consumo aparente para glamping

Año	Camping 13%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	945	473	315	79	20	3
2022	958	479	319	80	20	3
2023	972	486	324	81	20	3
2024	985	493	328	82	21	3
2025	999	500	333	83	21	3
2026	1013	507	338	84	21	3

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 34-4:** Consumo aparente para cabalgata

Año	Cabalgata 11%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	800	400	267	67	17	2
2022	811	405	270	68	17	2
2023	822	411	274	69	17	2
2024	834	417	278	69	17	2
2025	845	423	282	70	18	2
2026	857	429	286	71	18	2

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 35-4:** Consumo aparente para visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)

Año	Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes) 14%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	1018	509	339	85	21	3
2022	1032	516	344	86	22	3
2023	1046	523	349	87	22	3
2024	1061	531	354	88	22	3
2025	1076	538	359	90	22	3
2026	1091	546	364	91	23	3

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 36-4:** Consumo aparente para pesca deportiva

Año	Pesca deportiva 17%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	1236	618	412	103	26	3
2022	1253	627	418	104	26	3
2023	1271	635	424	106	26	4
2024	1288	644	429	107	27	4
2025	1307	653	436	109	27	4
2026	1325	662	442	110	28	4

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 37-4:** Consumo aparente para caminata guiada

Año	Caminata guiada 8%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	582	291	194	48	12	2
2022	590	295	197	49	12	2
2023	598	299	199	50	12	2
2024	606	303	202	51	13	2
2025	615	307	205	51	13	2
2026	623	312	208	52	13	2

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 38-4:** Consumo aparente para ciclismo

Año	Ciclismo 6%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	436	218	145	36	9	1
2022	442	221	147	37	9	1
2023	448	224	149	37	9	1
2024	455	227	152	38	9	1
2025	461	231	154	38	10	1
2026	468	234	156	39	10	1

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 39-4:** Consumo aparente para juegos tradicionales

Año	Juegos tradicionales 5%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	363	182	121	30	8	1
2022	369	184	123	31	8	1
2023	374	187	125	31	8	1
2024	379	189	126	32	8	1
2025	384	192	128	32	8	1
2026	390	195	130	32	8	1

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 40-4:** Consumo aparente para cine al aire libre

Año	Cine al aire libre 7%	Consumo aparente				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2021	509	254	170	42	11	1
2022	516	258	172	43	11	1
2023	523	262	174	44	11	1
2024	531	265	177	44	11	1
2025	538	269	179	45	11	1
2026	546	273	182	45	11	2

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.2. *Diseño del producto agroturístico*

##### 4.2.2.1. *Servicios turísticos*

La granja al ser una propiedad operada por la colaboración de dos asociaciones bajo la vigilia del Ministerio de Agricultura (MAGAP) que les brinda, facilita y direcciona en las diferentes actividades agrarias y que además asegura la calidad de los productos agrícolas que se producen dentro de las 7 hectáreas, propone trabajar en las diferentes áreas de acción con el fin de mantener un control total y que a su vez permitan identificar los requerimientos en cuanto a equipos y

menaje para el aseguramiento de la calidad de servicios y actividades turísticas que se plantea ofertar a los visitantes.

**Tabla 41-4:** Áreas de la propuesta técnica para el desarrollo de actividades.

Áreas	Actividades
Área de producción agrícola	Siembra y cosecha de productos agrícolas.
Área de centro de acopio	Limpieza, manejo y empaquetamiento de canastas con productos agrícolas.
Área de producción pecuaria	Crianza y reproducción de especies menores (conejos, cuyes y tilapias).
Área turística	Servicio de hospedaje.
	Servicio de alimentación.
	Espacios de esparcimiento y deportes.
	Centro de capacitaciones y eventos.

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.2.2. Actividades agroturísticas

**Tabla 42-4:** Actividades agroturísticas

Actividades agroturísticas		
Actividades	Duración	Descripción
Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas	2 horas	Se dará inicio con una explicación que facilite al turista el uso de herramientas, técnicas y procesos de cosecha de sus productos. Finalizando con el respectivo empaque.
Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)	2 horas	Esta actividad tiene como objetivo involucrar al visitante para que conozca el proceso de crianza de las especies menores de raza (cuyes, conejos). Se dará inicio con su explicación respectiva, su recorrido, para terminar con la interacción entre el visitante y mencionadas especies.
Camping	1 noche	Pernoctar en un ambiente diferente al habitual y en condiciones amigables con el medio ambiente, dará una experiencia única al visitante. Esta actividad tendrá lugar en la zona elegida por el turista de las diferentes áreas establecidas para Camping.
Cabalgata	20 minutos	Tendrá inicio una vez que el turista ha recibido las indicaciones debidas por parte del guía y el consentimiento respectivo. El recorrido tendrá lugar por las inmediaciones de la granja.
Visita a atractivos cercanos	3 horas	La visita a los atractivos aledaños se realizará a partir de un grupo de 10 personas, esto por el gasto en transporte y guía, además el tiempo estimado entre cada visita corresponderá con el destino seleccionado.
Pesca deportiva	1 hora	Al contar con una piscina de tilapias, el turista podrá optar por pescar y servirse su tilapia preparada en las instalaciones de la granja o a su vez llevarse su pesca.
Caminata guiada	1 hora	Esta caminata iniciará desde la zona de encuentro con su explicación pertinente para proceder a trasladarse a las diferentes áreas de cultivo, producción, turísticas y de recreación.
Juegos tradicionales	30 minutos	Esta actividad estará vinculada con la caminata guiada, tendrá inicio cuando se llegue a la zona de recreación en la que los visitantes podrán participar en uno o varios juegos o a su vez utilizar algunos juguetes tradicionales que les brinde una experiencia diferente.

Ciclismo	2 horas	La actividad tiene como intención que los visitantes puedan recorrer la granja. Se podrá igual conocer los lugares más cercanos paseando en bicicleta con el consentimiento y responsabilidad respectiva del turista.
Cine al aire libre	1 noche	La reproducción de los filmes se lo hará cada noche considerando mínimo a un grupo de 10 personas, se realizará esta actividad a las afueras de las habitaciones de hospedaje en las zonas verdes explícitas para esta actividad tomando en cuenta las condiciones climáticas y la adecuación del ambiente natural para brindar una experiencia acogedora.

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.2.3. Atractivos naturales y culturales de la parroquia Punín

**Tabla 43-4:** Atractivos naturales y culturales de la parroquia Punín

N°	Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Cerro Miraloma de Nauteg	Sitio Natural	Montañas	Baja montaña	I
2	Feria Tzalarón	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias	II
3	Iglesia Tzalarón	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias	II
5	Iglesia Santa Bárbara	Manifestación cultural	Arquitectura	Historia/ vernácula	I
6	Iglesia de San Juan de Pallo	Manifestación cultural	Arquitectura	Historia/ vernácula	Recurso
7	Iglesia de San Vicente	Manifestación cultural	Arquitectura	Historia/ vernácula	I
8	Iglesia Siguilán	Manifestación cultural	Arquitectura	Historia/ vernácula	I
9	Iglesia de San Francisco	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Historia/ vernácula	I
10	Fiesta de parroquialización	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias	II
11	Museo paleontológico, quebrada Chalán.	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	II

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.2.4. Estructura de los paquetes

Para el diseño de los paquetes agroturísticos se trabajó en base al perfil del turista, obtenido del análisis de la demanda, mismo que ayudó a definir las preferencias en cuanto al recorrido por los atractivos cercanos a la granja

- Estructura del paquete agroturístico N°1

**Tabla 44-4:** Paquete 1

<b>PAQUETE N°1</b>			
<b>Denominación:</b> MAG – Express “Compartiendo lo nuestro”			
<b>Código:</b> PAT-01	<b>Carácter:</b> Agroturismo		<b>Estilo:</b> Convivencia
<b>Dificultad:</b> Fácil	<b>Idioma de guianza:</b> español		<b>Duración:</b> 1 día
<b>Recorrido:</b> Granja Agroturística MAG-Guaslán			
<b>Descripción del paquete:</b>			
Disfrute de la diversidad de producción agrícola, especies menores (cuyes y conejos) y acuícola (producción de tilapias) que posee la granja agroturística, misma que está integrada de actividades que se encuentran a su disposición y de las que podrá ser partícipe, apreciando, valorando y experimentando alternativas diferentes de realizar turismo cerca de su hogar.			
<b>Itinerario</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Duración</b>	<b>Actividades</b>
1	10:00 am	20 min	Registro en la recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agradaría realizar al visitante.
	10:20 am	20 min	Charla de bienvenida (presentación acerca del funcionamiento de la granja y las actividades que se van a realizar).
	10:40 am	1 hora	Desayuno.
	11:40 am	40 min	Recorrido por las áreas de cultivo (explicación técnica), cosecha y empaquetamiento del producto por el centro de acopio.
	12:20 pm	40 min	Pesca deportiva
	13:00 pm	1 hora	Almuerzo (se puede preparar la tilapia pescada o degustar de platos típicos)
	14:00 pm	1 hora	Visita y explicación sobre los cuidados y procesos de producción de los cuyes y conejos de raza (se puede interactuar con ellos y adquirirlos en caso de su compra)
	14:30 pm	15:30	Despedida y esparcimiento en las zonas verdes para descanso y fotografías.
<b>Precio:</b> \$26,40			
<b>Observaciones:</b> el paquete puede modificarse de acuerdo con las necesidades y sugerencias de los clientes.			
<b>Recomendaciones</b>			
<b>Prohibiciones</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas.</li> <li>- Equipos de sonido.</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>	
<b>Normas de comportamiento</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura.</li> </ul>	

	- No recolectar especies de flora o fauna sin autorización. - No destruir la infraestructura y materiales.
--	---

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Cálculo del precio por pax

**Tabla 45-4:** Cálculo del precio pax 1

Servicio	Rango Pax			
	Costo total	2	5	10
<b>Costo fijo</b>				
Guía local	\$8,00	\$4,00	\$1,60	\$0,80
<b>Total de costos fijos</b>	<b>\$8,00</b>	<b>\$4,00</b>	<b>\$1,60</b>	<b>\$0,80</b>
<b>Costo variable</b>				
Desayuno	\$2,50	\$2,50	\$2,50	\$2,50
Cosecha y compra de sus propios productos	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Pesca deportiva	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Almuerzo	\$3,50	\$3,50	\$3,50	\$3,50
Visita y compra de especies menores (cuyes y conejos)	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
<b>Total de costos variables</b>	<b>\$12,00</b>	<b>\$12,00</b>	<b>\$12,00</b>	<b>\$12,00</b>
<b>Costos directos</b>	<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 16,00</b>	<b>\$ 13,60</b>	<b>\$ 12,80</b>
Gastos administrativos (10%)	\$ 2,00	\$1,60	\$1,36	\$1,28
Gastos en ventas (10%)	\$ 2,00	\$1,60	\$1,36	\$1,28
<b>Costo total</b>	<b>\$24,00</b>	<b>\$19,20</b>	<b>\$16,32</b>	<b>\$15,36</b>
Utilidad (10%)	\$2,40	\$1,92	\$1,63	\$1,54
<b>Precio venta final</b>	<b>\$26,40</b>	<b>\$21,12</b>	<b>\$17,95</b>	<b>\$16,90</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

El precio de venta del paquete turístico es de \$ 26,40 por persona, en función a la capacidad de operación del recurso humano, además la compra de productos agrícolas y especies menores (cuyes y conejos) no está incluido, la compra dependerá de la adquisición del visitante.

