



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN EL CANTÓN PELILEO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA: KATHERINE LIZETH JAITIA BONILLA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN EL CANTÓN PELILEO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA: KATHERINE LIZETH JAITIA BONILLA

DIRECTOR: Ing. JORGE IVÁN CARRILLO HERNÁNDEZ, PhD.

Riobamba – Ecuador

2022

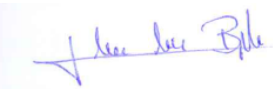
© 2022, Katherine Lizeth Jaitia Bonilla

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

Yo, Katherine Lizeth Jaitia Bonilla, 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.


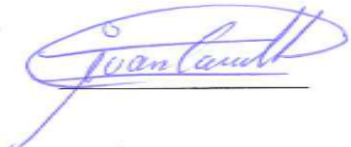

Riobamba, 02 de diciembre del 2022



Katherine Lizeth Jaitia Bonilla
180530429-0

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, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN EL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**, realizado por la señorita: **KATHERINE LIZETH JAITIA BONILLA**, 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. Catalina Margarita Verdugo Bernal, MSc PRESIDENTE DEL TRIBUNAL |  | 2022-12-02 |
| Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández, PhD DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR |  | 2022-12-02 |
| Ing. Vicente Javier Parra León, MSc ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR |  | 2022-12-02 |

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por ser mi guía en todo momento, a mis padres por su sacrificio y esfuerzo, por proporcionarme la oportunidad de estudiar y superarme, por su apoyo incondicional en los momentos difíciles al brindarme palabras de aliento que me impulsaban a seguir y a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo.

Katherine

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------|-------|
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xv |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xvii |
| RESUMEN..... | xviii |
| ABSTRACT..... | xix |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|--|---|
| 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.1. Antecedentes..... | 3 |
| 1.2. Problema..... | 4 |
| 1.3. Justificación..... | 5 |
| 1.4. Delimitación..... | 6 |
| 1.4.1. Localización..... | 6 |
| 1.4.2. Ubicación geográfica..... | 6 |
| 1.4.3. Límites..... | 7 |
| 1.4.4. Características de la zona..... | 7 |
| 1.4.5. Clasificación ecológica..... | 8 |
| 1.5. Objetivos..... | 9 |
| 1.5.1. Objetivo General..... | 9 |
| 1.5.2. Objetivos Específicos..... | 9 |

CAPÍTULO II

| | |
|--------------------------------|----|
| 2. MARCO TEÓRICO..... | 10 |
| 2.1. Turismo..... | 10 |
| 2.1.1. Turismo sostenible..... | 10 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2. <i>Turismo Rural</i> | 10 |
| 2.1.3. <i>Agroturismo</i> | 10 |
| 2.2. Producto de agroturismo | 11 |
| 2.3. Estudio de factibilidad | 11 |
| 2.4. Viabilidad comercial | 12 |
| 2.4.1. <i>Estudio de mercado</i> | 12 |
| 2.5. Viabilidad técnica | 15 |
| 2.5.1. <i>Tamaño de la planta</i> | 15 |
| 2.5.2. <i>Localización</i> | 15 |
| 2.5.3. <i>Diseño arquitectónico de la planta</i> | 15 |
| 2.5.4. <i>Elaboración de paquete turístico</i> | 15 |
| 2.5.5. <i>Análisis mercadotécnico</i> | 16 |
| 2.6. Viabilidad administrativo legal | 17 |
| 2.6.1. <i>Estudio legal</i> | 17 |
| 2.6.2. <i>Estudio administrativo</i> | 17 |
| 2.7. Viabilidad socioambiental | 18 |
| 2.7.1. <i>Impacto ambiental</i> | 18 |
| 2.7.2. <i>Impacto social</i> | 18 |
| 2.7.3. <i>Evaluación ambiental</i> | 18 |
| 2.7.4. <i>Método de Leopold</i> | 18 |
| 2.8. Rentabilidad económica financiera | 19 |
| 2.8.1. <i>Estudio económico</i> | 19 |
| 2.8.2. <i>Estudio financiero</i> | 20 |

CAPÍTULO III

| | |
|------------------------------------|----|
| 3. MARCO METODOLÓGICO | 22 |
|------------------------------------|----|

CAPÍTULO IV

| | |
|--|----|
| 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 29 |
|--|----|

| | |
|---|------------|
| 4.1. Determinar la viabilidad comercial del producto | 29 |
| <i>4.1.1. Estudio de mercado</i> | <i>29</i> |
| 4.2. Establecer la viabilidad técnica para la implementación del producto de agroturismo..... | 73 |
| <i>4.2.1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura</i> | <i>73</i> |
| 4.3. Establecer la viabilidad administrativa legal para la implementación del producto de agroturismo..... | 113 |
| <i>4.3.1. Estudio legal</i> | <i>113</i> |
| <i>4.3.2. Estudio administrativo.....</i> | <i>122</i> |
| 4.4. Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación del producto de agroturismo..... | 141 |
| <i>4.4.1. Evaluación de impactos ambientales</i> | <i>141</i> |
| 4.5. Determinar la rentabilidad económica financiera para la implementación del producto de agroturismo..... | 146 |
| <i>4.5.1. Estudio económico.....</i> | <i>146</i> |
| <i>4.5.2. Estudio financiero</i> | <i>150</i> |
| CONCLUSIONES..... | 152 |
| RECOMENDACIONES..... | 153 |
| GLOSARIO | 187 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 188 |
| ANEXOS..... | 197 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabla 1-1: | Descripción de formaciones geológicas | 8 |
| Tabla 2-1: | Descripción de los ecosistemas | 8 |
| Tabla 1-2: | Factores ambientales | 19 |
| Tabla 1-4: | Resumen de atractivos culturales y naturales georreferenciados | 30 |
| Tabla 2-4: | Establecimientos de alojamiento del cantón Pelileo..... | 31 |
| Tabla 3-4: | Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pelileo..... | 31 |
| Tabla 4-4: | Establecimiento de agencia de viajes del cantón Pelileo..... | 32 |
| Tabla 5-4: | Establecimientos de esparcimiento del cantón Pelileo | 32 |
| Tabla 6-4: | Resumen de la infraestructura básica disponible en los atractivos..... | 34 |
| Tabla 7-4: | Caracterización de influencia para el manejo de las actividades turísticas | 35 |
| Tabla 8-4: | Estratificación de la muestra..... | 38 |
| Tabla 9-4: | Edad de los turistas nacionales | 38 |
| Tabla 10-4: | Género de los turistas nacionales..... | 39 |
| Tabla 11-4: | Lugar de procedencia de los turistas nacionales..... | 40 |
| Tabla 12-4: | Ocupación de los turistas nacionales | 41 |
| Tabla 13-4: | Nivel de estudios de los turistas nacionales..... | 42 |
| Tabla 14-4: | Motivo de viaje de los turistas nacionales | 43 |
| Tabla 15-4: | Formas de viaje de los turistas nacionales..... | 44 |
| Tabla 16-4: | Conocimiento del lugar por parte de los turistas nacionales | 44 |
| Tabla 17-4: | Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo..... | 45 |
| Tabla 18-4: | Servicios preferidos por los turistas nacionales..... | 46 |
| Tabla 19-4: | Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística | 47 |
| Tabla 20-4: | Actividades que complementen la finca agroturística..... | 48 |
| Tabla 21-4: | Comida preferida por los turistas nacionales..... | 48 |
| Tabla 22-4: | Facilidades turísticas preferidas por los turistas nacionales | 49 |
| Tabla 23-4: | Tiempo que disponen los turistas nacionales | 50 |
| Tabla 24-4: | Presupuesto a gastar por día y por persona turistas nacionales | 50 |

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabla 25-4: | Formas en que organiza el viaje los turistas nacionales | 51 |
| Tabla 26-4: | Medios de comunicación que utilizan para informarse turistas nacionales..... | 52 |
| Tabla 27-4: | Edad de los turistas extranjeros | 53 |
| Tabla 28-4: | Género de los turistas extranjeros..... | 53 |
| Tabla 29-4: | Lugar de procedencia de los turistas extranjeros..... | 54 |
| Tabla 30-4: | Ocupación de los turistas extranjeros | 55 |
| Tabla 31-4: | Nivel de estudios de los turistas extranjeros..... | 56 |
| Tabla 32-4: | Motivo de viaje de los turistas extranjeros | 57 |
| Tabla 33-4: | Formas de viaje de los turistas extranjeros | 58 |
| Tabla 34-4: | Conocimiento del lugar por parte de los turistas extranjeros | 58 |
| Tabla 35-4: | Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo..... | 59 |
| Tabla 36-4: | Servicios preferidos por los turistas extranjeros..... | 60 |
| Tabla 37-4: | Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística | 61 |
| Tabla 38-4: | Actividades que complementen la finca agroturística | 62 |
| Tabla 39-4: | Comida preferida por los turistas extranjeros..... | 62 |
| Tabla 40-4: | Facilidades turísticas preferidas por los turistas extranjeros | 63 |
| Tabla 41-4: | Tiempo que disponen los turistas extranjeros..... | 64 |
| Tabla 42-4: | Presupuesto a gastar por día y por persona turistas extranjeros | 65 |
| Tabla 43-4: | Formas en que organiza el viaje los turistas extranjeros | 65 |
| Tabla 44-4: | Medios informativos que utilizan para informarse turistas extranjeros..... | 66 |
| Tabla 45-4: | Perfil del turista nacional..... | 67 |
| Tabla 46-4: | Perfil del turista extranjero | 68 |
| Tabla 47-4: | Análisis de establecimientos de la competencia..... | 70 |
| Tabla 48-4: | Proyección de la competencia | 71 |
| Tabla 49-4: | Determinación de la demanda actual nacional | 71 |
| Tabla 50-4: | Determinación de la demanda actual extranjera..... | 72 |
| Tabla 51-4: | Proyección de la demanda futura para turistas nacionales y extranjeros..... | 72 |
| Tabla 52-4: | Demanda insatisfecha proyectada | 73 |
| Tabla 53-4: | Determinación de la demanda objetiva | 73 |

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabla 54-4: | Macrolocalización del producto | 73 |
| Tabla 55-4: | Demanda objetiva de turistas nacionales y extranjeros | 75 |
| Tabla 56-4: | Consumo aparente de clientes | 75 |
| Tabla 57-4: | Preferencia de servicios por la demanda nacional | 75 |
| Tabla 58-4: | Preferencia de servicios por la demanda extranjera | 76 |
| Tabla 59-4: | Demanda objetiva de turistas nacionales por actividades..... | 76 |
| Tabla 60-4: | Demanda objetiva extranjera por actividad | 77 |
| Tabla 61-4: | Consumo aparente de la demanda nacional..... | 77 |
| Tabla 62-4: | Consumo aparente de la demanda extranjera | 77 |
| Tabla 63-4: | Consumo aparente por actividad de conocer animales domésticos..... | 78 |
| Tabla 64-4: | Consumo aparente por actividad de conocer el proceso de elaboración de compost..... | 78 |
| Tabla 65-4: | Consumo aparente por actividad de observación de flora..... | 78 |
| Tabla 66-4: | Consumo aparente por actividad de participar en actividades de campo | 79 |
| Tabla 67-4: | Consumo aparente por actividad de recolección de frutas y verduras..... | 79 |
| Tabla 68-4: | Consumo aparente por actividad de visita a huertos orgánicos..... | 79 |
| Tabla 69-4: | Construcción área de hospedaje (Superficie) | 84 |
| Tabla 70-4: | Distribución de construcción del área de hospedaje..... | 85 |
| Tabla 71-4: | Capacidad del área de hospedaje | 85 |
| Tabla 72-4: | Distribución de construcción del área de alimentación | 86 |
| Tabla 73-4: | Descripción de menaje de comedor..... | 86 |
| Tabla 74-4: | Descripción de menaje de cocina | 87 |
| Tabla 75-4: | Descripción de utensilios de cocina..... | 87 |
| Tabla 76-4: | Distribución de construcción del área administrativa..... | 88 |
| Tabla 77-4: | Equipamiento del área de servicios higiénicos..... | 88 |
| Tabla 78-4: | Presupuesto para la construcción de la finca agroturística | 94 |
| Tabla 79-4: | Rubro de infraestructura turística | 94 |
| Tabla 80-4: | Activos fijos del área de producción | 94 |
| Tabla 81-4: | Inversiones diferidas..... | 96 |