- Estructura del paquete turístico N°2

**Tabla 46-4:** Paquete 2

PAQUETE N°2		
<b>Denominación: Pedacito de granja “Soñamos juntos”</b>		
<b>Código:</b> PAT-02	<b>Carácter:</b> Agroturismo	<b>Estilo:</b> Convivencia
<b>Dificultad:</b> Fácil	<b>Idioma de guianza:</b> español	<b>Duración:</b> 2 día
<b>Recorrido:</b> Granja Agroturística MAG-Guaslán		
<b>Itinerario</b>		

Día	Hora	Duración	Actividades
1	10:00 am	20 min	Registro en la recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agradaría realizar al visitante.
	10:20 am	10 min	Charla de bienvenida (presentación acerca del funcionamiento de la granja y las actividades que se van a realizar).
	10:30 am	1 hora	Desayuno.
	11:30 am	50 min	Caminata guiada por las inmediaciones de la granja.
	12:20 pm	40 min	Pesca deportiva
	13:00 pm	30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	13:30 pm	1 hora	Almuerzo
	14:30 pm	2 horas	Visita al museo paleontológico, quebrada Chalán.
	17:00 pm	30 min	Retorno a la granja
	17:30 pm	30 min	Esparcimiento y descanso
	18:00 pm	1 hora	Cena
	19:00 pm	2 horas	Cine al aire libre
2	8:00 am	1 hora	Desayuno
	9:00 am	2 horas	Visita a una de las iglesias aledañas
	11:00 am	1 h 30 min	Participación en juegos tradicionales
	12:30 pm	30 min	Free time
	13:00 pm	1 hora	Almuerzo
	14:00 pm	1 hora y 30 min	Recorrido por las áreas de cultivo (explicación técnica), cosecha y empaquetamiento del producto por el centro de acopio.
	15:30 pm	30 min	Despedida
<b>Precio: \$72,60</b>			
<b>Observaciones:</b> el paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.			
<b>Recomendaciones</b>			
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas.</li> <li>- Equipos de sonido.</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura.</li> <li>- No recolectar especies de flora o fauna sin autorización.</li> <li>- No destruir la infraestructura y materiales.</li> </ul>		

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Cálculo del precio por pax 2

**Tabla 47-4:** Cálculo del precio pax 2

Servicio	Rango Pax			
	Costo total	2	5	10
<b>Costo fijo</b>				
Guía local	\$8,00	\$4,00	\$1,60	\$0,80
Transporte	\$5,00	\$2,50	\$1,50	\$0,50
Hospedaje	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00

<b>Total, Costo fijo</b>		<b>\$23,00</b>	<b>\$16,50</b>	<b>\$13,10</b>	<b>\$11,30</b>
<b>Costo variable</b>					
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>			
Desayuno	2 días	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Almuerzo	2 días	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Pesca deportiva		\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Visita al museo paleontológico, quebrada Chalán		\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Cena		\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Cine al aire libre		\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Juegos tradicionales		\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Cosecha y compra de sus propios productos		\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
<b>Total de costos variables</b>		<b>\$22,00</b>	<b>\$22,00</b>	<b>\$22,00</b>	<b>\$22,00</b>
<b>Costos directos</b>		<b>\$ 55,00</b>	<b>\$ 38,50</b>	<b>\$ 35,10</b>	<b>\$ 33,30</b>
Gastos administrativos (10%)		\$ 5,50	\$3,85	\$3,51	\$3,33
Gastos en ventas (10%)		\$ 5,50	\$3,85	\$3,51	\$3,33
<b>Costo total</b>		<b>\$66,00</b>	<b>\$46,20</b>	<b>\$42,12</b>	<b>\$39,96</b>
Utilidad (10%)		\$6,60	\$4,62	\$4,21	\$3,99
<b>Precio venta final</b>		<b>\$72,60</b>	<b>\$50,82</b>	<b>\$46,33</b>	<b>\$43,96</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

El precio de venta del paquete turístico es de \$72,60 por persona, en función a la capacidad de operación del recurso humano, además como sugerencia el paquete no incluye la compra de los productos agrícolas, la compra dependerá de la adquisición del visitante.

- Estructura del paquete turístico N°3

**Tabla 48-4:** Paquete 3

<b>PAQUETE N°3</b>			
<b>Denominación: Yupaychani Guaslán “Todo mejora”</b>			
<b>Código:</b> PAT-03		<b>Carácter:</b> Agroturismo	<b>Estilo:</b> Convivencia
<b>Dificultad:</b> Fácil		<b>Idioma de guianza:</b> español	<b>Duración:</b> 3 días y dos noches
<b>Recorrido: Granja Agroturística MAG-Guaslán</b>			
<b>Itinerario</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Duración</b>	<b>Actividades</b>
1	10:00 am	20 min	Registro en la recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agrada realizar al visitante.
	10:20 am	40 min	Charla de bienvenida y presentación de las instalaciones.
	11:00 am	1 hora	Desayuno.
	12:00 am	2 min	Visita al museo paleontológico, quebrada Chalán.

	14:00 pm	1 hora	Almuerzo
	15:00 pm	30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	15:30 pm	2 horas y 30 min	Ciclismo (Iglesias cercanas)
	18:00 pm	1 hora	Cena
	19:00 pm	30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	19:30 pm	2 hora	Cine al aire libre
	21:30 pm		Descanso
2	8:00 am	1 hora	Desayuno
	9:00 am	1 hora y 30 min	Cabalgata o ciclismo por las inmediaciones de la granja
	10:30 am	30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	11:00 pm	1 hora	Pesca deportiva
	12:00 pm	1 hora	Almuerzo
	13:00 pm	1 hora, 30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	13:30 pm	1 hora	Visita y explicación sobre los cuidados y procesos de producción de los cuyes y conejos de raza (se puede interactuar con ellos y adquirirlos en caso de su compra)
	14:30 pm	1 hora	Cabalgata o ciclismo por las inmediaciones de la granja
	15:30	1 hora	Juegos tradicionales y juegos deportivos
	16:30	30 min	Free time (aseo personal, necesidades biológicas, entre otras)
	17:00	1 horas	Camping (armar)
	18:00	1 hora	Cena
	19:00	2 horas	Fogata
	21:00		Descanso
3	8:00 am	1 hora	Desayuno
	9:00 am	1 hora y 30 min	Recorrido por las áreas de cultivo (explicación técnica), cosecha y empaquetamiento del producto por el centro de acopio.
	10:30 am		Agradecimiento y despedida.
<b>Precio: \$83,49</b>			
<b>Observaciones:</b> el paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.			
<b>Recomendaciones</b>			
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas.</li> <li>- Equipos de sonido.</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura.</li> <li>- No recolectar especies de flora o fauna sin autorización.</li> <li>- No destruir la infraestructura y materiales.</li> </ul>		

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

- Cálculo del precio por pax

**Tabla 49-4:** Cálculo del precio pax 3

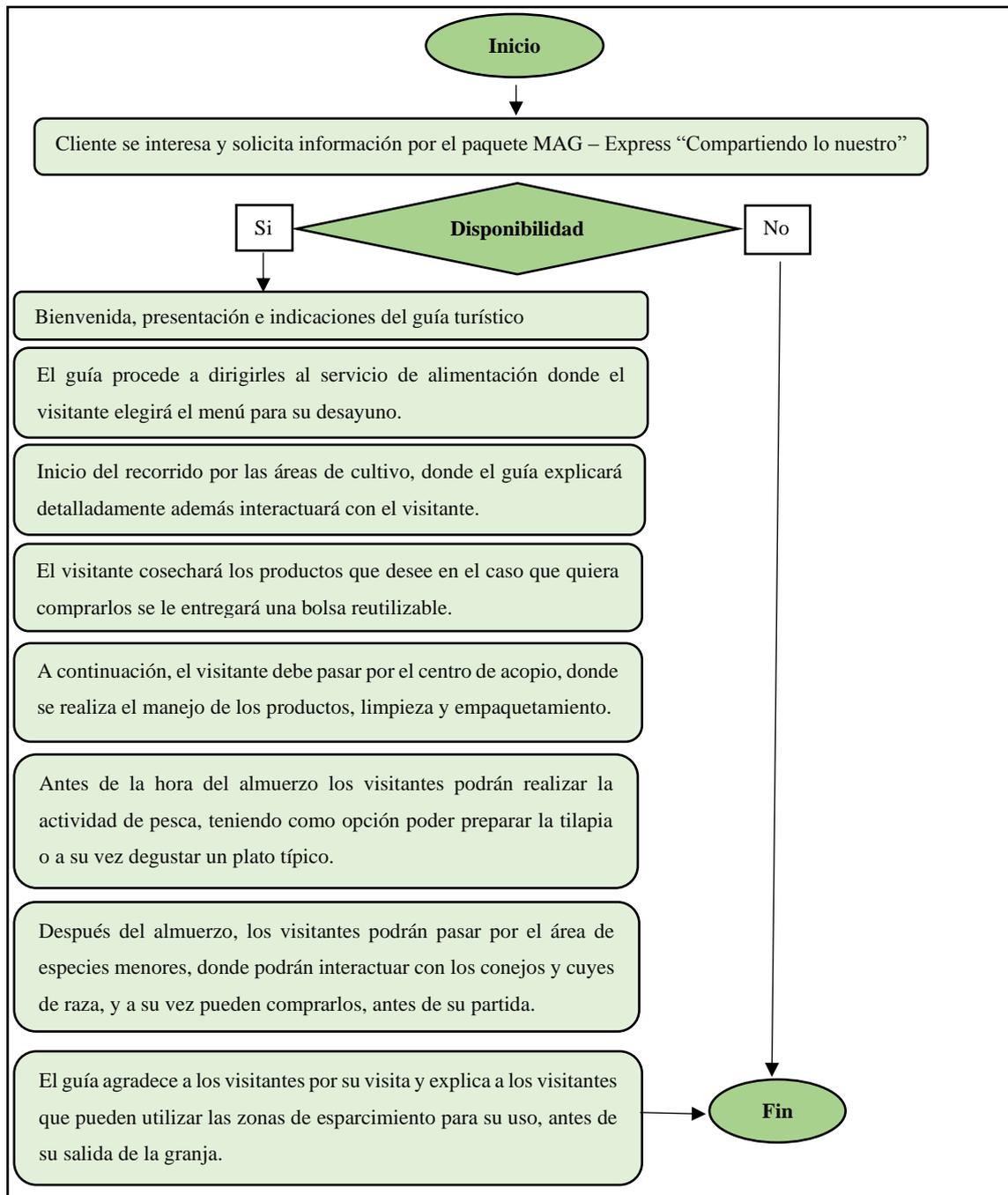
Servicio	Rango Pax			
	Costo total	2	5	10
<b>Costo fijo</b>				
Guía local	\$8,00	\$4,00	\$1,60	\$0,80
Transporte	\$5,00	\$2,50	\$1,50	\$0,50
Hospedaje/Camping	2 noches   \$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
<b>Total, Costo fijo</b>	<b>\$33,00</b>	<b>\$26,50</b>	<b>\$23,10</b>	<b>\$21,30</b>
<b>Costo variable</b>				
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>		
Desayuno	3 días	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Almuerzo	2 días	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Cena	2 días	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Visita al museo paleontológico, quebrada Chalán		\$2,00	\$2,00	\$2,00
Alquiler bicicletas		\$2,00	\$2,00	\$2,00
Cine al aire libre		\$1,00	\$1,00	\$1,00
Cabalgata		\$2,00	\$2,00	\$2,00
Pesca deportiva		\$3,00	\$3,00	\$3,00
Juegos tradicionales		\$1,00	\$1,00	\$1,00
Visita y compra de especies menores (cuyes y conejos)		\$1,00	\$1,00	\$1,00
Juegos tradicionales		\$1,00	\$1,00	\$1,00
Cosecha y compra de sus propios productos		\$2,00	\$2,00	\$2,00
<b>Total de costos variables</b>		<b>\$30,00</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$30,00</b>
<b>Costos directos</b>		<b>\$63,00</b>	<b>\$56,50</b>	<b>\$53,10</b>
Gastos administrativos (10%)		\$ 6,30	\$5,65	\$5,31
Gastos en ventas (10%)		\$ 6,30	\$5,65	\$5,13
<b>Costo total</b>		<b>\$75,90</b>	<b>\$67,80</b>	<b>\$63,72</b>
Utilidad (10%)		\$7,59	\$6,78	\$6,16
<b>Precio venta final</b>		<b>\$83,49</b>	<b>\$74,58</b>	<b>\$70,09</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

El precio de venta del paquete turístico es de \$83,49 por persona, en función a la capacidad de operación del recurso humano, además como sugerencia el paquete no incluye la compra de los productos agrícolas y especies menores (cuyes y conejos), la compra dependerá de la adquisición del visitante.

#### 4.2.2.5. Flujogramas de procesos

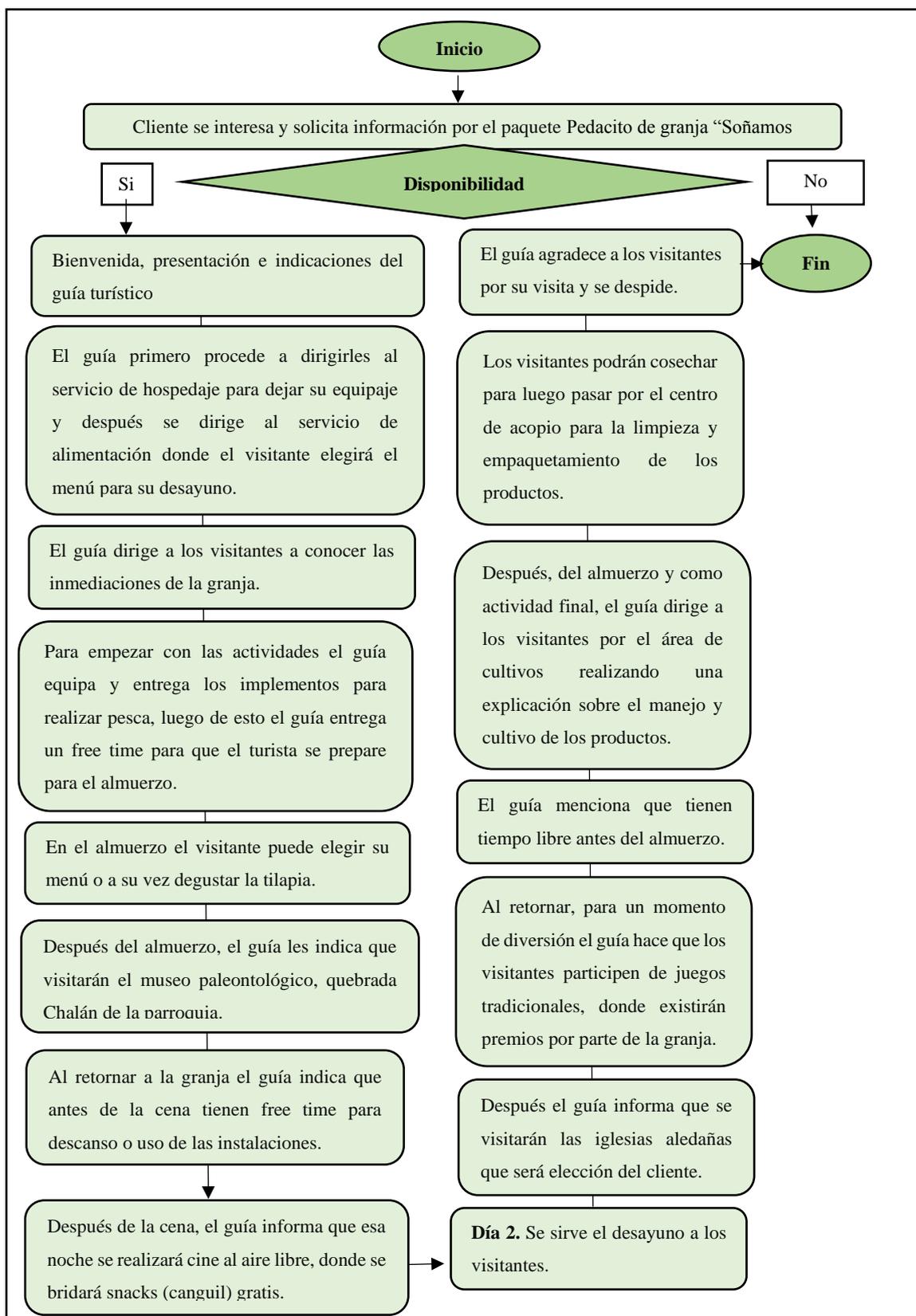
- Flujograma del paquete agroturístico N°1



**Figura 13-4:** Flujograma del paquete agroturístico N°1

**Realizado por:** Grefa Parra, Diana, 2022.

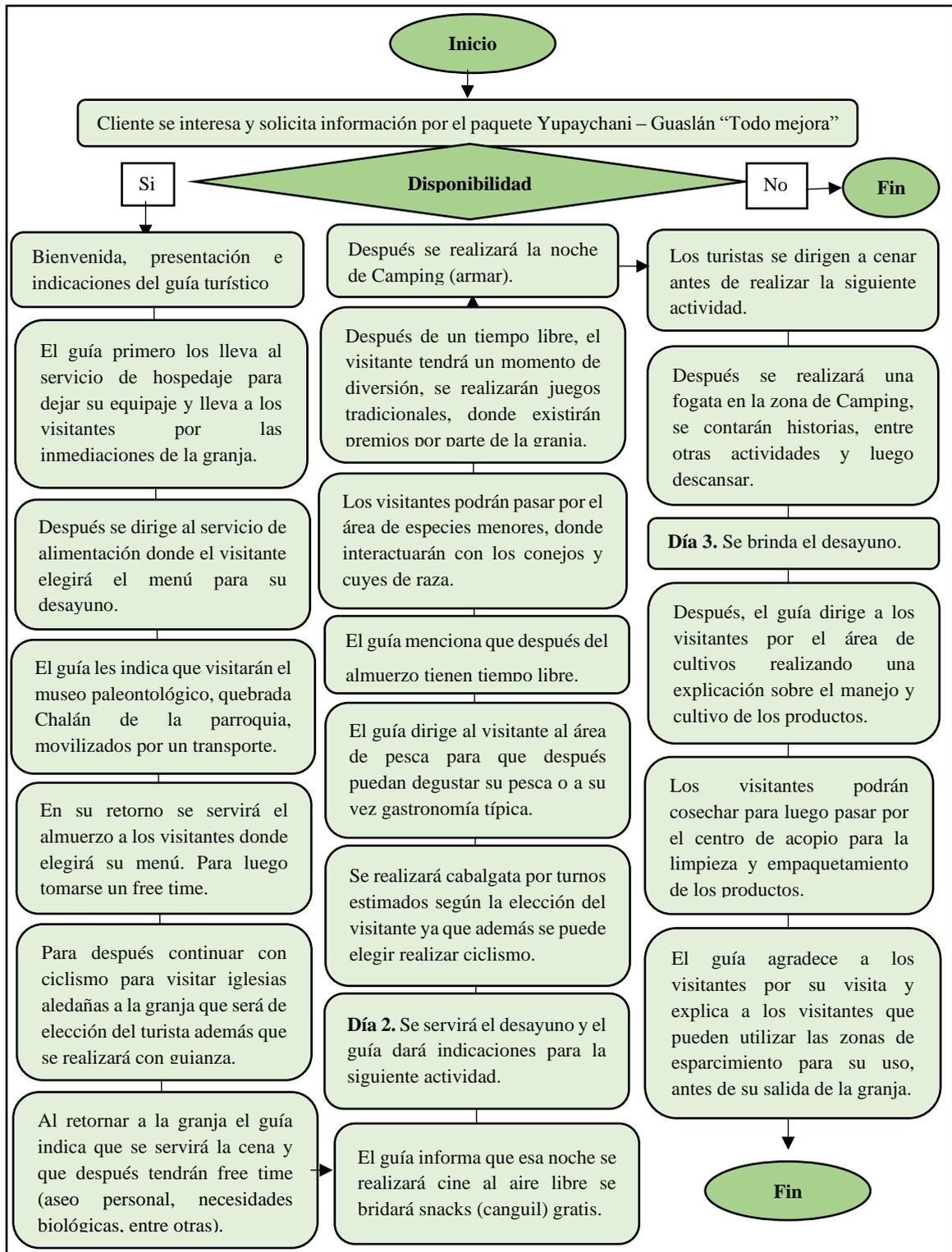
- Flujograma del paquete agroturístico N°2



**Figura 14-4:** Flujograma del paquete agroturístico N°2

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Estructura del paquete turístico N°3



**Figura 15-4:** Flujograma del paquete agroturístico N°3

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.2.6. Requerimientos para el área productiva

- Talento humano

**Tabla 50-4:** Talento humano

<b>Mano de obra directa</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Guía turístico	2	Guía	\$400,00	\$9.600,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$9.600,00</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>				
Asesor técnico	1	Asesor	\$400,00	\$4.800,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$4.800,00</b>
<b>Total costo mano de obra área productiva</b>				<b>\$14.400,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Activos fijos

**Tabla 51-4:** Activos fijos

<b>Activo</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Terreno	6.400 m <sup>2</sup>	1 Terreno	\$100.00,00	\$100.000,00
Construcciones y edificaciones	6.400 m <sup>2</sup>	4 Senderos	\$9.000,00	\$36.000,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$136.00,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Detalle</b>	<b>Detalle</b>	<b>Detalle</b>	<b>Detalle</b>
Silla giratoria (ergonomía)	2	Silla	\$70,00	\$140,00
Conjunto de sillones	1	Mueble	\$370,00	\$370,00
Escritorio	2	Escritorio	\$150,00	\$300,00
Archivadores aéreos	3	Archivador	\$70,00	\$210,00
Sillas	6	Sillas	\$50,00	\$300,00
Cuadros decorativos	4	Cuadros	\$20,00	\$80,00
Maseteros	5	Masetas	\$5,00	\$25,00
Basureros ecológicos	3	Basureros	\$45,00	\$135,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$1.560,00</b>
<b>Materiales y equipos</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Equipo de ciclismo	10	Equipo de ciclismo	\$500,00	\$5.000,00
Equipo de cabalgata	10	Equipo de cabalgata	\$250,00	\$2.500,00
Equipo de pesca	10	Equipo de pesca	\$25,00	\$250,00
Carpa para camping	10	Carpa iglú con techo abierto	\$200,00	\$2.000,00