| | | |
|---------------------|---|-----|
| Tabla 82-4: | Insumos y materiales para el área productiva | 96 |
| Tabla 83-4: | Materia prima para el área de alimentación..... | 97 |
| Tabla 84-4: | Mano de obra directa para el área productiva..... | 98 |
| Tabla 85-4: | Itinerario del paquete 1. Pelileo y su encanto | 99 |
| Tabla 86-4: | Análisis de costos del paquete 1 | 101 |
| Tabla 87-4: | Itinerario del paquete 2. La vida en el campo..... | 102 |
| Tabla 88-4: | Análisis de costos del paquete 2. La vida en el campo..... | 103 |
| Tabla 89-4: | Directo e indirecto | 107 |
| Tabla 90-4: | Agencias de viajes de Pelileo | 110 |
| Tabla 91-4: | Agencias y operadoras de turismo de Tungurahua..... | 110 |
| Tabla 92-4: | Comisión para operadoras y agencias de viaje | 113 |
| Tabla 93-4: | Manual de cargos y funciones del directorio | 123 |
| Tabla 94-4: | Manual de cargos y funciones del gerente general..... | 124 |
| Tabla 95-4: | Manual de cargos y funciones del secretario (a) | 126 |
| Tabla 96-4: | Manual de cargos y funciones del contador (a)..... | 128 |
| Tabla 97-4: | Manual de cargos y funciones del abogado (a) | 129 |
| Tabla 98-4: | Manual de cargos y funciones del coordinador de marketing y ventas | 130 |
| Tabla 99-4: | Manual de cargos y funciones de ama de llaves..... | 131 |
| Tabla 100-4: | Manual de cargos y funciones de camarera..... | 132 |
| Tabla 101-4: | Manual de cargos y funciones del cocinero..... | 133 |
| Tabla 102-4: | Manual de cargos y funciones del mesero..... | 134 |
| Tabla 103-4: | Manual de cargos y funciones del ayudante de cocina..... | 135 |
| Tabla 104-4: | Manual de cargos y funciones del ayudante o auxiliar de servicios en general | 136 |
| Tabla 105-4: | Manual de cargos y funciones del guía 1 | 136 |
| Tabla 106-4: | Manual de cargos y funciones del guía 2 | 137 |
| Tabla 107-4: | Presupuesto para talento humano | 138 |
| Tabla 108-4: | Presupuesto para activos fijos..... | 139 |
| Tabla 109-4: | Presupuesto para activos diferidos | 140 |

| | | |
|---------------------|---|-----|
| Tabla 110-4: | Presupuesto para activos diferidos | 140 |
| Tabla 111-4: | Matriz de Leopold adaptada | 142 |
| Tabla 112-4: | Medidas de mitigación para el producto turístico..... | 145 |
| Tabla 113-4: | Inversiones..... | 146 |
| Tabla 114-4: | Fuentes de financiamiento | 147 |
| Tabla 115-4: | Amortización del préstamo..... | 148 |
| Tabla 116-4: | Depreciación de activos fijos..... | 148 |
| Tabla 117-4: | Amortización de activos diferidos..... | 148 |
| Tabla 118-4: | Estructura de costos y gastos | 149 |
| Tabla 119-4: | Estado de resultados | 149 |
| Tabla 120-4: | Flujo de caja | 150 |
| Tabla 121-4: | Análisis financiero..... | 150 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|---------------------|---|-----|
| Figura 1-1: | Ubicación geográfica del cantón Pelileo..... | 7 |
| Figura 1-4: | Ubicación del producto de agroturismo en el cantón Pelileo..... | 74 |
| Figura 2-4: | Planta arquitectónica de la finca agroturística | 89 |
| Figura 3-4: | Diseño de cabañas..... | 90 |
| Figura 4-4: | Diseño de comedor | 90 |
| Figura 5-4: | Flujograma del servicio de hospedaje..... | 91 |
| Figura 6-4: | Flujograma del servicio de alimentación | 92 |
| Figura 7-4: | Flujograma del servicio de recreación | 93 |
| Figura 8-4: | Imagen corporativa | 105 |
| Figura 9-4: | Modelo de camisetas..... | 108 |
| Figura 10-4: | Modelo de gorras | 109 |
| Figura 11-4: | Modelo de tazas | 109 |
| Figura 12-4: | Organigrama estructural..... | 122 |
| Figura 13-4: | Organigrama funcional | 122 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|----------------------|---|----|
| Gráfico 1-4: | Rango de Edad..... | 39 |
| Gráfico 2-4: | Género | 39 |
| Gráfico 3-4: | Lugar de procedencia | 41 |
| Gráfico 4-4: | Nivel de educación formal..... | 42 |
| Gráfico 5-4: | Motivo de viaje..... | 43 |
| Gráfico 6-4: | Formas de viaje | 44 |
| Gráfico 7-4: | Conocimiento del cantón Pelileo..... | 45 |
| Gráfico 8-4: | Nivel de aceptación del producto 45de agroturismo | 45 |
| Gráfico 9-4: | Servicios turísticos | 46 |
| Gráfico 10-4: | Actividades preferidas por los turistas nacionales..... | 47 |
| Gráfico 11-4: | Actividades complementarias..... | 48 |
| Gráfico 12-4: | Preferencias gastronómicas | 49 |
| Gráfico 13-4: | Facilidades turísticas | 49 |
| Gráfico 14-4: | Tiempo para visitar la finca..... | 50 |
| Gráfico 15-4: | Presupuesto a gastar | 51 |
| Gráfico 16-4: | Formas en que el turista organiza su viaje..... | 51 |
| Gráfico 17-4: | Medios informativos..... | 52 |
| Gráfico 18-4: | Rango de Edad..... | 53 |
| Gráfico 19-4: | Género extranjeros | 54 |
| Gráfico 20-4: | País de procedencia | 54 |
| Gráfico 21-4: | Ocupación de los turistas extranjeros | 55 |
| Gráfico 22-4: | Nivel de educación formal de los turistas extranjeros | 56 |
| Gráfico 23-4: | Motivo de viaje de los turistas extranjeros | 57 |
| Gráfico 24-4: | Formas de viaje de los turistas extranjeros | 58 |
| Gráfico 25-4: | Conocimiento del cantón Pelileo..... | 59 |
| Gráfico 26-4: | Nivel de aceptación del producto de agroturismo | 59 |
| Gráfico 27-4: | Servicios turísticos | 60 |

| | | |
|----------------------|--|----|
| Gráfico 28-4: | Actividades preferidas por los turistas | 61 |
| Gráfico 29-4: | Actividades complementarias a la finca agroturística | 62 |
| Gráfico 30-4: | Preferencias gastronómicas de los turistas extranjeros..... | 63 |
| Gráfico 31-4: | Facilidades turísticas para extranjeros..... | 63 |
| Gráfico 32-4: | Tiempo que disponen los turistas extranjeros..... | 64 |
| Gráfico 33-4: | Presupuesto a gastar por día y por persona | 65 |
| Gráfico 34-4: | Formas en que organiza el viaje los turistas extranjeros | 66 |
| Gráfico 35-4: | Medios informativos que utilizan para informarse turistas extranjeros..... | 67 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE LEOPOLD

ANEXO B: INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ANEXO C: MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

ANEXO D: MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue determinar la factibilidad para la implementación de un producto de agroturismo en el cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua, para lo cual se realizó un estudio de tipo comercial, técnico, ambiental, legal administrativo y económico financiero mediante la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias. En primer lugar se analizó la oferta de la zona bajo un enfoque de sistema turístico, posterior a ello se realizó el estudio de la demanda mediante encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros, además se realizó el análisis de la competencia con la cual se obtuvo la demanda insatisfecha y la demanda objetiva, luego se estableció el estudio técnico del producto que integra aprovechamiento de servicios, diseño de facilidades y actividades, se analizó la estructura legal y administrativa mediante revisión bibliográfica, se identificó y evaluó los impactos ambientales negativos y positivos a través de la matriz de Leopold, se determinó el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa de Interna de retorno (TIR), la relación costo beneficio (RCB) y el periodo de recuperación del capital. Los resultados reflejaron que el cantón Pelileo cuenta con 10 atractivos turísticos principales, los cuales se integraron al producto de agroturismo, se diseñaron dos paquetes turísticos con diversas actividades que fueron determinadas mediante el estudio de demanda, se constituyó una compañía de responsabilidad limitada como figura legal para la operación del producto, con el estudio ambiental se obtuvo la presencia de impactos positivos y negativos para los cuales se estableció las respectivas medidas de mitigación, finalmente, se obtuvo un VAN de \$185 183,38, una TIR de 16% y una RCB de \$1,55; con un periodo de recuperación del capital de cinco años. Se concluyó que el proyecto es factible generando beneficios económicos, sociales y ambientales, por lo que se recomienda su pronta ejecución.

Palabras clave: <AGROTURISMO >, <FINCA AGROTURÍSTICA>, <PRODUCTO DE AGROTURISMO>, <ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>.



0810-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The objective of this work was to determine the feasibility of the implementation of an agrotourism product in Pelileo canton, Tungurahua province, for which a commercial, technical, environmental, legal, administrative, and economic-financial study was carried out through the collection of information from primary and secondary sources. First, the supply of the area was analyzed under a tourism system approach, then a study of the demand was carried out through surveys applied to national and foreign tourists. In addition, to the analysis of the competition with which the unsatisfied demand and the objective demand were obtained, then the technical study of the product that integrates the use of services was established, the legal and administrative structure was analyzed through a bibliographic review, the negative and positive environmental impacts were identified and evaluated through the Leopold matrix, the Net Present Value (NPV), the Internal Rate of Return (IRR), the Cost Benefit Ratio (CBR) and the capital recovery period were determined. Therefore, the results showed that the Pelileo canton has 10 main tourist attractions, which were integrated into the agrotourism product, two tourist packages were designed with various activities that were determined through the demand study, a limited liability company was formed as a legal figure for the operation of the product, with the environmental study. The presence of positive and negative impacts for which the respective mitigation measures were established, finally, and NVP OF \$185 183.38 was obtained, an IRR of 16%, and a CBR of \$1.55; with a capital recovery period of five years. To sum up, the project is feasible, generating economic, social, and environmental benefits, so its early implementation is recommended.

Keywords: <AGROTOURISM>, <AGROTOURISM FINCA>, <AGROTOURISM PRODUCT>, <AGROTOURISM ACTIVITIES>, <FACTUALITY STUDY>.



MSc. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLÉS
CARRERA TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que de acuerdo con una adecuada administración, planificación y ejecución de la actividad puede contribuir al desarrollo del territorio y mejorar su calidad de vida, generando fuentes de empleo y sustancialmente beneficiando a otros sectores económicos (Moreno, 2011, p. 136). De esta manera el turismo es un proveedor fundamental de divisas y tiene un gran potencial en ingresos para la economía del país.

El 2020 fue el peor año para el turismo a nivel global, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, debido a un declive sin precedentes de la demanda y a la restricciones de los viajes por la pandemia; los diferentes destinos del mundo sufrieron grandes pérdidas debido a las cuarentenas y en algunos casos tenían que realizar el cierre completo de las fronteras y por ende el cierre de establecimientos turísticos como: alojamiento, alimentación y bebidas, tour operadoras, agencias de viaje, organización de eventos, entre otras actividades turísticas (OMT, 2021).

En el caso del Ecuador no fue la excepción el sector turístico registró una fuerte reducción de número de viajes y cierre de las actividades turísticas. Por lo que el gobierno nacional ha optado por implementar medidas de bioseguridad y así garantizar, tanto la salud y bienestar de los turistas, ha establecido políticas para fomentar el turismo receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador y busca fomentar emprendimientos e iniciativas turísticas que permitan el aprovechamiento de la sostenibilidad de la biodiversidad.

Debido a ello, los turistas buscan nuevas alternativas que minimicen un posible contagio y evitar aglomeraciones al momento de realizar turismo. Por esta razón, una de las tendencias actuales por parte de los turistas es visita a destinos sostenibles, realizar viajes cerca de casa, turismo en zonas rurales y al aire libre disfrutando del entorno, además de la práctica de actividades relacionadas con la zona.

Con lo antes mencionado, se propone un trabajo de titulación que reúne a los nuevos requerimientos y tendencias que se han originado a lo largo de los años y con la pandemia por COVID-19, por lo cual, procura ofrecer al turista la oportunidad de vivir la experiencia de un turismo alternativo que es el agroturismo, pretendiendo así satisfacer todas las necesidades de los turistas respecto al distanciamiento social, la salud, bienestar y las experiencias socioambientales sostenibles, a través de un producto de agroturismo que cuenta con el diseño de servicios, actividades y facilidades que constituirá una finca agroturística donde los turistas nacionales y

extranjeros puedan vivir una experiencia única de vivir en el campo y realizar de manera directa las actividades agropecuarias.

El presente documento, se estructura de la siguiente manera: en el capítulo I, se detalla el diagnóstico del problema; en el capítulo II, se describe la revisión de la literatura y se conceptualizan de los temas de mayor importancia, seguido del capítulo III, se detalla el marco metodológico en el cual se especifican los métodos, técnicas e instrumentos que se emplearon para la obtención de la información, en el capítulo IV, se detalla el proceso utilizado para obtener el estudio de mercado, se diseña de forma técnica los servicios, actividades y facilidades del producto, realizar el estudio legal y administrativo, también se determina el impacto ambiental del producto y por último el desarrollo de la rentabilidad económica y financiera del producto de agroturismo para el cantón Pelileo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

El agroturismo se contempla en la mayoría de los países de Europa y del mundo. Empezó a hacerse evidente alrededor de la década de 1930, por lo que el agroturismo se entendía como unas vacaciones en el campo para los trabajadores que vivían en las ciudades y una forma de alejarse del ajetreo y el bullicio de la ciudad. La modalidad de agroturismo está presente en toda Europa ya que es un turismo que está en auge y atrae a muchos turistas a practicar este tipo de turismo rural, pero es en pocos países donde ha tenido una gran repercusión en el turismo, como es el caso de Italia, popular por sus viñedos y aceites, y Francia con sus viñas (González, 2016 citado en Tuquinga, 2019: p. 15).

En Ecuador no se ha encontrado una fecha determinada de la incursión en el tema del agroturismo, pero está claro que fue posterior a la Reforma Agraria de 1964. Sin embargo, se encontraron algunos casos pioneros en agroturismo en el Ecuador como es el caso de varias haciendas en la Sierra Norte: Hacienda Chorlaví (Imbabura), que es la precursora en adoptar la idea de incorporar el turismo. Posteriormente le siguieron: Hacienda la Zuleta, Hacienda Guachalá, Hostería La Ciénega y Hacienda Abraspungo. Mientras que en la Sierra Centro Sur está la más conocida, Hacienda Uzhupud que abrió sus puertas en 1979, entre otras (Andrade y Ullauri, 2015: pp. 14-15).

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2019: p. 57) como parte del enfoque estratégico del Plan Nacional de Turismo 2030 propone que el destino de Ecuador sea impulsado por cinco ejes estratégicos de los cuales el primer eje, denominado Destinos y Calidad, apuesta por la innovación y diversificación de la oferta de productos turísticos a partir de las ventajas comparativas del destino Ecuador, para tal efecto, se priorizó diez líneas de producto turístico para atender al turista. El producto agroturismo es uno de los productos con alto potencial y que se destacan para el consumo del turista extranjero.

Como referente en la práctica de agroturismo se resalta con gran énfasis la Ruta del Cacao, destino prioritario en el cual interactúan catorce haciendas ubicadas en las provincias del Guayas, Cañar, Los Ríos y El Oro, establecimientos considerados como uno de los tantos pioneros en agroturismo, que buscan entrelazar las tradiciones de agricultura y saberes populares con los servicios y facilidades turísticas que cada cantón ofrece (González et al., 2016: pp. 4-5).

El agroturismo como negocio genera diversos beneficios sociales, económicos y medio ambientales, toda vez que permite la diversificación productiva; genera empleo y arraigo cultural; integra a la actividad a mujeres y jóvenes; revaloriza el patrimonio cultural, ambiental y la vida rural; promueve el trabajo asociativo; ingresos económicos adicionales; entre otros (González et al., 2019: p. 10).

A través de una investigación en el repositorio de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, se descubrió un trabajo previo con el tema diseño de un producto agroturístico para la parroquia San Francisco de Bolívar, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua realizado por Byron Cárdenas, el cual busca aprovechar las bondades productivas de la zona y además de impulsar la prestación de servicios de calidad garantizando una adecuada diversificación de la oferta turística a la par con la producción agropecuaria (Cárdenas, 2018: p. 18), pero dicho trabajo se quedó como simple papel y no se lo ha ejecutado.

Por lo que de acuerdo a las nuevas argumentaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo vinculado a espacios libres como es el caso del agroturismo está tomando una mayor reactivación que otras modalidades y además para ayudar a diversificar la oferta turística del cantón Pelileo se plantea un estudio de factibilidad para implementar un producto de agroturismo en el cantón que responde a la iniciativa privada y que busca brindar al turista servicios de calidad, socialmente promover la generación de nuevos puestos de trabajo y el mejoramiento de la economía local, adicionalmente el involucramiento de la población en una fase futura.

1.2. Problema

La Organización Mundial de Turismo (OMT) señala que existen nuevas tendencias turísticas en las que los turistas tienen mayor interés por actividades al aire libre y prefieren ir a sitios y establecimientos que sean sostenibles, el cambio de gusto de los consumidores, orientados hacia ofertas diferenciadas nos muestra que la oferta debe acoplarse a las necesidades de la demanda, por cuanto, el desarrollo de proyectos innovadores que incorporen corrientes de sostenibilidad como el agroturismo es una alternativa que se adapta a las necesidades del turista y ahora más que en la actualidad debido a la pandemia las personas desean estar exentas de aglomeraciones.

En el cantón Pelileo existe escasa oferta de productos y establecimientos agroturísticos, lo cual ha provocado el desaprovechamiento de los recursos naturales y humanos que este sitio posee, ocasionando el aislamiento turístico y la estancia corta de los turistas en el cantón, debido a esta necesidad se ha visto pertinente realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un

producto de agroturismo en la parroquia de Pelileo Grande que ayude a diversificar la oferta turística del cantón.

Según datos de la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Pedro de Pelileo, la población económicamente activa (PEA) tiene como principal actividad económica a la agricultura, ya que dicha actividad abarca alrededor del 43%, produciendo productos agrícolas como: el maíz, las papas, cebolla blanca, mora, mandarina, tomate de árbol, aguacate; se destaca también la crianza de especies menores como: cuyes, conejos, aves de corral y la ganadería (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Pedro de Pelileo, 2014: p. 108). Por lo que estas actividades del agro unidas al turismo sería un gran potencial turístico sin embargo dentro del cantón no se encuentra desarrollado debido a la falta de interés o información.

Actualmente la actividad turística del cantón se ve limitada a pesar de presentar recursos que hacen de este un sector con gran potencial turístico, presenta como principal problema la escasa innovación de oferta turística que cautiva mayor cantidad de turistas por tal motivo, con el estudio de factibilidad se busca contribuir a la diversificación la oferta de productos turísticos y además generar un ingreso extra a la actividad agrícola.

1.3. Justificación

El Turismo es un gran generador de empleo y motor de la economía. Para el Ecuador dado que el turismo es un gran potencial para generar nuevos ingresos económicos al país, es un sector estratégico en la Matriz Productiva Nacional, ha sido priorizado en el Plan de Creación de Oportunidades (2021 – 2025), como pilar de la reactivación económica, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructura y la entrada de divisas al país (Secretaría Nacional de Planificación, 2021). Por lo que el turismo relacionado con la actividad agrícola y pecuaria de la zona contribuirá a mejorar la competitividad turística y así cambiar la matriz productiva del cantón Pelileo.

El Ministerio de Turismo del Ecuador en el Plan Nacional de Turismo 2030 plantea como una de las estrategias diversificar la oferta turística nacional con base en las ventajas comparativas y competitivas del país y las potencialidades de cada destino a nivel local, provincial y regional con altos componentes experienciales y apuntando a las líneas de producto entre las cuales se destaca el agroturismo. Es por ello, que con el estudio de factibilidad para implementar un producto de agroturismo en el cantón Pelileo permitirá contribuir a tener una mejor diversificación de la oferta turística y que responda a las necesidades del turista potencial y a su vez permitirá un mayor desarrollo turístico del cantón.

Con el estudio de factibilidad además se prevé que en el cantón Pelileo se pueda incorporar otras alternativas de trabajo para que la población no dependa únicamente de la agricultura y ganadería, pero al mismo tiempo se pueda incluir una modalidad de turismo que no se está tomando en consideración en el cantón.

El presente proyecto técnico busca fundamentar el análisis y las consideraciones teóricas y técnicas para la implementación de un producto de agroturismo en el cantón Pelileo, lugar que se ha elegido gracias a las bondades paisajísticas, naturales y culturales que presenta, convirtiendo al sector en un potencial de recursos turístico, el estudio de factibilidad permite conocer datos que serán factores decisivos al momento de tomar una decisión sobre la inversión en el proyecto dado que permite conocer si es económicamente rentable o no la implementación del producto de agroturismo.

En tal sentido, la realización de este trabajo que responde a la necesidad de fomentar actividades agroturísticas con beneficios de lucro preverá cambiar la dependencia a actividades tradicionales y el cambio de las prácticas turísticas tradicionales que existen en el sector, adicionalmente cambiar la disposición de calidad de vida propia con dicha inversión.

1.4. Delimitación

1.4.1. Localización

El presente proyecto técnico se realizará en el cantón Pelileo ubicado en la provincia de Tungurahua a 19,7 kilómetros de distancia de Ambato y a 153 kilómetros de la ciudad de Quito, en un lugar privilegiado entre montañas y valles (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015: p. 9).

1.4.2. Ubicación geográfica

Las coordenadas geográficas del cantón Pelileo son las siguientes:

Latitud: -1.3299

Longitud: -78.5434113

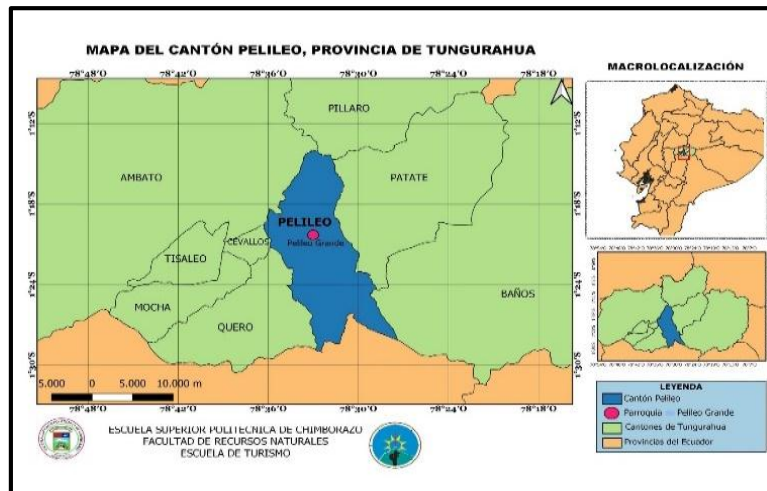


Figura 1-1. Ubicación geográfica del cantón Pelileo

Realizado por: Jaitia, K., 2022

1.4.3. Límites

El cantón Pelileo limita al:

Norte: cantones Píllaro y Ambato

Sur: provincia de Chimborazo

Este: cantones Patate y Baños

Oeste: cantones Ambato, Quero y Cevallos (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015: p. 9).