<b>Subtotal</b>				<b>\$9.750,00</b>
<b>Equipos de computo</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Computadora de escritorio	2	Computadora	\$750,00	\$1.500,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 1.500,00</b>
<b>Total costo activos fijos</b>				<b>\$12.810,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Activos diferidos

**Tabla 52-4:** Activo diferidos

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Inversión
Estudio técnico	1	Estudio	\$2.300,00	\$2.300,00
Capacitación a los guías y asesor	3	Capacitación	\$600,00	\$2.100,00
Propiedad intelectual	1	Propiedad intelectual	\$400,00	\$400,00
Permisos de funcionamiento	1	Permisos	\$22,00	\$22,00
<b>Total</b>				<b>\$4.822</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Materia prima e insumos

**Tabla 53-4:** Materia prima e insumos

<b>Materia prima e insumos</b>				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Sombreros	30	Guía	\$10,00	\$300,00
Desayunos	6972	Desayunos	\$3,00	\$20.916,00
Almuerzos	6972	Almuerzos	\$3,00	\$20.916,00
Meriendas	6972	Meriendas	\$2,00	\$13.944,00
Refrigerios	6972	Refrigerios	\$2,50	\$17.430,00
<b>Total materia prima e insumos</b>				<b>\$73.506,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.3. *Matriz Lázaro Lagos*

Para la implementación del producto turístico se desarrollarán varias actividades que pueden afectar al ambiente, para esto se ha propuesto diversas medidas de mitigación que aporten a la disminución de efectos contaminantes.

**Tabla 54-4:** Matriz Lázaro Lagos

Componentes ambientales	Actividades												Impactos	Criterios de evaluación									
	1. Cosecha y compra de productos agrícolas	2. Camping	3. Cabalgata	4. Visita y compra de especies menores	5. Pesca deportiva	6. Caminata guiada	7. Ciclismo	8. Juegos tradicionales	9. Cine al aire libre	10. Hospedaje	11. Serv. de alimentación	12. Visita a atractivos aledaños		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. Aire	X		X			X							Emisión de polvo en pequeñas cantidades.	(-)	2	1	I	Pr	1	1	C	N	4
					X		X	X					Emisión de ruidos.	(-)	2	1	I	Sc	1	1	C	N	4
	X			X									Contaminación por la utilización de químicos.	(-)	2	2	D	Sc	1	1	M	S	6
B. Suelo	X	X					X						Alteración del suelo por excavaciones.	(-)	2	1	I	Ac	1	1	M	S	4
		X											Presencia de fogatas.	(-)	1	2	D	Ac	2	2	C	N	6
C. Agua		X			X				X	X	X		Incremento de uso del recurso agua.	(-)	2	3	D	Ac	2	3	L	S	11
		X			X				X	X	X		Reutilización del agua.	(+)	2	3	D	Sc	1	2	M	N	9
D. Flora y fauna	X			X		X							Actualización del listado de especies en el sitio	(+)	2	2	C	Sc	1	2	C	S	7
		X	X				X	X					Afectación de hábitat de microorganismos.	(-)	2	2	I	Sc	2	2	C	N	8
	X			X	X		X	X	X				Perturbación a la flora y fauna.	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	S	7
	X			X									Rescate de especies nativas.	(+)	2	2	D	Sc	2	2	M	N	8
E. Socio-económico	X			X	X				X	X	X		Aumento de flujo turístico.	(+)	3	3	I	Pr	1	3	M	S	13
	X			X		X			X	X	X		Crecimiento económico.	(+)	3	3	I	Pr	2	3	C	S	14
		X										X	Implementación de actividades alternativas.	(+)	3	3	C	Pr	2	3	M	S	14
	X	X		X						X	X	X	Generación de empleo.	(+)	3	3	C	Pr	2	3	M	S	14
		X				X				X	X	X	Capacitación.	(+)	3	3	C	Pr	1	3	C	S	13
F. Paisaje									X	X	X		Dinamización de la economía local.	(+)	3	3	I	Pr	1	2	L	S	12
	X												Alteración y/o deformación del paisaje.	(-)	2	1	D	Sc	2	1	C	N	5
					X								Paisaje conservado.	(+)	3	2	C	Pr	1	3	C	S	10

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

**Tabla 55-4:** Matriz de cuantificación

Componentes Ambientales	Actividades												Total (+)	Total (-)	Total		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
A	-4		-4				-4										
					-4			-4	-4								36
B	-6			-6													
	-4	-4						-4									18
C		-11			-11					-11	-11	-11					
		+9			+9					+9	+9	+9				45	55
D	+7			+7		+7											
		-8	-8				-8	-8									
	-7			-7	-7		-7	-7	-7								
E	+8			+8													
	+13			+13	+13					+13	+13	+13					
	+14			+14		+14				+14	+14	+14					
		+14										+14					
	+14	+14		+14						+14	+14	+14					
F		+13								+13	+13	+13					
										+12	+12	+12					
F	-5																
						+10											
<b>Total (+)</b>	<b>56</b>	<b>50</b>		<b>56</b>	<b>22</b>	<b>31</b>				<b>75</b>	<b>75</b>	<b>89</b>				<b>454</b>	
<b>Total (-)</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>22</b>			<b>19</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>					<b>188</b>
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>79</b>	<b>12</b>	<b>69</b>	<b>44</b>	<b>31</b>		<b>19</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>86</b>	<b>86</b>	<b>100</b>				<b>642</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Análisis de resultados

Empleando el método de Lázaro Lagos para realizar la evaluación de los posibles impactos ambientales, que podrían resultar de las actividades turísticas propuestas para la granja MAG-Guaslán, se determinó que el valor total de los impactos fue de 642, siendo el valor de impactos positivos 454, mientras que el valor de impactos negativos es de 188.

#### 4.2.3.1. Plan de manejo

Para reducir mitigar los posibles impactos negativos de las actividades propuestas para la granja, se plantea el siguiente plan de manejo:

**Tabla 56-4:** Plan de manejo

Componente afectado	Actividades que hacen daño	Efecto	Medidas de mitigación	Requerimiento	Gasto
Aire	Cosecha de productos agrícolas	Contaminación del aire por la utilización de químicos en los cultivos donde se va a desarrollar las actividades turísticas.	Capacitación al personal de la granja sobre la reducción de fertilizantes químicos en cultivos agrícolas, optando por la utilización de fertilizantes más eficientes y amigables con el medio ambiente, a través de un proceso de transformación, seguimiento y acompañamiento para obtener productos más ecológicos.	Política Ambiental	\$1.200,00
Suelo	Camping	Alteración del suelo y contaminación con desechos sólidos.	Tratamiento de los desechos sólidos por parte de los encargados.	- Realizar un estudio de capacidad de carga para controlar el	\$1.000,00

	Cine al aire libre			manejo de visitas - Realizar programas de reforestación con plantas nativas. - Capacitación para correcto uso del suelo en la agricultura y ganadería.	
Agua	Hospedaje	Desperdicio de agua.	Charla preventiva por parte de los guías.	Realizar charlas preventivas de la importancia de cuidar el medio ambiente esencialmente del recurso agua, entre otros.	\$10,00
Flora y fauna	Caminata guiada	Destrucción de la flora y afectación de la fauna.	Construir senderos en los sitios establecidos para evitar afectar las especies tanto de flora como de fauna, al realizar las diferentes actividades.	Charlas de prevención antes de iniciar el recorrido	\$2.000,00
	Visita y compra de especies menores				
	Ciclismo				
<b>Total de gastos en requerimientos para el estudio ambiental</b>					<b>\$4.210,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

Las medidas de mitigación planteadas están enfocadas a proteger el aire, suelo, agua, flora y fauna de la granja, propuesta que estima una inversión necesaria de \$4.210,00.

#### **4.2.4. Estudio legal administrativo**

##### **4.2.4.1. Análisis legal**

- Constitución de la República del Ecuador 2008

En el art. 14 de la Constitución del Ecuador menciona que se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.

Derechos de la naturaleza.

Art. 71, menciona que La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Según la Constitución de la República Ecuador (2008: p.87) en el art. 276, menciona que el régimen de desarrollo tendrá como objetivos, construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable, también recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural, que, mejore la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

En el Capítulo sexto, con respecto a las formas de organización de la producción y su gestión en el art. 319 menciona:

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

De igual forma, en cuanto a los tipos de propiedad, en el art. 321 del mismo documento, menciona que, el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada,

comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

A demás en la sección segunda sobre Biodiversidad, específicamente en:

Art. 400, menciona que se declara de interés público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre.

Art. 401, se declara al Ecuador libre de cultivos y semillas transgénicas. El Estado regulará bajo estrictas normas de bioseguridad, el uso y el desarrollo de la biotecnología moderna y sus productos, así como su experimentación, uso y comercialización. Se prohíbe la aplicación de biotecnologías riesgosas o experimentales.

Art.403, El Estado no se comprometerá en convenios o acuerdos de cooperación que incluyan cláusulas que menoscaben la conservación y el manejo sustentable de la biodiversidad, la salud humana y los derechos colectivos y de la naturaleza.

- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018), integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

En el art. 4, las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios:

La búsqueda del buen vivir y del bien común; La prioridad del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; El comercio justo y consumo ético y responsable.

De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 9.- Personalidad Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley. La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones del sector asociativo, en el art. 18 menciona:

Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018)

De los Organismos de Integración y Entidades de Apoyo

Art. 127.- Entidades de apoyo.- Para efectos de la presente Ley, serán considerados como entidades de apoyo los Gobiernos Autónomos Descentralizados; y, las fundaciones y corporaciones civiles que tengan como objeto social principal la promoción, asesoramiento, capacitación y asistencia técnica a las personas y organizaciones amparadas por la presente Ley. Las fundaciones y corporaciones civiles, que tengan como objeto principal el otorgamiento de créditos se sujetará en cuanto al ejercicio de esta actividad a la regulación y control establecidos en esta Ley incluyendo la de prevención de lavado de activos.

- Ley de Turismo

Aportar en la definición del turismo y los objetivos de la política estatal del sector turístico:

En el art. 2 de la Ley de Turismo (2008) define 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.

Art.4. Hay que 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; Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

La política estatal con relación al sector turístico emite que se deben cumplir ciertos objetivos importantes, presentados en el siguiente artículo:

Art.4. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; Fomentar e incentivar el turismo interno. (Ley de Turismo, 2008)

De las actividades turísticas y de quienes la ejercen:

En el art. 5 se consideran actividades turísticas desarrolladas por personas naturales o jurídicas que presten servicios de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, la de intermediación, organizadoras de eventos, entre otros. (Ley de Turismo, 2008)

- Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario

El reglamento tiene como objetivo establecer los procedimientos de aplicación de la aplicación de la LOEPS.