1.4.4. Características de la zona

- **Clima:** Templado
- **Temperatura:** La temperatura media anual es de 13 °C y puede llegar hasta 25 °C.
- **Rango altitudinal:** La altitud promedio cantonal es de 2 900 m.s.n.m; el punto más alto es el cerro Teligote con 3 400 m.s.n.m y el punto más bajo es el valle de Chiquicha con 2 400 m.s.n.m (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Pedro de Pelileo, 2014: p. 20).
- **Formaciones geológicas:**

En el cantón, se presentan formaciones de acuerdo con su ubicación en la cordillera occidental, los valles interandinos o la cordillera oriental así se tiene la descripción de las formaciones geológicas en la tabla 1-1:

Tabla 1-1: Descripción de formaciones geológicas

| Formaciones Geológicas | Descripción |
|-------------------------------|---|
| Cuaternario | Facies distal: Piroclastos primarios (tefra, flujos piroclásticos, ignimbritas) y re TRABAJADOS (Cangahua); avalanchas de escombros, lahares, flujos de lava (Volcánicos Cotopaxi). |
| Cuaternario-Plioceno | Facies proximal: estratovolcanes y domos constituidos por flujos de lavas dacíticas a andesíticas y piroclastos. |
| Jurásico | Unidad Maguazo. Metagrauwacas, metalavas. (Terreno Alao). |
| Plioceno-Mioceno | Volcánicos Pisayambo (1 000 - 2 000 m). Flujos de lava y piroclastos de composición andesítica a riolítica. |

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Pedro de Pelileo, 2014: p. 25

1.4.5. Clasificación ecológica

De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pelileo (2014), tiene la siguiente clasificación ecológica en la tabla 2-1:

Tabla 2-1: Descripción de los ecosistemas

| Ecosistema | Extensión | Descripción |
|-------------------------------------|------------------|---|
| Bosques nativos | | Se encuentran en las zonas altas de los montes Teligote, Mulmul que están presionados por el aumento de la frontera agrícola. |
| Bosque muy Húmedo Montano | 2 363,48 ha | Se encuentra entre los 3 100 y 3 600 m.s.n.m en la parte centro y sur occidental del cantón San Pedro de Pelileo; al sur occidente de la parroquia, La Matriz y al occidente de las parroquias Bolívar (Teligote), Huambaló (cerro Mulmul) y Cotaló en áreas que, por su difícil acceso, son las que en mejor estado de conservación tienen. |
| Estepa Espinosa Montano Bajo | 5 277,37 ha | Se desarrollan a partir de materiales volcánicos, compuesto por depósitos de ceniza dura cementada o cangahua que actualmente se encuentran extremadamente erosionados por el agua y viento, formándose grandes grietas en la cangahua que se encuentra a menos de 1 metro de profundidad, donde hay muy poco suelo. Se extiende a lo largo de los flancos oriental y occidental hacia el norte del cantón, ocupando parte de las parroquias Benítez, Salasaca, |

| Ecosistema | Extensión | Descripción |
|------------|-----------|--|
| | | El Rosario, Chiquicha, García Moreno y La Matriz. En la actualidad estas áreas están ocupadas por cultivos y reforestación tanto de eucalipto como de pino, quedando remanentes altamente intervenidos de la cobertura vegetal original. |

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pelileo, 2014: p. 44

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo General*

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un producto de agroturismo en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

1.5.2. *Objetivos Específicos*

- Determinar la viabilidad comercial para la implementación del producto de agroturismo.
- Establecer la viabilidad técnica para la implementación del producto de agroturismo.
- Establecer la viabilidad administrativa legal para la implementación del producto de agroturismo.
- Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación del producto de agroturismo.
- Determinar la rentabilidad económica financiera para la implementación del producto de agroturismo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Turismo

El turismo es el conjunto de acciones donde intervienen personas que demandan experiencias, buscan diversión o descanso y la oferta de establecimientos u organismos relacionados con el sector turístico y pretenden brindar soluciones a los requerimientos del viajero, dinamizando la productividad y el desarrollo socioeconómico (Intriago y Solórzano, 2017: p. 4).

El turismo es una actividad económica diversificadora muy importante, no solo en la generación de empleo, sino también en otras modalidades productivas y de servicios, que lo convierten en un importante instrumento de desarrollo para territorios más vulnerables (Bravo et al., 2018: p. 3).

2.1.1. Turismo sostenible

El turismo sostenible busca desarrollar sus actividades con un impacto mínimo ensobre el medioambiente:

La clave principal es que la explotación de un recurso sea por debajo del límite de renovación del mismo. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además, el aspecto económico busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, 2019).

2.1.2. Turismo Rural

El turismo rural es una actividad turística en el que la experiencia del turista o visitante está relacionada con una amplia variedad de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales y la visita a lugares de interés (Organización Mundial del Turismo, 2019: p. 35).

2.1.3. Agroturismo

El agroturismo es una parte del turismo rural que invita a los turistas a participar de las actividades cotidianas del hombre de campo, y constituyen una nueva fuente para percibir otros ingresos como complemento a los de su actividad principal, buscando así, el mejoramiento de la economía rural

en las fincas y granjas y permitiendo diversificar las actividades agrícolas, añadiendo al mismo tiempo un valor agregado a sus productos (Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá, 2011).

2.1.1.1. Beneficios del agroturismo

El agroturismo ha sido considerado por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para estimular el desarrollo de las zonas rurales porque puede generar ingresos adicionales para los productores agrícolas y pequeños procesadores agrícolas. Los paisajes naturales y agropecuarios, las costumbres culturales ancestrales y los productos artesanales son recursos inherentes a la vida rural, y su atención por medio del turismo puede complementar y diversificar la economía de muchas familias (Blanco y Riveros, 2010: p.3).

La actividad agroturística brinda experiencias en un entorno rural con oportunidades de diferenciación, para la interacción activa con los turistas urbanos para sembrar en ellos el espíritu de cuidado del medio natural y el respeto a la forma de vida local (Peralta y Li, 2017: p. 45).

El agroturismo brinda a los productos y comunidades rurales, la oportunidad de integrar el desarrollo agropecuario con el desarrollo de actividades de ocio, mediante la prestación de servicios como alimentación, alojamiento, caminatas guiadas, presentar actividades rurales cotidianas y venta de artesanías, brinda a los productores ingresos que tienen un impacto positivo en su economía (Peralta y Li, 2017: p. 45).

2.2. Producto de agroturismo

De acuerdo con Blancos y Riveros (2010: p. 2) el producto de agroturismo se define a través de la conformación de varios elementos como: el aprovechamiento del patrimonio rural y natural, el aprovechamiento del patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer experiencias que resulten de interés para un determinado segmento de mercado. Para el disfrute de esta actividad también se ofrecen servicios de hospedaje, alimentación y venta de variedad de productos frescos o procesados en las fincas o en la población cercana, como también se crea la infraestructura necesaria para el acceso.

2.3. Estudio de factibilidad

Santos (2008) menciona que un estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro etapas: idea, pre-inversión, inversión y operación. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Para llevar a cabo el

estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y económico-financiero.

El estudio de factibilidad permite evaluar las propuestas de proyectos, tomando en cuenta la disponibilidad del financiamiento para aprobar las inversiones, teniendo en cuenta los indicadores período de recuperación (PR), valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), estableciendo estrategias de ejecución de inversiones en función de las prioridades, y llegando en términos de fuentes de financiamiento disponibles (Burneo et al., 2016).

2.4. Viabilidad comercial

La viabilidad comercial intenta verificar si los bienes o servicios que se comercializarán tienen potencial para venderse y desarrollarse en el mercado. En otras palabras, si tendrá un mercado que acepte el producto o servicio, de tal manera que justifique la inversión que se realizará. Por ello, no basta que existan clientes que compren el producto, sino que la demanda debe ser en cantidades suficientes y además que crezca de manera constante en el tiempo (Plan de negocios Perú, 2020).

2.4.1. Estudio de mercado

La investigación de mercado se refiere a la primera parte de una encuesta de investigación formal. Incluye la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de precios y la investigación de mercados. El objetivo general de esta encuesta es verificar la verdadera posibilidad de penetración del producto en el mercado. Al final de la encuesta, será posible palpar o sentir el riesgo de operación y la posibilidad de éxito de la venta de nuevos productos o la existencia de nuevos competidores (Baca, 2010).

2.4.1.1. Análisis de la oferta

- **Oferta Turística**

Abarca el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en este sentido se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el establecimiento deberá cumplir vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por el mercado (Gobierno de México, 2018).

De acuerdo con Boullón (2006: p. 38) “la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico”.

Elementos de la oferta turística:

○ Atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante (Ministerio de Turismo, 2004: p. 2).

○ Infraestructura turística

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas y, por consiguiente, puede ser de uso común o específica del turismo. Es el fundamento que posibilita la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en particular, el transporte y la comunicación (Varisco, 2013: p. 7).

○ Planta turística

Son las instalaciones que prestan servicio al turista como:

-Alojamiento

-Alimentación

-Transporte (Cerna, 2013: p. 11).

○ Superestructura turística

La superestructura está constituida por entidades públicas, privados, comunitarios, nacionales e internacionales que tienen como función planificar y coordinar el buen funcionamiento del sistema turístico (Varisco, 2013: p. 7).

2.4.1.2. Análisis de la demanda

• Demanda turística

Es la cantidad de turistas que hay en un momento y lugar dado, y la suma de los bienes y servicios efectivamente solicitados por los consumidores durante su estadía en ese lugar (González et al., 2019: p. 26).

Los tipos de demanda turística se clasifica en:

- *Demanda actual*

Es el número de personas que participan actualmente en actividades turísticas, es decir, el número de personas que realmente viajan. También es el grupo más fácil de medir y además es el grupo reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda actual es la propensión a viajar, que tiene en cuenta la tasa de penetración de viajes y viajes entre grupos específicos de personas (Cooper, 1993; citado en Ponce, 2020: p. 15).

- *Demanda potencial*

La demanda potencial es el nivel más alto de demanda que se puede alcanzar para un producto bajo una serie de condiciones (Sánchez, 2020).

- *Demanda insatisfecha*

Se manifiesta cuando los productos o servicios ofertados no logran cubrir los requerimientos del mercado (Baca, 2013: p. 29).

- *Demanda satisfecha*

La demanda satisfecha se presenta cuando el mercado satisface todas sus necesidades con los productos existentes (Mondragón, 2017).

- *Segmentación del mercado*

Es un proceso mediante el que se agrupa a los consumidores potenciales de productos o servicios con características y preferencias similares para que puedan satisfacer plenamente sus necesidades a través de una mejor ejecución de las estrategias de marketing (Pérez y Herrera, 2017: p. 3).

- *Perfil del turista*

De acuerdo con Covarrubias (2015) el perfil del turista describe que son “las preferencias que muestren ya sea por su forma de ser, por las tendencias actuales por determinada o por las actividades desempeñan en su vida diaria y se complementan con el gusto de viajar”.

2.4.1.3. Estudio de la competencia

Es una situación que ocurren cuando las empresas rivalizan al momento de producir y ofertar un mismo producto o servicio y al mismo mercado meta. Además, la competencia debe ser investigada y analizada, para lo cual se debe recabar la información más representativa de la competencia (Koch, 2006: p. 34).

2.5. Viabilidad técnica

La viabilidad técnica es la “condición que permite el funcionamiento del proyecto, se evalúa para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible” (González y Vidaud, 2009: p. 5).