Para constituir una de las organizaciones se debe realizar una asamblea con las personas interesadas, quienes manifiesten conformar parte de la directiva.

En el art. 2, de conformidad a lo señalado en la LOEPS y Estatuto de la organización a constituirse, considerando lo siguiente:

En Asociaciones: administrador, presidente, secretario, junta directiva, junta de vigilancia. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Requisitos de las asociaciones

En el art. 6, menciona los requisitos de las asociaciones, para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia los siguientes documentos:

1. Reserva de denominación;
2. Acta Constitutiva suscrita por los asociados fundadores;
3. Copia de cédula de los directivos;
4. Estatuto social; y,
5. Certificado de depósito del aporte al capital social inicial. El número mínimo de asociados y el monto de aporte al capital social inicial serán fijados por el Ministerio encargado de la inclusión económica y social. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Estructura Interna de las Organizaciones del Sector Asociativo

Art. 18, el órgano de gobierno de las asociaciones EPS estará integrado por todos los asociados, quienes se reunirán ordinariamente una vez al año. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Art. 21, el control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22, el Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS. Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS. Deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales, además está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Además, en el art.132 del Reglamento General de la LOEPS con respecto al cofinanciamiento, menciona que:

El Instituto, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, el Ministerio de Industrias y Productividad y otras entidades del Ejecutivo que, en el marco de sus competencias, concedan apoyo financiero con fines productivos, incorporarán anualmente en sus presupuestos, recursos destinados para el cofinanciamiento de proyectos productivos y desarrollo e implementación del subsidio al seguro agrícola, ganadero, pesquero y acuícola de las organizaciones de la economía solidaria, dictadas por el Comité Interinstitucional y el Plan Nacional de Desarrollo.

#### *4.2.4.2. Definición del tipo de empresa*

El producto para la Granja MAG-Guaslán se fundamentó en el análisis de la Constitución de la República del Ecuador 2008, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero y Solidario, Ley de Turismo y el Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular Y Solidario.

Por lo tanto, se recomienda que se constituya a partir de la Ley Orgánica Popular y Solidaria, dado que los agricultores, artesanos o prestadores de servicios conforman las organizaciones económicas, de similar o de naturaleza complementaria, agrupando sus recursos y factores de índole individual e insuficiente para ciertas actividades o servicios, con el objetivo de producir, comercializar y distribuir entre sus asociados los beneficios económicos obtenidos, por ejemplo, las microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras. Concluyendo, se pudo identificar que las asociaciones están en la capacidad de operar el producto agroturístico con respecto a los artículos antes mencionados, permitiendo que desarrollen actividades agroturísticas.

- Requisitos para formar la organización asociativa

**Tabla 57-4:** Requisitos para formar la organización asociativa

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Reserva de denominación	1	Unidad	\$100,00	\$100,00
Acta constitutiva suscrita por los asociados fundadores	1	Unidad	\$50,00	\$50,00
Copia de cedula de los directivos	1	Unidad	\$100,00	\$100,00
Estatuto social	1	Unidad	\$400,00	\$400,00
Certificado de depósito del aporte capital social inicial	1	Unidad	\$450,00	\$450,00
Inscripción de los nombramientos de la directiva	1	Unidad	\$60,00	\$60,00
Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la asociación	1	Unidad	\$200,00	\$200,00
<b>Total</b>				<b>\$1.360,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Requisitos para el funcionamiento

**Tabla 58-4:** Requisitos para el funcionamiento

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Reserva de denominación.	1	Nombramiento	\$100,00	\$100,00
Formulario de constitución.	1	Formulario	\$1,00	\$1,00
Certificado de depósito del aporte de fondo social inicial.	1	Certificado /copia	\$1,00	\$1,00
Copia simple del acuerdo ministerial	1	Copia	\$15,00	\$15,00
<b>Total</b>				<b>\$117,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.4.3. Requerimientos para el área administrativa

- Talento humano

**Tabla 59-4:** Talento humano para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual	Gasto anual
Administrador	1	\$400,00	\$4.800,00

Contador	1	--	\$2.500,00
Abogado	1	--	\$3.000,00
<b>Total</b>			<b>\$10.300,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Activos fijos

**Tabla 60-4:** Activos fijos para el área administrativa.

<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Silla giratoria (ergonomía)	1	Silla	\$70,00	\$70,00
Conjunto de sillones	1	Mueble	\$370,00	\$370,00
Escritorio	1	Escritorio	\$150,00	\$150,00
Archivadores aéreos	2	Archivador	\$70,00	\$140,00
Sillas	2	Sillas	\$50,00	\$100,00
Cuadros decorativos	2	Cuadros	\$20,00	\$40,00
Maseteros	3	Masetas	\$5,00	\$15,00
Basureros ecológicos	1	Basureros	\$45,00	\$45,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$930,00</b>
<b>Materiales y equipos</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Teléfono fijo	1	Teléfono	\$50,00	\$50,00
Grapadora	1	Grapadora	\$5,00	\$5,00
Perforadora	1	Perforadora	\$5,00	\$5,00
Calculadora	1	Calculadora	\$45,00	\$45,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$105,00</b>
<b>Equipos de computo</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Computadora de escritorio	1	Computadora	\$750,00	\$750,00
Impresora	1	Impresora	\$300,00	\$300,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 1.050,00</b>
<b>Total inversión de activos fijos</b>				<b>\$2.085,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Activos diferidos

**Tabla 61-4:** Activos diferidos para el área administrativa

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Inversión</b>
Estudio legal administrativo	1	\$2.300,00	\$2.300,00
Estudio de factibilidad	1	\$2.500,00	\$2.500,00

Capacitación para el personal administrativo e inducción al personal de la empresa.	1	\$600,00	\$600,00
Propiedad Intelectual	1	\$400,00	\$400,00
Gastos para la constitución de la organización	1	\$1.360,00	\$1.360,00
Gastos para el funcionamiento	1	\$117,00	\$117,00
<b>Total</b>			<b>\$7.277,00</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

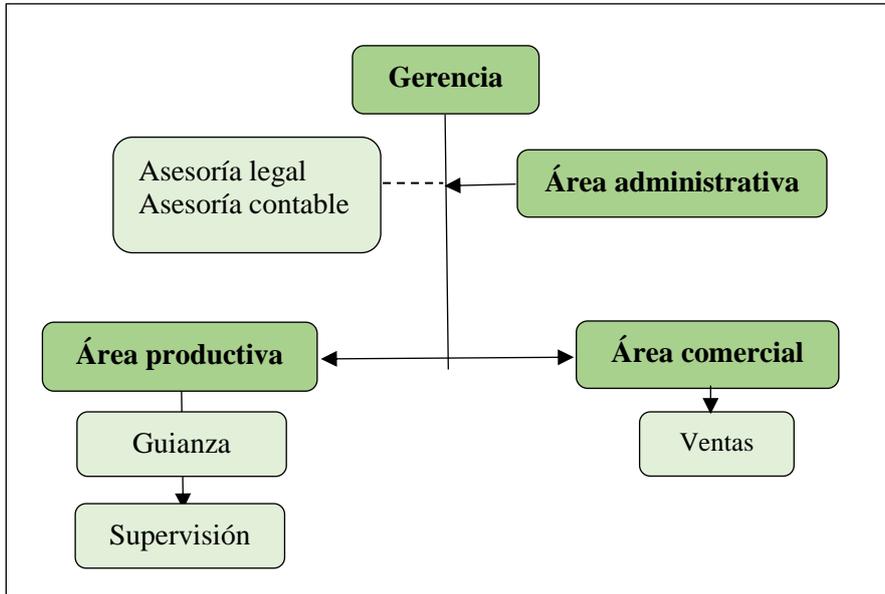
- Materiales e Insumos

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costos
<b>Materiales de oficina</b>			
Carpetas colgantes	50	\$0,46	\$23,81
Archivadores de palanca	12	\$3,50	\$42,00
Cajetín de separadores	1	\$7,20	\$7,20
Ricoh Gc41 amarillo cartucho de gel original	2	\$38,05	\$76,10
Ricoh Gc41 azul cartucho de gel original	2	\$38,05	\$76,10
Ricoh Gc41 Magenta cartucho de gel original	1	\$38,05	\$38,05
Ricoh Gc41 negro cartucho de gel original	2	\$40,92	\$81,84
Cajas de clips	2	\$0,50	\$1,00
Clips de notas	2	\$0,88	\$1,76
Porta clips	1	\$1,76	\$1,76
Caja de resmas de papel bon A4	1	\$28,90	\$28,90
Bolígrafos	6	\$0,40	\$2,40
Lápices	4	\$0,35	\$1,40
Resaltador de papel	4	\$0,75	\$3,00
Borrador	1	\$4,84	\$4,84
Grapas	2	\$3,00	\$6,00
Cinta adhesiva transparente 12 unidades	1	\$2,75	\$2,75
<b>Subtotal</b>			<b>\$372,35</b>
<b>Materiales de limpieza</b>	1	\$300,00	<b>\$300,00</b>
<b>Servicios básicos</b>	12	\$100,00	<b>\$1.200,00</b>
<b>Mantenimiento de equipos</b>	3	\$40,00	<b>\$120,00</b>
<b>Combustible</b>	3	\$300,00	<b>\$900,00</b>
<b>Total</b>			<b>\$2.892,35</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.4.4. Estructura organizativa del proyecto

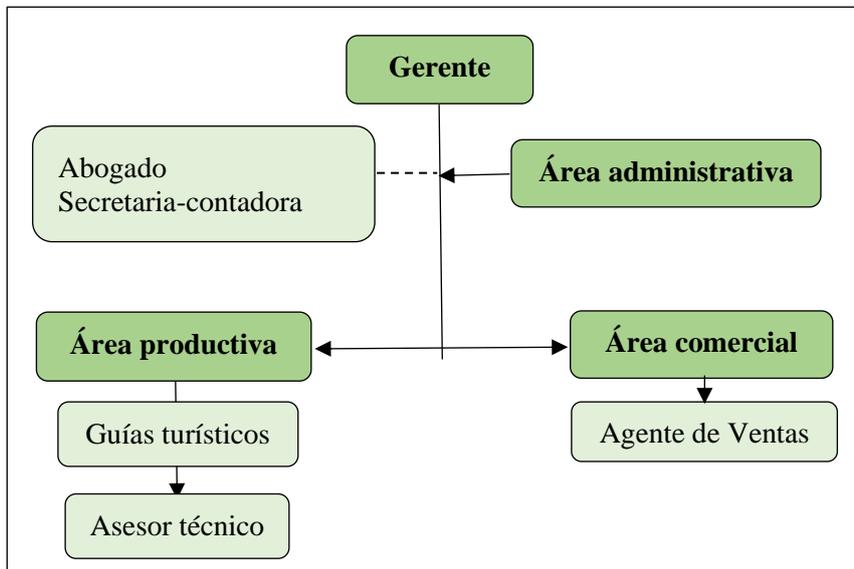
- Organización estructural



**Figura 16-4:** Organización estructural

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Organización funcional



**Figura 17-4:** Organización funcional

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

4.2.4.5. Manual de cargos y responsabilidades

**Tabla 62-4:** Manual de cargos y responsabilidades

Cargo	Funciones	Requisitos para el cargo
<b>Administrador</b>	Planeación-Organización-Dirección-Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Universidad aprobada – Buena presentación - Facilidad de expresión verbal - Habilidad para relacionarse.</li> <li>- Título profesional de tercer nivel, título de posgrado en la modalidad, especializado en Ecoturismo-Turismo-Administración o afines</li> <li>- Tener un año mínimo de experiencia laboral como administrador, gerente.</li> <li>- Idioma (inglés)</li> <li>- Capacidad de Liderazgo</li> </ul>
<b>Abogado</b>	Asesorar a la empresa en todos los Procesos legales de manera oportuna, profesional y adecuada cuando la empresa lo necesite.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título profesional posgrado de legislación turística.</li> <li>- Debe tener experiencia 5 años como asesor en empresas turísticas.</li> </ul>
<b>Secretaria/contador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentar: actualización constante de la documentación de la empresa.</li> <li>- Manejar: La agenda del gerente, documentación y la contabilidad</li> <li>- Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.</li> <li>- Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios).</li> <li>- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras. comerciales y de los destinos vendidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de ingeniero en Contabilidad y Auditoría.</li> <li>- Debe de tener licencia CPA, con un año de experiencia.</li> <li>- Experiencia en administración y auditoria.</li> <li>- Habilidades de organización y cualidades de comunicación.</li> <li>- Manejo adecuado de sistemas tecnológicos.</li> </ul>
<b>Guías turísticos</b>	El guía turístico debe estar capacitado para aportar insumos para la organización de un circuito, itinerario y/o visita a lugares del patrimonio turístico, así como reprogramar un servicio ante situaciones emergentes, reconociendo los intereses de los visitantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años de experiencia en guianza.</li> <li>- Ing. Ecoturismo o guía de turismo locales.</li> <li>- Manejo adecuado de grupos.</li> <li>- Conocimiento sobre fauna y flora</li> <li>- Capacidad comunicativa, es decir con un lenguaje claro y profesional</li> </ul>

	Promocionar productos, servicios, recursos naturales, culturales y eventos, que mejoren la experiencia de viaje, reconociendo sus intereses y motivando la permanencia en el destino.	
<b>Asesor agrícola</b>	Implementar cambios notorios en la empresa que trabaja, analizando los puntos críticos y en coordinación con la gerencia hacer esos cambios según las prioridades.  Brindar asesoramiento técnico y estratégico al generar un diagnóstico y una propuesta sobre las condiciones de espacio, manejo y organización en torno a la producción y aprovechamiento de sistemas agrícolas que estén mejor adaptadas en zonas tropicales y adecuadas a las condiciones biofísicas y sociales de la granja.	Experiencia y conocimiento en la implementación de mejores prácticas agropecuarias.  Experiencia y conocimiento en la elaboración de cadenas de valor relacionados a la estrategia para generar.  Experiencia en trabajos relacionados al asesoramiento en procesos de desarrollo de capacidades, desarrollo organizacional, y en el asesoramiento sistémico, estratégico y técnico.
<b>Agente de ventas</b>	- Atender a los clientes que deseen adquirir uno de los tours diseñados por la empresa.  - Brindar todo tipo de información que solicite el cliente.  - Promocionar los paquetes y productos agrícolas que la granja ofrece.	- Un año de experiencia  - Ingeniería Comercial, Ing. Administración de empresas, Gestión empresarial o carreras afines

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.5. Estudio económico financiero

##### 4.2.5.1. Evaluación económica

- Inversiones

**Tabla 63-4:** Inversiones

Denominación	Inversiones
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 329.935,00</b>
Terreno	\$ 115.000,00
Construcción y edificación	\$ 186.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 10.255,00

Equipo de computo	\$ 15.360,00
Muebles y enseres	\$ 3.320,00
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 19.191,00</b>
Estudios	\$ 9.100,00
Capacitaciones	\$ 3.900,00
Propiedad intelectual	\$ 1.300,00
Promoción y publicidad	\$ 3.370,00
Gastos constitución de la empresa	\$ 1.360,00
Gastos financieros	\$ 117,00
Permisos de funcionamiento	\$ 44,00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 106.504,35</b>
Mano de obra directa (3 meses)	\$ 9.600,00
Mano de obra indirecta (3 meses)	\$ 4.800,00
Sueldos y salarios (3 meses)	\$ 10.300,00
Materiales e insumos (3 meses)	\$ 76.804,35
Contingencias	\$ 5.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 455.630,35</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Fuentes de financiamiento

**Tabla 64-4:** Fuentes de financiamiento

Denominación	Inversiones	Fuentes	
		Propias	Préstamo
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 329.935,00</b>	<b>\$ 60.960,00</b>	<b>\$ 199.575,00</b>
Terreno	\$ 115.000,00	\$ 45.600,00	
Construcción y edificación	\$ 186.000,00		\$ 186.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 10.255,00		\$ 10.255,00
Equipo de computo	\$ 15.360,00	\$ 15.360,00	
Muebles y enseres	\$ 3.320,00		\$ 3.320,00
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 19.191,00</b>	<b>\$ 20.191,00</b>	
Estudios	\$ 9.100,00	\$ 9.100,00	
Capacitaciones	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	
Propiedad intelectual	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	
Promoción y publicidad	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00	
Proceso de selección	\$ 1.000	\$ 1.000	
Gastos constitución de la empresa	\$ 1.360,00	\$ 1.360	
Gastos financieros	\$ 117,00	\$ 117	
Permisos de funcionamiento	\$ 44,00	\$ 44	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 106.504,35</b>	<b>\$ 19.400,00</b>	<b>\$ 87.104,35</b>
Mano de obra directa	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	
Mano de obra indirecta	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	
Sueldos y salarios	\$ 10.300,00		\$ 10.300,00
Materiales e insumos	\$ 76.804,35		\$ 76.804,35
Contingencias	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 455.630,35</b>	<b>\$ 100.551,00</b>	<b>\$ 286.679,35</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Pago de la deuda

**Tabla 65-4:** Pago de la deuda

Año	Préstamo	Pago capital	Saldo capital	Interés	Pago anual
1	\$ 286.679,35	\$57.335,87	\$229.343,48	\$ 30.101,33	\$87.437,20
2	\$229.343,48	\$57.335,87	\$172.007,61	\$ 24.081,07	\$81.416,94
3	\$172.007,61	\$57.335,87	\$114.671,74	\$ 18.060,80	\$75.396,67
4	\$114.671,74	\$57.335,87	\$57.335,87	\$ 12.040,53	\$69.376,40
5	\$57.335,87	\$57.335,87	\$-	\$ 6.020,27	\$63.356,14
<b>Total</b>				\$ 90.304,00	\$376.983,35

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Depreciación de activos fijos

**Tabla 66-4:** Depreciación de activos fijos

Activos fijos	Valor del activo	Depreciación por ley	Depreciación anual	Duración del proyecto	Depreciación en el proyecto	Valor de salvamento
Construcción y edificación	\$186.000,00	20	\$9.300,00	5	\$46.500,00	\$139.500,00
Maquinaria y equipo	\$10.255,00	10	\$1.025,50	5	\$5.127,50	\$5.127,50
Equipo de computo	\$15.360,00	3	\$5.120,00	5	\$25.600,00	\$0,00
Muebles y enseres	\$3.320,00	10	\$332,00	5	\$1.660,00	\$1.660,00
<b>Total</b>	<b>\$214.935,00</b>	<b>43</b>	<b>\$15.777,50</b>		<b>\$78.887,50</b>	<b>\$146.287,50</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Amortización de activos diferidos

**Tabla 67-4:** Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	Valor del bien	Año				
		2021	2022	2023	2024	2025
Estudios	\$ 9.100,00	\$ 1.820,00	\$ 1.820,00	\$ 1.820,00	\$ 1.820,00	\$ 1.820,00
Capacitaciones	\$ 3.900,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
Propiedad intelectual	\$ 1.300,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Promoción y publicidad(antes)	\$ 3.370,00	\$ 674,00	\$ 674,00	\$ 674,00	\$ 674,00	\$ 674,00
Proceso de selección	\$ 1.360,00	\$ 272,00	\$ 272,00	\$ 272,00	\$ 272,00	\$ 272,00
Gastos constitución de la empresa	\$ 117,00	\$ 23,40	\$ 23,40	\$ 23,40	\$ 23,40	\$ 23,40
Gastos financieros (antes)	\$ 44,00	\$ 8,80	\$ 8,80	\$ 8,80	\$ 8,80	\$ 8,80
Permisos de funcionamiento	\$ 106.504,35	\$ 21.300,87	\$ 21.300,87	\$ 21.300,87	\$ 21.300,87	\$ 21.300,87
<b>Total</b>	<b>\$ 125.694,35</b>	<b>\$ 25.139,07</b>				

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Presupuesto de egresos

**Tabla 68-4:** Presupuesto de egresos

Denominación	Año				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Costo de producción (Área productiva)</b>	<b>\$ 87.906,00</b>	<b>\$ 88.785,06</b>	<b>\$ 89.672,91</b>	<b>\$ 90.569,64</b>	<b>\$ 91.475,34</b>
Mano de obra directa	\$ 9.600,00	\$ 9.696,00	\$ 9.792,96	\$ 9.890,89	\$ 9.989,80
Mano de obra indirecta	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.994,90
Materiales e insumos	\$ 73.506,00	\$ 74.241,06	\$ 74.983,47	\$ 75.733,31	\$ 76.490,64
<b>Gastos en ventas (Área comercial)</b>	<b>\$ 5.456,00</b>	<b>\$ 5.510,56</b>	<b>\$ 5.565,67</b>	<b>\$ 5.621,32</b>	<b>\$ 5.677,54</b>
Sueldos y salarios	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.994,90
Materiales e insumos	\$ 406,00	\$ 410,06	\$ 414,16	\$ 418,30	\$ 422,49
Publicidad (durante el funcionamiento)	\$ 250,00	\$ 252,50	\$ 255,03	\$ 257,58	\$ 260,15
<b>Gastos administrativos (Área administrativa)</b>	<b>\$ 160.787,85</b>	<b>\$ 45.837,85</b>	<b>\$ 164.019,69</b>	<b>\$ 165.659,88</b>	<b>\$ 167.316,48</b>
Sueldos y salarios	\$ 10.300,00	\$ 10.403,00	\$ 10.507,03	\$ 10.612,10	\$ 10.718,22
Materiales e insumos	\$ 2.892,35	\$ 2.921,27	\$ 2.950,49	\$ 2.979,99	\$ 3.009,79
Depreciaciones	\$ 146.287,50	\$ 31.192,50	\$ 149.227,88	\$ 150.720,16	\$ 152.227,36
Agua	\$ 384,00	\$ 387,84	\$ 391,72	\$ 395,64	\$ 399,59
Energía eléctrica para el área comercial y administrativa	\$ 540,00	\$ 545,40	\$ 550,85	\$ 556,36	\$ 561,93
Telefonía fija e internet	\$ 384,00	\$ 387,84	\$ 391,72	\$ 395,64	\$ 399,59
<b>Gastos financieros</b>	<b>\$ 3.956,11</b>	<b>\$ 2.967,09</b>	<b>\$ 1.978,06</b>	<b>\$ 989,03</b>	<b>\$ 0,00</b>
Intereses durante el funcionamiento	\$ 3.956,11	\$ 2.967,09	\$ 1.978,06	\$ 989,03	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 258.105,96</b>	<b>\$ 143.100,56</b>	<b>\$ 261.236,32</b>	<b>\$ 262.839,87</b>	<b>\$ 264.469,35</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Presupuesto de ingresos