El aspecto técnico - operativo de un proyecto incluye todo lo relacionado con el funcionamiento y la operatividad del proyecto en sí y en lo referente al tamaño de la planta, localización y en si la ingeniería de los procesos relacionado a la producción (Chapi y Pozo, 2016: pp. 48-49).

2.5.1. Tamaño de la planta

Según Cosio (2011: p. 8) el tamaño del proyecto “mide la capacidad productiva en condiciones normales durante un período. La determinación del tamaño es el resultado de la interrelación de varias variables entre las que podemos citar: demanda, disponibilidad de insumos, localización y tecnología”.

2.5.2. Localización

Se analizan varios factores para la macrolocalización o ubicación y para la microlocalización del proyecto, también se considera la cercanía al mercado y la proximidad a la materia prima, con el fin de minimizar los costos de transporte y almacenamiento (Cosio, 2011: p. 8).

2.5.3. Diseño arquitectónico de la planta

El diseño arquitectónico se define como:

La representación o expresión gráfica de la solución a los requerimientos y contendrá como mínimo los planos de conjunto o localización, plan maestro o planta de conjunto, plantas, plano de fachadas, plano de cortes, planos de ventanas, cancelería y puertas, plano de detalles constructivos, plano de mobiliario y equipo (Secretaría de Educación Pública de México, 2015; citado en Calapucha, 2019: p. 30).

2.5.4. Elaboración de paquete turístico

Para elaborar un paquete turístico es importante conocer todos los tipos de actividades de ocio existentes o que se establecerán en la empresa. El paquete turístico contiene una gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Permite

programar la oferta para crear un nuevo producto turístico. Es una combinación de servicios que generalmente se compran individualmente como el transporte, alojamiento, alimentación y diversiones, pero que se ofrecen como un producto exclusivo, integrado, con precio fijo y en una sola transacción (Vera, 2012).

2.5.5. Análisis mercadotécnico

2.5.5.1. 4 C's del Marketing

Las 4 C's complementan a las 4P's del marketing y guían la estrategia de marketing definitiva. El objetivo es asegurarse de que los consumidores escuchen y se sientan comprendidos por la marca. Esto brinda a los consumidores acceso a todas las funciones útiles que hacen que la experiencia de compra sea simple, conveniente y rápida (Sevilla, 2020).

- Consumidor

Este es el eje de la estrategia de los negocios y las marcas deben entregar propuestas de valor diferenciadas durante todo el proceso de venta, teniendo en cuenta el servicio postventa, desde el planteamiento inicial de las campañas de marketing, hasta las ventas (Sevilla, 2020).

- Comunicación

El objetivo es establecer una relación cercana. Las marcas persiguen una comunicación personalizada y bidireccional con su público objetivo a través de sus canales preferidos, donde las redes sociales juegan un papel primordial (Sevilla, 2020).

- Conveniencia

Es ofrecer a los consumidores un proceso de compra sencillo, bien organizado y rápido (Sevilla, 2020).

- Costo

Es más allá del precio que paga el consumidor, también analiza otros factores que pueden hacer que el consumidor rechace categóricamente la compra, los obstáculos que enfrenta el consumidor para realizar la compra (Sevilla, 2020).

2.6. Viabilidad administrativo legal

2.6.1. Estudio legal

El estudio legal determina la viabilidad de un proyecto de acuerdo con las regulaciones que rigen el proyecto con respecto a la ubicación de productos, subproductos y patentes. También tiene en cuenta la legislación laboral y su impacto en los sistemas de contratación, los intereses sociales y otras obligaciones laborales (Guerrero y Santacruz, 2016: p. 26).

2.6.2. Estudio administrativo

El estudio administrativo implica determinar los aspectos organizacionales que se deben considerar cuando se establece una nueva empresa, tales como planificación estratégica, estructura organizacional, legal, financiera, laboral, determinación de fuentes y métodos de reclutamiento, proceso de selección y capacitación de orientación requerida para calificar a nuevos empleados (Parra et al., 2008: p. 2).

2.6.2.1. Organigrama funcional

Es una representación gráfica de la estructura organizativa que indica la función que debe desempeñar cada departamento, equipo o estructura de una empresa y establece autoridades y niveles de jerarquía (Enciclopedia económica, 2019a).

2.6.2.2. Organigrama estructural

“Es aquel que, partiendo de una cadena de mando, muestra la estructura administrativa existente en una organización e indica como se determinan los diferentes puestos, de manera que se conozca el grado de autoridad y responsabilidad” (Arias, 2020).

2.6.2.3. Manual de cargos y funciones

El manual incluye un análisis y la caracterización de los diferentes cargos, así como herramientas para mejorar la eficiencia de la gestión de recursos humanos y permitir el establecimiento de reglas de coordinación entre puestos (SMS Auditores del Ecuador, sf.).

2.7. Viabilidad socioambiental

2.7.1. Impacto ambiental

“El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza” (Gestión en Recursos Naturales, 2018).

2.7.2. Impacto social

El impacto social hace alusión a los cambios en la sociedad y el medio ambiente. El impacto en la sociedad se refiere a la equidad, la salud, la nutrición, la pobreza, la seguridad y la justicia de la población. El cambio ambiental se refiere al ahorro y utilización de la energía, la gestión de desechos, la salud ambiental, la utilización y el agotamiento de los recursos y el cambio climático. Además, los impactos sociales pueden ser negativos o positivos, intencionales o no intencionales como resultado de las diferentes acciones (Martínez, 2014: p. 7).

2.7.3. Evaluación ambiental

De acuerdo con Cosío (2011: p. 9) “la evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos”.

2.7.4. Método de Leopold

Según Gómez (2019) la matriz de Leopold “es un cuadro de doble entrada de relación causa-efecto empleado en la evaluación del impacto ambiental. Esta matriz sistematiza la relación entre las acciones a implementar en la ejecución de un proyecto y su posible efecto en factores ambientales”.

2.7.4.1. Estructura de la matriz de Leopold

En la primera fila (parte superior) se colocan las acciones a ejecutar en el proyecto a evaluar. En el extremo izquierdo (primera columna) se anotan los factores ambientales que pueden verse afectados por cada acción. En las celdas formadas por la intersección entre filas y columnas se anotan la magnitud e importancia del impacto (Gómez, 2019).

- Magnitud (M): Los valores de la magnitud del impacto varían del 1 al 10 y se señala con un signo (+) o (-) según sea el impacto positivo o negativo.
- Importancia (I): Es la relevancia del impacto sobre la calidad del medio ambiente, la calificación está valorada entre 1 y 10 calificando de 10 la máxima y 1 la mínima (Gómez, 2019).

Los factores ambientales a valorar en la matriz de Leopold se agrupan de acuerdo con la tabla 1-2 según los siguientes tipos:

Tabla 1-2: Factores ambientales

| Características físicas | Condiciones biológicas | Factores culturales |
|-------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Tierra | Flora | Usos del territorio |
| Agua | Fauna | Recreativos |
| Atmósfera | | Intereses estéticos y humanos |
| Procesos | | Nivel cultural |
| | | Servicios e infraestructuras |

Fuente: Ramos, 2004: pp. 64-65.

2.8. Rentabilidad económica financiera

2.8.1. Estudio económico

El estudio económico es el “ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Baca, 2013: p. 6).

2.8.1.1. Inversiones

“La inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo” (López, 2018) .

2.8.1.2. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiación son el medio por el cual una empresa obtiene los recursos económicos que necesita y los utiliza para realizar determinadas actividades (Enciclopedia Económica, 2019).

2.8.1.3. Gastos

Los gastos en términos de presupuesto que consisten en la adquisición de activos económicos por parte de un individuo u organización para lograr sus respectivas metas u objetivos. Constituyen la compra de insumos necesarios para desarrollar una función productiva particular, como comercio, industria, agricultura, minería, finanzas, profesionales, administración, etc. (Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador, 2012: p. 7).

2.8.1.4. Ingresos

Los ingresos se refieren a todas las ganancias agregadas al presupuesto total de una organización pública o privada, individual o colectiva (Gil, 2015).

2.8.2. Estudio financiero

Según Carvajal (2017) el estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil.

2.8.2.1. Indicadores financieros

La evaluación de proyectos consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente corriente proyectada de desembolsos. Esto no es otra cosa que el flujo de caja estimado del proyecto (Cohen, 2015).

2.8.2.2. Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión es una medida de rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, se mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo. En primer lugar, debe encontrarse el Valor actual de flujo, incluyendo tanto los de entrada como los de salida y restarlos al costo del capital del proyecto, posteriormente deben sumarse estos flujos para obtener el VAN del proyecto. Si el VAN es positivo, el proyecto debe ser aceptado, si es negativo debería ser rechazado. Un VAN igual a cero significa que los F de F del proyecto son suficientes para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento de ese capital (Vindi, 2019).

2.8.2.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rendimiento que obtiene de su inversión. Es la relación entre el retorno o la pérdida de la inversión y el monto no retirado del proyecto (Sevilla, 2014).

2.8.2.4. Relación costo beneficio (RBC)

La relación costo beneficio se define como:

El análisis costo-beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad. Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto. El análisis de relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, esto implica que: 1) $B/C > 1$ los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto, el proyecto es aceptable. 2) $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, el proyecto es indiferente. 3) $B/C < 1$ los ingresos son menores que los egresos, el proyecto no es aceptable (Váquiro, 2010).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo se llevó a cabo utilizando técnicas de revisión bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, analítico, descriptivo y prospectivo lo que permitió el cumplimiento de los cinco objetivos planteados de forma pertinente.

Para el cumplimiento del primer objetivo que es: Determinar la viabilidad comercial para la implementación del producto de agroturismo, se ejecutó las siguientes actividades:

- Se desarrolló un estudio de mercado para lo cual se realizó el análisis de la oferta, demanda y la confrontación vs competencia:
- El análisis de la oferta de la zona de estudio se efectuó bajo un enfoque de sistema turístico: atractivos, actividades, infraestructura, planta turística y superestructura.
 - Atractivos y actividades: se realizó la visita a los sitios naturales y culturales de la zona de estudio y se procedió a desarrollar el levantamiento y registro, ponderación y jerarquización de recursos turísticos que se lo realizó a través de la ficha de inventario valorado y automatizado de atractivos del Ecuador propuesto por el Mintur (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).
 - Planta turística: dentro de la planta turística, se constó si en el sector dispone de sitios de alojamiento, alimentación y de esparcimiento para obtener dicha información se lo realizó a través del catastro turístico del cantón Pelileo. Dentro de dicha información se revisó los establecimientos que prestan servicios turísticos en el cantón, con la finalidad de identificar una oferta que pueda vincularse al producto.
 - Infraestructura: se analizó si el sector cuenta con los servicios de conectividad, saneamiento ambiental, servicios básicos y energía. La información fue levantada a través de entrevista al presidente del caserío y al secretario de la junta de agua potable y alcantarillado quien tiene registro de las personas que cuentan con los servicios de agua potable y alcantarillado.

- Superestructura: se analizó el ente responsable de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico dentro de la zona de estudio. En el ámbito participativo y para el ejercicio de la actividad turística se identificaron las entidades públicas, privadas y comunidades.
- Para realizar el análisis de la demanda se segmentó el universo de estudio, identificando los dos segmentos prioritarios de turistas, tanto nacionales como extranjeros y se obtuvo una muestra aplicando la fórmula del tamaño de la muestra para poblaciones finitas para saber el número de encuestados.

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

En dónde:

n= Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

P= 0.5 Probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 0.05 Margen de error

Z= 95% Margen de confiabilidad

Una vez calculada la muestra se estableció el número de encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros.

○ Recolección de la información

La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta y el instrumento de recolección de información aplicado es el cuestionario, en el cual se planteó preguntas cerradas tomando en cuenta variables sociodemográficas, psicográficas y principales intereses del turista que visita el cantón Pelileo.

○ Determinar el perfil del turista de acuerdo con el segmento

Se tabuló los datos con la información arrojada por las encuestas aplicadas y se procedió a determinar el perfil del turista nacional y extranjero según sus gustos y preferencias.