**Tabla 69-4:** Presupuesto de ingresos

Año	2021	2022	2023	2024	2025	Total
Clientes	7.371	7.475	7.579	7.685	7.793	37.903
Promedio del costo de paquetes	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	
<b>Total</b>	<b>\$ 448.377,93</b>	<b>\$ 454.704,25</b>	<b>\$ 461.030,57</b>	<b>\$ 467.478,55</b>	<b>\$ 474.048,19</b>	<b>\$ 2.305.639,49</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Estado de resultados

**Tabla 70-4:** Estado de resultados

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025
(+) Ventas (Ingresos)	\$ 448.377,93	\$ 454.704,25	\$ 461.030,57	\$ 467.478,55	\$ 474.048,19
(-) costos de producción (presupuesto de egresos)	\$ 87.906,00	\$ 88.785,06	\$ 89.672,91	\$ 90.569,64	\$ 91.475,34
<b>= Utilidad bruta</b>	<b>\$ 360.471,93</b>	<b>\$ 365.919,19</b>	<b>\$ 371.357,66</b>	<b>\$ 376.908,91</b>	<b>\$ 382.572,85</b>
(-) Gastos administrativos (presupuesto de egresos)	\$ 160.787,85	\$ 45.837,85	\$ 164.019,69	\$ 165.659,88	\$ 167.316,48
(-) Gastos en ventas (presupuesto de egresos)	\$ 5.456,00	\$ 5.510,56	\$ 5.565,67	\$ 5.621,32	\$ 5.677,54
<b>= Utilidad operativa</b>	<b>\$ 194.228,08</b>	<b>\$ 314.570,78</b>	<b>\$ 201.772,31</b>	<b>\$ 205.627,71</b>	<b>\$ 209.578,84</b>
(-) Gastos financieros (presupuesto de egresos)	\$ 3.956,11	\$ 2.967,09	\$ 1.978,06	\$ 989,03	\$ 0,00
<b>=Utilidad antes de repartición de utilidades y pago de impuestos</b>	<b>\$ 190.271,97</b>	<b>\$ 311.603,69</b>	<b>\$ 199.794,25</b>	<b>\$ 204.638,68</b>	<b>\$ 209.578,84</b>
(-) repartición de utilidades (15%)	\$ 28.540,80	\$ 46.740,55	\$ 29.969,14	\$ 30.695,80	\$ 31.436,83
<b>= Utilidad antes del pago de impuestos</b>	<b>\$ 161.731,17</b>	<b>\$ 264.863,13</b>	<b>\$ 169.825,11</b>	<b>\$ 173.942,87</b>	<b>\$ 178.142,01</b>
(-) pago de impuestos (22%)	\$ 35.580,86	\$ 58.269,89	\$ 37.361,52	\$ 38.267,43	\$ 39.191,24
<b>= Utilidad neta</b>	<b>\$ 126.150,32</b>	<b>\$ 206.593,24</b>	<b>\$ 132.463,59</b>	<b>\$ 135.675,44</b>	<b>\$ 138.950,77</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

- Flujo de caja

**Tabla 71-4:** Flujo de caja

Cálculo del Valor Actual Neto						
Denominación	2020	2021	2022	2023	2024	2025
(+) utilidad neta (estado de resultados)	0,00	\$ 126.150,32	\$ 206.593,24	\$ 132.463,59	\$ 135.675,44	\$ 138.950,77
(+) valor de salvamento (depreciaciones)	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 146.287,50
(+) capital de trabajo (inversiones)	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 106.504,35
(+) depreciaciones (depreciaciones)	0	\$ 15.777,50	\$ 15.777,50	\$ 15.777,50	\$ 15.777,50	\$ 15.777,50
(+) Terreno (inversiones)	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 115.000,00
(-) inversiones (total de inversiones)	-455630,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= Flujo de caja</b>	<b>-455630,35</b>	<b>\$ 141.927,82</b>	<b>\$ 222.370,74</b>	<b>\$ 148.241,09</b>	<b>\$ 151.452,94</b>	<b>\$ 522.520,12</b>
Factor de actualización	1	\$ 0,94	\$ 0,88	\$ 0,82	\$ 0,77	\$ 0,72
Flujo de caja actualizado	-455630,35	\$ 132.829,03	\$ 194.772,93	\$ 121.519,23	\$ 116.192,90	\$ 375.171,97
<b>Total</b>			<b>\$ 327.601,96</b>	<b>\$ 449.121,19</b>	<b>\$ 565.314,09</b>	<b>\$ 940.486,06</b>

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

#### 4.2.5.2. Evaluación financiera

**Tabla 72-4:** Evaluación financiera

<b>VAN</b>	\$484.855,71	<b>Análisis</b>	El valor actual neto es de \$484.855,71, una relación beneficio-coste de \$2,06, una TIR del 34% y además un periodo de recuperación del capital entre el 3er y 4to año.
<b>RBC</b>	2,06414270		
<b>TIR</b>	34%		
<b>PRC</b>	entre el 3er y 4to año		

Realizado por: Grefa Parra, Diana, 2022.

## CONCLUSIONES

- Los datos obtenidos en cuanto a la demanda del estudio de mercado dirigida a turistas nacionales reflejan que el 19% de las personas encuestadas tienen interés por cosechar y comprar productos agrícolas, el 17% prefiere realizar pesca deportiva, a su vez el 14% desearía visitar y comprar especies menores (conejos, cuyes), 13% de las personas mostraron un gran interés por realizar camping al ser una modalidad de acampar novedosa, actividades como cabalgata y caminata guiada presentaron un interés para ser experimentadas en el 11% y 8% respectivamente, así también contar con una actividad como disfrutar del cine al aire libre mostró 7% de acogida, el ciclismo tiene una demanda de 6% y los juegos tradicionales despertaron una inclinación del 5%, estos resultados dan contraste en relación con hosterías de la provincia de Chimborazo que ofrecen actividades similares.
- El producto agroturístico muestra una aceptación en el mercado, cuyos datos evidencian un 99% de interés en visitar la granja MAG-Guaslán para realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación. Se determinó que la granja cuenta con instalaciones y espacios para acoger a un 5% (7.371) de turistas nacionales al año, porcentaje calculado de la demanda insatisfecha.
- El diseño del producto agroturístico permitió establecer tres paquetes denominados MAG-Express “Compartiendo lo nuestro”, Pedacito de granja “Soñamos juntos” y Yupaychani-Guaslán “Todo mejora”, considerando las actividades, servicios y potencialidad de la granja, para la creación de los mismos. Lo referente a la publicidad será difundido por medio de redes sociales tales como Facebook, Instagram, a la vez por medios de comunicación radial y televisión, y por medios publicitarios impresos.
- El diseño del producto agroturístico debe constituirse bajo la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y también por el Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario como una organización de sector asociativo, la cual estará conformada por los productores agrícolas y agropecuario de la Granja agroturística MAG-Guaslán.
- La actividad agroturística genera un impacto ambiental positivo, pues el producto ofrecido a los turistas es agroecológico y motiva a los agricultores a cambiar sus sistemas de producción lo que contribuirá no solo al beneficio de la granja sino también a la

dinamización de la economía local de la parroquia, y en especial de los agricultores. Los impactos negativos son mínimos y serán contrarrestados con el plan de mitigación ambiental.

- Para la ejecución de la propuesta del diseño del producto agroturístico destinado a la Granja Agroturística MAG-Guaslán, se cuenta con un VAN \$484.855,71, una TIR del 34%, una RBC del \$2,06 que manifiesta o indica que por cada dólar invertido se ganará \$1,06, y un periodo de recuperación del capital entre el tercer y cuarto año, indicadores que determinan la rentabilidad y por lo tanto viabilidad financiera de la propuesta.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda administrar la granja con visión y enfoque turístico de tal manera que la producción agrícola se dinamice, potencialice y a su vez reactive la economía aprovechando los espacios, infraestructura, actividades y servicios existentes, así como la implementación de nuevos.
- El trabajo publicitario y de difusión debe estar orientado a captar personas que cumplan con el perfil detallado en el estudio, con el uso de redes sociales y demás estrategias de promoción que se enfoquen en un turismo amigable con el medio ambiente.
- Gestionar los permisos necesarios para la conformación de la organización asociativa, rigiéndose en las leyes y reglamentos pertinentes, que permitan viabilizar el trabajo interdisciplinario a la hora de brindar las actividades turísticas, agrarias y recreación y servicios de la granja. Y que además se facilite el acceso a fuentes de financiamiento.
- Se recomienda tomar en cuenta las medidas de mitigación propuestas como estrategias que ayuden a disminuir los impactos negativos que generará la reactivación del turismo en la granja.
- El producto agroturístico cuenta con la suficiente aceptación en el mercado, lo cual hace que sea viable comercialmente, por lo tanto, se recomienda a las asociaciones que constituyen parte fundamental de la granja, la aplicación y ejecución del presente proyecto, ya que aportará oportunidades de empleo, difusión del territorio y de las potencialidades que posee.

## **GLOSARIO**

**OMT:** Organización Mundial del Turismo.

**PIB:** Producto Interno Bruto.

**MINTUR:** Ministerio de Turismo.

**COVID FREE:** Tipo de certificación que garantiza sanitización del área turística.

**GADMR:** Gobierno Autónomo Municipal Riobamba.

**MAGAP:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno.

**VAN:** Valor Actual Neto.

**RCB:** Relación Beneficio Costo.

**PAY BACK:** Periodo de recuperación.

**RPFCH:** Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo.

**LOEPS:** Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

**SEPS:** Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.

**RUC:** Registro Único de Contribuyentes.

**LUAF:** Licencia Única de Funcionamiento.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**ANDRADE RÍOS, M.A; & ULLAURI DONOSO, N.** "Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador". *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 13, no. 5, (2015). pp. 1199-1212. ISSN 1695-7121. Disponible en: DOI 10.25145/j.pasos.2015.13.081.

**ANTÚNEZ SÁNCHEZ, A.** "La inspección ambiental, la evaluación de impacto ambiental, la autorización ambiental y la auditoría ambiental". *Temas Socio-Jurídicos*, vol. 36, no. 72, (2017). pp. 157-196. ISSN 0120-8578. Disponible en: DOI 10.29375/01208578.2756.

**ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR.** "Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario". *Registro Oficial 444 de 10 -mayo-2011* [en línea], vol. Reformado, no. 7, pp. 65, (2018). Disponible en: <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

**ASQUI, L.T.** Diseño e implementación de una granja integral modelo autosuficiente en el centro de capacitación de la Cruz Roja de Chimborazo (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería Agrónoma. Riobamba-Ecuador. 2010. pp. 1-77 S.l.: s.n. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/660>.

**CALDERÓN, M.** Evaluación de tres metodologías de identificación-evaluación y tres metodologías de monitoreo de impactos ambientales provocados por la actividad turística, estudio de caso en la reserva de producción de fauna Chimborazo (Trabajo de titulación). (Maestría) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Instituto de Postgrado y Educación Continua. Riobamba-Ecuador. 2016. p. 1-96. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4611/1/20T00688.pdf>.