- Estudio de la competencia

El estudio de la competencia se lo realizó por medio de la investigación directa la cual analizará los siguientes elementos: nombre, tipo, categoría, instalaciones, servicios, capacidad, ubicación, demanda, formas de comercialización observación de los establecimientos turísticos aledaños al sector.

- Confrontación demanda vs competencia

La confrontación de la competencia y demanda se realizó mediante la proyección de la demanda y competencia se utilizó la fórmula del método del incremento compuesto, además se realizó el cálculo de demanda potencial, insatisfecha y objetiva de mercado, para la cual se siguió el siguiente procedimiento:

- Proyección de demanda y competencia

Se proyectó la oferta para ver el mercado disponible para los próximos 5 años, para ello se aplicó la fórmula del incremento compuesto que considera:

$$Cn = Co (1 + i)n$$

Donde:

Cn = población futura, resultado de la proyección

Co = población al inicio del periodo

i = Índice de crecimiento del turismo post COVID-19 (4%)

n = número de años que se va a proyectar la población

- Proyección de la demanda

Incremento compuesto

$$Cn = Co (1 + i)n$$

Co = número turistas potenciales

i = índice de crecimiento del turismo post COVID -19

n = número de años que se va a proyectar la población

- Cálculo de la demanda potencial

Se realizó para conocerle volumen máximo de demanda que puede disponer el producto de agroturismo en condiciones y tiempo determinado la cantidad de individuos son posibles consumidores del producto de agroturismo.

$$DP = DT * \% \text{captación}$$

Donde:

DP = demanda potencial

DT = demanda total

% captación = porcentaje de captación del producto turístico.

○ Cálculo de la demanda insatisfecha

Se confrontó la proyección de la demanda con la proyección de la oferta (competencia) para determinar el volumen de mercado que abarcará el producto de agroturismo.

$$DI = D - C$$

Dónde:

DI = demanda insatisfecha

D = demanda

C = competencia

○ Cálculo de la demanda objetiva del mercado

El cálculo de la demanda objetiva nos mostró el porcentual que se podrá captar el producto de agroturismo en función de las condiciones y capacidad instalada de la oferta de servicios existentes.

$$Do = DI * \% \text{aceptación}$$

Donde:

Do = demanda objetiva

DI = Demanda insatisfecha

% aceptación = porcentaje de aceptación del producto de agroturismo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo que es: Establecer la viabilidad técnica para la implementación del producto de agroturismo se cumplirá con los siguientes aspectos:

• Planificación y diseño técnico de la infraestructura.

○ Localización del proyecto: se consideró dos parámetros como son la macro y micro localización.

- Tamaño del proyecto: se obtuvo el número de clientes proyectados para los años de duración de la estructura del proyecto y las características del terreno.
- Tipología de la construcción: se hizo mención a las condiciones y el tipo de materiales que serán utilizados para el montaje de la obra civil.
- Diseño técnico arquitectónico: se consideró los aspectos necesarios como diseño arquitectónico, decoración de interiores, análisis de precios unitarios, programación.
- Definición del proceso productivo: se determinó las necesidades productivas para el proyecto con los siguientes aspectos:
 - Flujograma del proceso productivo.
 - Mobiliario, equipo y materia prima.
- Diseño de paquetes turísticos: se realizó el diseño de paquetes turísticos, proponiendo la siguiente estructura, con adaptaciones a la propuesta de (León, 2012), el cual, a continuación, se detalla:
 - Características generales del paquete
 - Itinerario
 - Requerimientos: Que llevar y que no llevar.
 - Servicios que incluye: El paquete incluye y el paquete no incluye.
 - Análisis de costos: Costos fijos y costos variables.
- Análisis mercadotécnico: se considerará las estrategias de las 4C's del marketing.
- Consumidor o cliente: el objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que este a la medida de sus requerimientos, es por esto por lo que siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se debe satisfacer.
- Costo: el cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomara adquirir un producto o servicio.
- Conveniencia: se debe tomar en consideración como llegara mejor el producto o servicio al cliente. Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, que venderlo en cualquier lugar donde se encuentre.

- Comunicación: mediante la comunicación se promueve y se divulga las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade.

Para el cumplimiento del tercer objetivo que es: Establecer la viabilidad administrativa legal para la implementación del producto de agroturismo se desarrollaron las siguientes actividades:

- Se realizó el estudio legal para lo cual se revisó el marco legal referente a Normativa Legal del sector turístico para determinar el marco legal que regirá para la promoción del desarrollo y la regulación del sector; las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y usuarios.
- Para el estudio administrativo se realizó un organigrama funcional y estructural, un manual de funciones y responsabilidades de todo el personal que estará a disposición para efectuar los cargos de administración, operación y comercialización del producto, también se determinó los requerimientos del área administrativa para ello se analizó los siguientes parámetros: talento humano, activos fijos y activos diferidos.

Para el cumplimiento del cuarto objetivo que es: Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación del producto de agroturismo se realizó el estudio socio ambiental mediante la matriz de Leopold adecuado al caso de estudio (Ver anexo A) en la que se describió y analizó los posibles impactos que podría ocasionar la actividad turística en la comunidad y en los atractivos asociados, tomando en cuenta las condiciones biológicas, factores culturales y relaciones ecológicas.

Para el cumplimiento del quinto objetivo que es: Determinar la rentabilidad económica financiera para la implementación del producto de agroturismo se elaboró el estudio económico para lo que se consideró los siguientes parámetros: inversiones, fuentes de financiamiento, amortización de la deuda, depreciación activos fijos, amortización de activos diferidos, estructura de costos y gastos, estado de resultados, flujo de caja y para el estudio financiero se realizó la evaluación de los siguientes criterios:

- Valor Actual Neto (VAN): Permite conocer si el proyecto a proponer generará un flujo de caja que permita cubrir la inversión inicial.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): Permite identificar la rentabilidad del capital invertido.
- Relación Beneficio - Costo: Permite conocer si el proyecto generará una relación ganancia - pérdida.

- Período de recuperación del capital: Se determinó el tiempo de recuperación de la inversión a realizar en la implementación del producto de agroturismo.

Fórmulas de aplicación:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{N(1+i)}$$

$VAN = \text{Sumatoria de Ingresos descontados} - \text{Sumatoria de desembolsos descontados}$

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{N(1+i)\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$$

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Periodo de recuperación de capital.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Determinar la viabilidad comercial del producto

4.1.1. Estudio de mercado

4.1.1.1. Análisis de la oferta

- Atractivos turísticos

El cantón posee 10 atractivos turísticos naturales y culturales más representativos para el tema de estudio de acuerdo con la información levantada en agosto y septiembre del 2021, los atractivos inventariados en función a las directrices de la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador del año 2018 (Ver anexo B) y se resumió los resultados en la siguiente tabla 1-4.

Tabla 1-4: Resumen de atractivos culturales y naturales georreferenciados

| N° | Nombre del atractivo | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía | Ubicación | | |
|----|---|----------------------------|--------------------------------------|---|-----------|-----------|-----------|---------|
| | | | | | | Latitud | Longitud | Altitud |
| 1 | Cerro Teligote | Atractivos Naturales | Montaña | Baja Montaña | I | -1.36472 | -78.57278 | 3 673 |
| 2 | Fuente de agua termal del Sendero las Caras | Atractivos Naturales | Aguas subterráneas | Manantial de agua termal | II | -1.44111 | -78.50611 | 2 216 |
| 3 | Laguna La Moya | Atractivos Naturales | Ambientes lacustres | Laguna | II | -1.33033 | -78.53485 | 2 514 |
| 4 | Empanas de tiesto | Manifestaciones culturales | Acervo cultural y popular | Gastronomía | II | -1.3299 | -78.54341 | 2 600 |
| 5 | Mercado artesanal Salasaka | Manifestaciones culturales | Acervo cultural y popular | Ferias y mercados | II | -1.32092 | -78.57744 | 2 720 |
| 6 | Manufactura de jeans | Manifestaciones culturales | Realizaciones técnicas y científicas | Centros industriales | II | -1.33311 | -78.55333 | 2 618 |
| 7 | Fritada de Doña América | Manifestaciones culturales | Acervo cultural y popular | Gastronomía | II | -1.32833 | -78.53277 | 2 474 |
| 8 | Parque Central 10 de agosto | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Espacio Público | II | -1.32861 | -78.2666 | 2 474 |
| 9 | Procesión Religiosa: Vía Crucis | Manifestaciones culturales | Acervo cultural y popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | II | -1.34694 | -78.51027 | 2 220 |
| 10 | Fiestas de Cristo Resucitado | Manifestaciones culturales | Acervo cultural y popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | II | -1.34833 | -78.51027 | 2 215 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Planta turística

Se analizó el catastro turístico del cantón Pelileo, en el que se encontró la siguiente información:

- Alojamiento

En el cantón Pelileo los establecimientos de alojamiento registrados en el catastro turístico son dos. Las plazas de habitaciones registradas abastecen a 112 personas o pax.

Tabla 2-4: Establecimientos de alojamiento del cantón Pelileo

| Tipo | Categoría | Existencias | Número de habitaciones | Plaza de camas |
|----------|-----------|-------------|------------------------|----------------|
| Hoteles | Tercera | - | - | - |
| | Segunda | 1 | 23 | 57 |
| | Primera | - | - | - |
| | Total | 1 | 23 | 57 |
| Hostales | Lujo | - | - | - |
| | Tercera | - | - | - |
| | Segunda | 1 | 27 | 55 |
| | Total | 1 | 27 | 55 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022

- Alimentos y bebidas

La mayor cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas registrados son Restaurantes (91,3%) y Cafeterías (8,7%).

Tabla 3-4: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pelileo

| Tipo | Categoría | Existencia | Número de mesas | Número de sillas |
|--------------|-----------|------------|-----------------|------------------|
| Restaurantes | Lujo | 8 | 64 | 256 |
| | Tercera | 12 | 116 | 464 |
| | Segunda | 1 | 15 | 60 |
| | Total | 21 | 195 | 780 |
| Cafeterías | Lujo | - | - | - |
| | Tercera | 1 | 10 | 40 |
| | Segunda | 1 | 12 | 48 |
| | Total | 2 | 22 | 88 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022

- Agencias de Viajes

El cantón Pelileo solo cuenta con una agencia de viajes registrada.

Tabla 4-4: Establecimiento de agencia de viajes del cantón Pelileo

| Tipo | Categoría | Existencia |
|-------------------|-----------|------------|
| Agencia de viajes | Dual | 1 |
| | Total | 1 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022

- Lugares de esparcimiento

El cantón Pelileo cuenta principalmente con seis lugares de esparcimiento.

Tabla 5-4: Establecimientos de esparcimiento del cantón Pelileo

| Establecimiento | Parroquia | Sector |
|---|----------------|----------------|
| Complejo Turístico Recreacional “La Moya” | Pelileo Grande | Pelileo Grande |
| Complejo Turístico Recreacional “El Bosque” | Bolívar | Barrio Oriente |
| Complejo Turístico “Don Moro” | Pelileo Grande | Gamboa |
| Complejo Turístico El Truchón de “Luigui” | Pelileo Grande | Inapi |
| Complejo “El Paraíso” | Pelileo Grande | Artezón |
| Complejo Turístico Valle Verde | Pelileo Grande | Inapi |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Sin embargo, existen establecimientos que a pesar de no encontrarse debidamente reconocidos por el Ministerio de Turismo prestan sus servicios a los turistas y a la población, formando parte de la oferta de este cantón.

- Infraestructura básica disponible

En cuanto a la infraestructura básica disponible en la zona de estudio que es el caserío Artezón son 250 (100%) hogares reciben agua, líquido vital proveniente de la red de agua potable de las vertientes Yataquí, misma que cuenta con un tratamiento adecuada de purificación.

El caserío cuenta con una red de alcantarillado de la cual 225 (90%) viviendas tiene acceso y el otro restante que es 25 (10%) cuenta con pozo séptico para la eliminación de desechos.

Con respecto al servicio de energía eléctrica, el 100% de la población que habita en el caserío recibe electricidad de la red pública EEASA.

El saneamiento básico del caserío se la realiza una vez por semana mediante un carro recolector de basura facilitado por el GAD Municipal de Pelileo, siendo beneficiarios de este servicio toda la población.

Para el acceso al caserío Artezón existe una cooperativa de buses urbanos que presta sus servicios en distintas zonas del cantón Pelileo, dicha cooperativa dispone salidas desde el centro del cantón hacia Valle Hermoso en el que se encuentra el caserío Artezón a partir de las 6:00 am, con frecuencia cada media hora hasta las 19:00 pm.

Para llegar al caserío también se lo puede hacer a través de carreras en camionetas que tienen un valor de \$3,00 desde el centro del cantón.

El caserío no cuenta con cabinas telefónicas, sin embargo, se puede utilizar teléfonos celulares dado que hay buena cobertura de las operadoras Claro, Movistar y CNT. Existen dos establecimientos que ofrecen internet una en el complejo “El Paraíso” y en el local Víveres Mary’s. Por último, por medio de las fichas de inventario de atractivos en la tabla 6-4 se resume la infraestructura básica que cada atractivo posee.

Tabla 6-4: Resumen de la infraestructura básica disponible en los atractivos

| Atractivos turísticos | Infraestructura básica disponible | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------|------------------------------|-------------------------|-------|-----------|-------|
| | Agua potable | Energía eléctrica | Saneamiento (Alcantarillado) | Tratamiento de desechos | | Telefonía | |
| | | | | Carro recolector | Otros | Fija | Móvil |
| Cerro Teligote | | | | | | | X |
| Fuente de agua termal del Sendero las Caras | X | X | X | X | | | X |
| Laguna La Moya | X | X | X | X | | | X |
| Empanas de tiesto | | X | | X | | | X |
| Mercado artesanal Salasaka | X | X | X | X | | | X |
| Manufactura de jeans | X | X | X | X | | X | X |
| Fritada de Doña América | X | X | X | X | | | X |
| Parque Central 10 de agosto | | X | | X | | | X |
| Procesión Religiosa: Vía Crucis | | X | | | | | X |
| Fiestas de Cristo Resucitado | X | X | X | X | | | X |

Realizado por: Jaitía, Katherine, 2022

- Superestructura turística

Se han identificado 5 instituciones que se vinculan o intervienen en el manejo y desarrollo de las actividades turísticas, así como su apoyo y colaboraciones que se describen en la tabla 7-4.

Tabla 7-4: Caracterización de influencia para el manejo de las actividades turísticas

| Institución | Roles | Ámbito de intervención | Beneficio | Conflictos |
|---------------------------------|---|---|--|------------|
| Coordinación Zonal 6 de Turismo | Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar eficiencia y eficacia de la actividad | <ul style="list-style-type: none"> • Difusión • Marco legal del turismo • Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos | Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos y proyectos turísticos y proyectos sostenibles: infraestructura, señalización, equipamiento y cursos de emprendimiento para la formación de la microempresa | Ninguno |
| GAD Provincial de Tungurahua | <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar actividades productivas • Promover el desarrollo integral de la actividad turística | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo: marketing y promoción, planificación e infraestructura. • Vialidad: mejoramiento de las vías e implementación de señalización rural | <ul style="list-style-type: none"> • Formación y capacitación turística • Planificación y coordinación turística • Apoyo en el mejoramiento de vías y en obras de beneficio comunitario | Ninguno |
| GAD Cantonal de Pelileo | <ul style="list-style-type: none"> • Promover y coordinar programas, proyectos y actividades para desarrollar el potencial turístico del cantón, a través del Área de Turismo. • Controla que los establecimientos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente • Mejorar los servicios públicos | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo: difusión, planificación e infraestructura • Vialidad: mejoramiento de vías e implementación de señalización urbana | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en el área turística • Recursos económicos | Ninguno |

| Institución | Roles | Ámbito de intervención | Beneficio | Conflictos |
|-------------------|--|--|---|------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> Planificar, programar y proyectar las obras públicas | | | |
| Unidad de Turismo | <ul style="list-style-type: none"> Registro de actividades turísticas. Fomentar y fortalecer la actividad turística en el cantón | Difusión | Capacitación en el área turística | Ninguno |
| MAGAP | Desarrollar actividades productivas y fomento del desarrollo local | <ul style="list-style-type: none"> Agricultura y ganadería: proyectos productivos Microempresas: fomento del desarrollo microempresarial | <ul style="list-style-type: none"> Fomento productivo y asistencia técnica en el ámbito agrícola y pecuario Control y capacitación agrícola | Ninguno |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.1.1.2. Análisis de la demanda

- Segmentación del mercado

Para la segmentación del mercado se ha tomado como referencia los datos registrados en el Boletín sobre estadística de Turismo de Tungurahua elaborado por el Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua en donde a través de los diferentes levantamientos estadísticos aplicados para la obtención del perfil del visitante que tiene oportunidad para la captación de demanda, definiendo los mercados: los turistas nacionales y extranjeros que visitan Pelileo en los eventos culturales y cantonización del año 2018 en relación al día mayor de la festividad.

- Universo de estudio

Se tomó como universo de estudio 3 530 turistas que arribaron al cantón Pelileo en el año 2018 entre nacionales y extranjeros detallados de la siguiente manera:

Turistas nacionales: 3 459

Turistas extranjeros: 71

- Muestra

La muestra se calculó a través de la fórmula matemática de poblaciones finitas.

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

En dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N = Universo de estudio: 3 530

P= Probabilidad de ocurrencia de un evento: 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia de un evento: 0,5

e= Margen de error del 5%: 0,05

Z= Margen de confiabilidad: 1,96

Tomando en cuenta el universo de 3 530, se procedió a calcular la muestra, reemplazando los datos:

$$n = \frac{3\ 530 (0,5 * 0,5)}{(3\ 530 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 346,54$$

$$n = 347$$

En total se realizaron 347 encuestas.

- Estratificación de la muestra

La estratificación de la muestra se realizó con la siguiente fórmula:

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

En dónde:

f= factor de estratificación

n= Muestra (347)

N= Universo de estudio (3 530)

Tomando en cuenta los datos, se procedió a reemplazar en la fórmula:

$$f = \frac{347}{3\ 530}$$

$$f = 0,09830028329$$

El factor de estratificación es igual a 0,09830028329.

Tabla 8-4: Estratificación de la muestra

| Tipo | Turistas que visitaron Pelileo, año 2018 | Factor de estratificación | Número de encuestas |
|--------------|--|---------------------------|---------------------|
| Nacionales | 3 459 | 3 459 x 0,09830028329 | 340 |
| Extranjeros | 71 | 71 x 0,09830028329 | 7 |
| Total | 3 530 | | 347 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Instrumento

El instrumento empleado para el estudio fue el cuestionario tanto para turistas nacionales en español y para los turistas extranjeros el cuestionario (Ver anexo C y D).

- Caracterización de la demanda

- **Turistas nacionales**

- **Edad**

Tabla 9-4: Edad de los turistas nacionales

| Edad | Frecuencia |
|-----------------------|------------|
| 18 - 25 | 118 |
| 26 - 35 | 128 |
| 36 - 45 | 47 |
| 46-55 | 41 |
| 56 en adelante | 6 |
| Total | 340 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

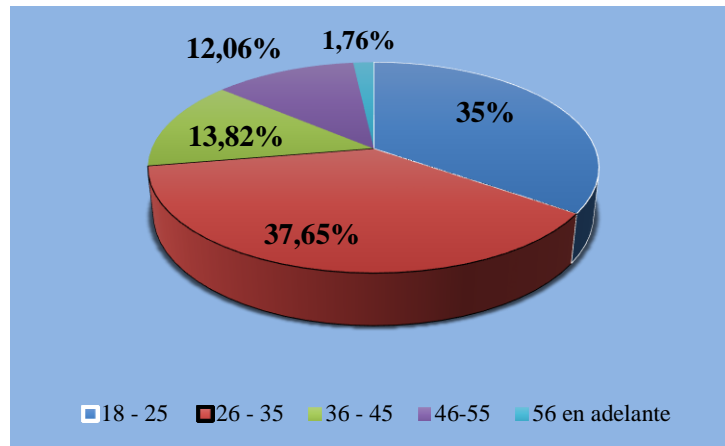


Gráfico 1-4. Rango de Edad

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

En relación con la edad del turista y como lo demuestra la gráfica anterior, se conoce que 118 individuos representan el 35% tienen de 18 a 25 años y 128 sujetos que conforman el 37.65% poseen de 26 a 35 años, seguido se obtiene que 6 individuos que son el 1.76% representan a personas mayores a 56 años. La edad que predomina el visitante de Pelileo se encuentra en dos grupos siendo estos los que tienen gran impacto de 18 a 25 años y de 26 a 35 años.

- **Género**

Tabla 10-4: Género de los turistas nacionales

| Género | Frecuencia |
|--------------|------------|
| Masculino | 148 |
| Femenino | 192 |
| Otro | - |
| Total | 340 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

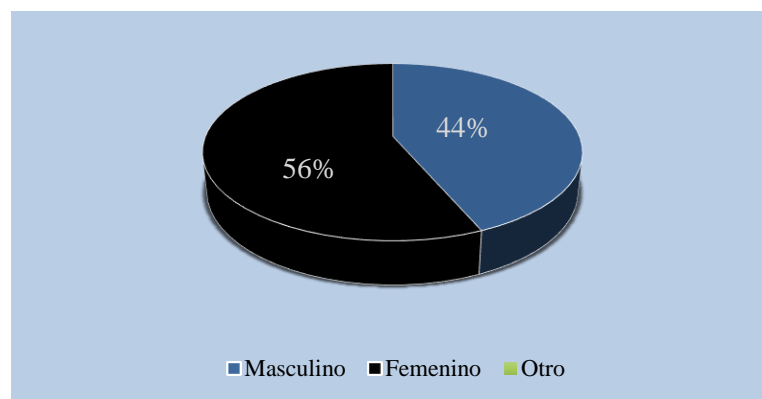


Gráfico 2-4. Género

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 56% correspondiente a 192 turistas nacionales pertenecen al género femenino y el 44% restante son de género masculino, lo que indica una participación equitativa en el género.