**CÁRDENAS, R.** Diseño de un producto agroturístico en la hacienda San Antonio, parroquia Uyumbicho, cantón Mejía (Trabajo de titulación). (Tecnólogo en Guía Nacional de Turismo) Tecnológico Internacional. (D. M. Quito-Ecuador). 2019. pp. 1-102.

**CERIBELI, J.P; & MIQUELITO, S.** "La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los

criterios de comportamiento". *Revista Científica «Visión de Futuro»*, vol. 19, no. 1 (2015), (Argentina) p. 33-50.

**CHUQUIGUANGA, N.** Estructuración del organigrama, elaboración del manual de funciones y manual de políticas internas para la Empresa Diserval para la ciudad de Cuenca en el periodo 2014 - 2015 [En línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Universidad Politécnica Salesiana, Carrera Psicología Del Trabajo. (Cuenca-Ecuador). 2015. pp. 1-226. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7760/1/UPS-CT004613.pdf>

**CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.** Registro Oficial 449 de 20 de Octubre de 2008. pp. 1-132. Disponible en: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

**DAVILA, S.** *Contabilidad Financiera: Gastos e Ingresos* [en línea]. Junta de Andalucía. 2017, p. 1-32. Disponible en: [http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material\\_didactico/especialidades/materialdidactico\\_econtabilidad\\_financiera/modulos/Modulo6.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_econtabilidad_financiera/modulos/Modulo6.pdf).

**DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TURISMO DEL GADM RIOBAMBA.** Boletín, demanda turística, enero-diciembre, 2019. Disponible en: <https://twitter.com/riobamba/status/1108860949811863554?s=08>

**FIGUEROA GONZÁLES, L.F.; CAVAZOS ARROYO, J.; & MORENO, Y.M.** "Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables". *El Periplo Sustentable*, vol. 28 (2015), (México) pp. 115-139. ISSN: 1870-9036. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193435584005>

**GONZÁLES, M.; BLANCO, M.; ARAUJO, N.; & ESCARRAMÁN, A.** "Diseño y operación de productos agroturísticos". S.l.: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) [en línea], 2019, (Santo Domingo, República Dominicana) pp. 1-69. ISBN 978-92-9248-869-7. Disponible en: <http://www.iica.int>.

**GONZÁLEZ, A.; ITURRALDE, M.; ITURRALDE, M.; MORALES, J; & MORALES, J.** "El Agroturismo Una Alternativa Para Dinamizar La Agroindustria Rural". *Revista De Investigación Sigma* [en línea], 2018 (Latacunga-Ecuador) vol. 3, (no. 1), pp. 1-11. ISSN 1390-8871. Disponible en: DOI 10.24133/sigma.v3i1.910.

**LEÓN, Lady.; & JIMÉNEZ, B.** *Manual de Funciones Laborales* [en línea], Primera Edición. Machala-Ecuador: UTMACH, 2016. ISBN 9789978316825. Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6916>

**LEY DE TURISMO.** *Ley de Turismo*, Ministerio de Turismo, pp. 1-12. (2008).

**MENDOZA, Y.; LÓPEZ, E.; & DEL C. LLORET FEIJÓ, M.M.** “Concepciones generales acerca del turismo y su relación con el desarrollo local en Cuba”. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* [en línea], 2020, (Cuba), pp. 1-15. ISSN: 2254-7630. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/01/turismo-desarrollo-cuba.html>.

**MESA, J.** *Evaluación financiera de proyectos* [en línea], 4ta Edición. ECOE Ediciones, 2005, pp. 6-28. Disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=3213506>.

**METE, M.R.** “Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión”. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, vol. 7, no. 7 (marzo 2014), (Bolivia) pp. 67-85. ISSN 2071-081X. Disponible en: [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf)

**NACIONES UNIDAS.** “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”. *Asamblea General* [en línea], (septiembre 2015) , vol. 16301, pp. 1-40. Disponible en: [https://www.senado.gob.mx/comisiones/fomento\\_economico/eventos/docs/resolucion\\_080916.pdf](https://www.senado.gob.mx/comisiones/fomento_economico/eventos/docs/resolucion_080916.pdf)

**NOBOA, P.** *Texto básico de gestión del patrimonio cultural e inmaterial*. Riobamba, 2018.

**NOGUEIRA, D.; MEDINA, A.; HERNÁNDEZ NARIÑO, A.; COMAS, R.; & MEDINA, D.** “Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación”. *Ingeniería Industrial*, vol. 38, no. 1 (2017), (Cuba) pp. 106-115. ISSN 1815-5936.

**OMT.** “Recomendaciones sobre estadísticas de turismo”. (*Rev-1.0*) [en línea], (2000), (Nueva York) pp. 1-100. Disponible en: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>.

**OMT.** “El turismo internacional cae un 70% mientras las restricciones de viaje afectan a todas las regiones”. *UNWTO: Comunicado de prensa* [en línea], (2020a), (Madrid-España) pp. 1-2.

Disponible en: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-10/201027-barometer-es.pdf>.

**OMT.** “Informe de políticas : La COVID-19 y la transformación del turismo”. *Barómetro del turismo mundial* [en línea], (2020b), vol. 18, pp. 1-30. Disponible en: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp.2>.

**PADILLA, A.** Diseño de un circuito de agroturismo para la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago [en línea] (Trabajo de titulación). (Grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería de Ecoturismo. (Riobamba-Chimborazo). 2018. pp. 1-112.

**PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE PUNÍN.** 2015, pp. 1-252. Disponible en: <https://es.slideshare.net/RichardChela/pdot-punin-2015-65838334>

**RIVERA, J.; & PASTOR RUÍZ, R.** “¿ Hacia Un Turismo Más Sostenible Tras El Covid-19 ? Towards a More Sustainable Tourism After Covid-19 ? Perception of Spanish Travel Agencies”. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* [en línea], enero-junio 2020, n° 21, (Murcia) pp. 206-229. ISSN: 2172-8690. Disponible en: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/96821/1/Hacia%20un%20turismo%20m%c3%a1s%20sostenible.pdf>

**RODRÍGUEZ, G.** “El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible”. *Centro Agrícola* [en línea]. 2019, (Cuba) vol. 46, no. 1, pp. 62-65. ISSN 0253-5785. Disponible en: [http://cagricola.uclv.edu.cu/descargas/pdf/V46-Numero\\_1/cag11119.pdf](http://cagricola.uclv.edu.cu/descargas/pdf/V46-Numero_1/cag11119.pdf)

**REGLAMENTO A LEY ORGÁNICA ECONOMÍA POPULAR.** *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Seps)*. Última modificación: agosto 2020, pp. 1-38. Disponible en:

<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20GENERAL%20DE%20LA%20LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20agosto2020.pdf/66c4825b-cf79-4aa1-b995-1739be63bee3>

**SIMÓN, X.; GIL, C.; & CARPINTERO, P.** “Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos (Galicia)”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* [en línea], abril, 2011, vol. 9, (no. 2), (España) pp. 353-365. ISSN 1695-7121. Disponible en: DOI 10.25145/j.pasos.2011.09.031.

**SOTO ÁLVAREZ, J.** “Análisis coste-beneficio”. *eXtoikos* [en línea], 2012, vol. 5, pp. 147-149. ISSN 0210-1173. Disponible en: DOI 10.1007/978-84-940346-6-4\_7.

**SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.** (SEPS). Reglamento a la Ley Orgánica Popular y Solidaria. 2012. [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2\\_21\\_reg\\_LOEPS\\_mar\\_2018.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2_21_reg_LOEPS_mar_2018.pdf)

**VILLAVICENCIO, C.E.; ALVEAR, M.C.; CUENCA, K.; CALDERÓN, M.; ZHUNIO, K.; & WEBSTER, F.** “El tamaño muestral para la tesis. ¿Cuántas personas debo encuestar?”. *Revista OACTIVA UC Cuenca* [en línea], enero-abril, 2017, vol. 2 (No. 1), (Ecuador) pp. 59-62. ISSN 24778915. ISSN Elect. 2588-0624. Disponible en: <https://oactiva.ucacue.edu.ec/index.php/oactiva/article/view/175/234>

  
Ing. Cristian Castillo



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE TURISMO**



#### Estimado/a

La presente encuesta contribuirá con el desarrollo del agroturismo en la Granja MAG-Guaslán del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

La información proporcionada es confidencial y será empleada para el fin indicado, agradecemos su apertura y veracidad.

- 1. Género:**
  - a. Masculino
  - b. Femenino
- 2. En cuáles de los siguientes rangos de edades se encuentra usted.**
  - a. 18-40 años
  - b. 41-65 años
  - c. Mayor a 66 años
- 3. Lugar de residencia: (Ciudad/Cantón, País) \_\_\_\_\_**
- 4. Conoce usted o ha escuchado acerca de la Granja MAG-Guaslán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.**
  - a. Si
  - b. No
- 5. Le gustaría realizar actividades turísticas, agrarias y de recreación:**
  - a. Si
  - b. No
- 6. Le interesaría visitar la Granja MAG-Guaslán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.**
  - a. Si
  - b. No
- 8. Que actividades seleccionaría usted para realizarlas en una granja agroturística:**
  - a. Cosecha y compra de sus propios productos agrícolas
  - b. Camping
  - c. Cabalgata
  - d. Visita y compra de especies menores (conejos y cuyes)
  - e. Pesca deportiva
  - f. Caminata guiada
  - g. Ciclismo
  - h. Juegos tradicionales
  - i. Cine al aire libre
- 9. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que brinde la Granja MAG-Guaslán?**
  - a. Gastronomía típica
  - b. Visita a atractivos turísticos cercanos
  - c. Hospedaje
  - d. Recepción de eventos
  - e. Internet
  - f. Transporte
- 10. ¿Cuándo usted viaja cual es el promedio de estadía?**
  - a. 1 día
  - b. 2 días
  - c. 3 días

d. Otros ( )

**11. ¿Con quién suele viajar usted?**

a. Solo ( )

b. Familia ( )

c. En pareja ( )

d. Amigos ( )

e. Otros \_\_\_\_\_

**12. De las siguientes tarifas, cuál es la más viable a pagar por usted durante su viaje según sus necesidades:**

a. \$10-\$20 ( )

b. \$20-\$30 ( )

c. \$30-\$40 ( )

d. \$40-\$50 ( )

e. Más de %50 ( )

**13. ¿Cuál es la modalidad que prefiere usted para pagar un servicio?**

a. Efectivo ( )

b. Transferencias bancarias ( )

c. Tarjeta de crédito ( )

**14. ¿Cuál es el medio por el que usted se informa de promociones y lugares turísticos?**

a. Medios tradicionales (radio, tv, periódico) ( )

b. Páginas Web ( )

c. Redes sociales ( )

d. Operadoras de turismo ( )

**Gracias, por su colaboración.**



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 15 / 07 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Diana Haylis Grefa Parra
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Recursos Naturales
<b>Carrera:</b> Turismo
<b>Título a optar:</b> Licenciatura en Ecoturismo
<b>f. responsable:</b> Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

  
Ing. Cristhian Castillo



1373-DBRA-UTP-2022