- **Lugar de procedencia**

Tabla 11-4: Lugar de procedencia de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Ambato | 96 | 28% |
| Azogues | 2 | 1% |
| Babahoyo | 2 | 1% |
| Baños | 65 | 19% |
| Cevallos | 4 | 1% |
| Colta | 1 | 0,3% |
| Cuenca | 5 | 1% |
| Guano | 1 | 0% |
| Guaranda | 4 | 1% |
| Guayaquil | 19 | 6% |
| Ibarra | 3 | 1% |
| Latacunga | 17 | 5% |
| Loja | 1 | 0% |
| Machala | 2 | 1% |
| Mocha | 3 | 1% |
| Pallatanga | 1 | 0% |
| Patate | 10 | 3% |
| Píllaro | 4 | 1% |
| Puyo | 49 | 14% |
| Quito | 24 | 7% |
| Riobamba | 14 | 4% |
| San José de Chimbo | 1 | 0,3% |
| Salcedo | 4 | 1% |
| Shushufindi | 2 | 1% |
| Tena | 1 | 0,3% |
| Ventanas | 1 | 0,3% |
| Vinces | 1 | 0,3% |
| Zamora | 3 | 1% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

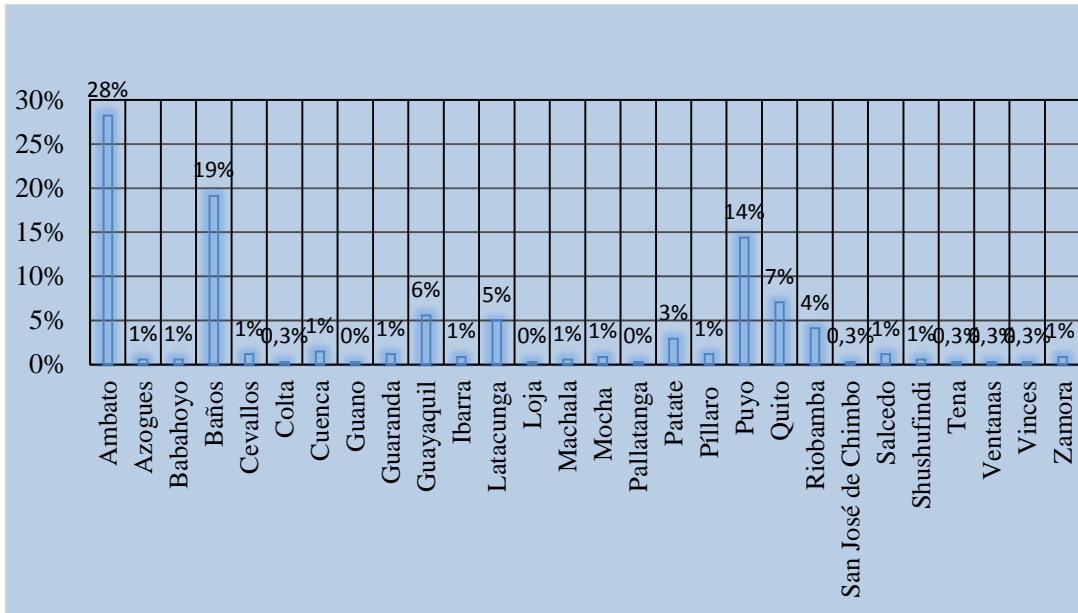


Gráfico 3-4. Lugar de procedencia

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El mayor número de turistas nacionales provienen con un 54% son de la provincia de Tungurahua y el 14% de Pastaza. Es importante conocer el mercado turístico nacional para consolidar y trabajar de forma estratégica en la captación de turistas desde nuevos mercados turísticos en el país.

Ambato, Baños, Puyo, Quito, Guayaquil, Latacunga y Riobamba, son las ciudades de donde originariamente son la mayor cantidad de turistas.

- Ocupación

Tabla 12-4: Ocupación de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Ama de casa | 2 | 1% |
| Estudiante | 89 | 26% |
| Jubilado/ Retirado/ Pensionado | 5 | 1% |
| Dirección de las empresas y administraciones públicas | 38 | 11% |
| Directivo de empresa privada | 14 | 4% |
| Empleados de tipo administrativos | 26 | 8% |
| Trabajadores de los servicios de restauración y comercio | 14 | 4% |
| Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias | 10 | 3% |
| Trabajadores no cualificados | 2 | 1% |
| Fuerzas armadas | 6 | 2% |
| Desempleado | 4 | 1% |
| Otros | 130 | 38% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

De 340 personas encuestadas, 130 que representan el 38% son otros, 89 sujetos que corresponden al 26% son estudiantes, así mismo 38 personas representan la dirección de las empresas y administraciones públicas son las que predominan en las diferentes ocupaciones.

- **Nivel de educación formal**

Tabla 13-4: Nivel de estudios de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Primaria | 28 | 8% |
| Secundaria | 118 | 35% |
| Tercer Nivel | 188 | 55% |
| Posgrado | 6 | 2% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

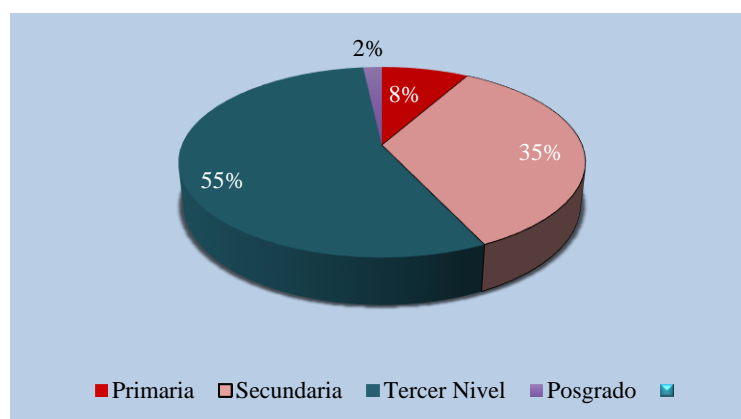


Gráfico 4-4. Nivel de educación formal

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 55% de los turistas nacionales tienen una formación de educación superior, el 35% educación secundaria, el 8% post grado y el 2% educación primaria. Los turistas encuestados en su mayoría son profesionales que tienen una formación académica de nivel superior.

- **Motivo de viaje**

Tabla 14-4: Motivo de viaje de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Turismo | 191 | 56% |
| Vacaciones | 78 | 23% |
| Visita a familiares y/amigos | 28 | 8% |
| Ferriados | 18 | 5% |
| Gastronomía | 4 | 1% |
| Negocios/trabajo | 1 | 0,3% |
| Cultura/comunidades | 13 | 4% |
| Salud | 1 | 0,3% |
| Compras | 6 | 2% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

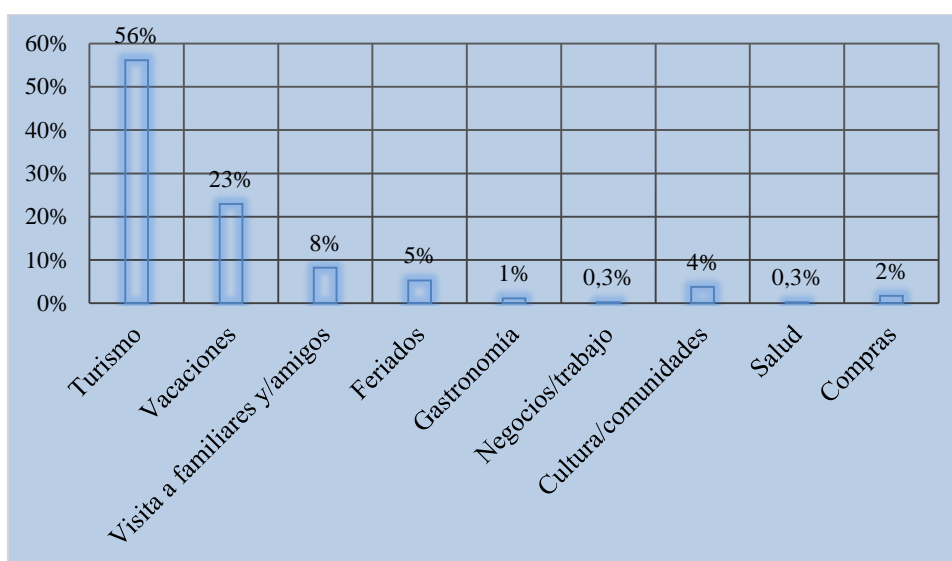


Gráfico 5-4. Motivo de viaje

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con el gráfico 191 personas que corresponde al 56% de los turistas nacionales se motiva a viajar por turismo, el 23% por vacaciones y el 8% por visita a familiares son los principales motivos al momento de viajar.

- **Forma de viaje**

Tabla 15-4: Formas de viaje de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Solo | 9 | 3% |
| En pareja | 43 | 13% |
| En familia | 266 | 78% |
| Amigos | 22 | 6% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

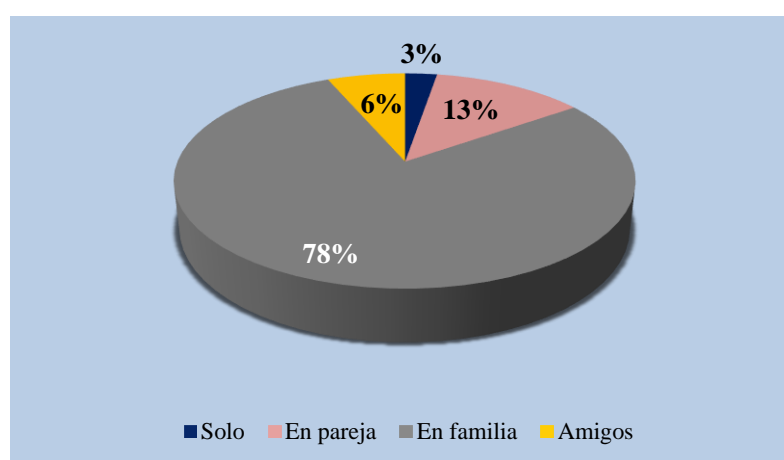


Gráfico 6-4. Formas de viaje

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De las personas encuestadas, el 78% prefiere realizar los viajes con su familia, el 13% acompañado de su pareja, el 6% con amigos y el 3% solos. Por lo que es necesario ofrecer actividades turísticas experienciales que integren a las familias, garantizando la seguridad y confianza en los servicios turísticos.

- **Conocimiento del cantón Pelileo**

Tabla 16-4: Conocimiento del lugar por parte de los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Sí | 338 | 99% |
| No | 2 | 1% |
| Total | 340 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

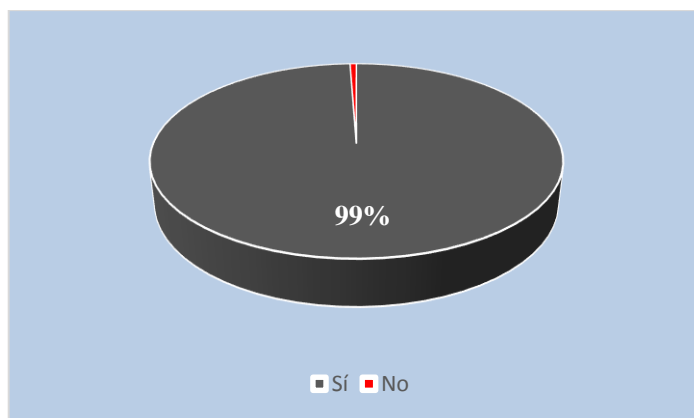


Gráfico 7-4. Conocimiento del cantón Pelileo

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 99% de las personas encuestadas conocen el cantón Pelileo y el resto de las personas que no conocen si tuvieran la oportunidad, sí desean conocer el cantón Pelileo.

- **Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo (finca agroturística) en el cantón Pelileo.**

Tabla 17-4: Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Sí | 336 | 99% |
| No | 2 | 1% |
| Total | 338 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

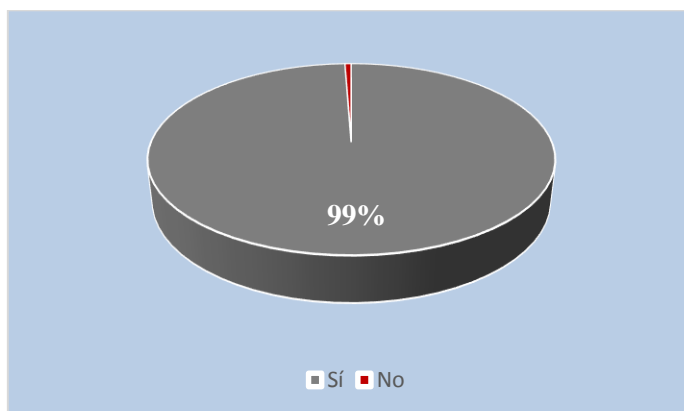


Gráfico 8-4. Nivel de aceptación del producto de agroturismo

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 99% de las personas encuestadas les gustaría que se implemente una finca agroturística en el cantón Pelileo y el 1% respondió que no. Estos resultados indican que existe la aceptación por parte de los turistas nacionales para implementar el producto de agroturismo y que se cuenta con un amplio porcentaje de clientes potenciales.

- **Servicios que le gustaría que ofrezca el producto de agroturismo**

Tabla 18-4: Servicios preferidos por los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Alimentación | 108 | 32% |
| Hospedaje | 80 | 24% |
| Área de recreación | 101 | 30% |
| Guianza | 47 | 14% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

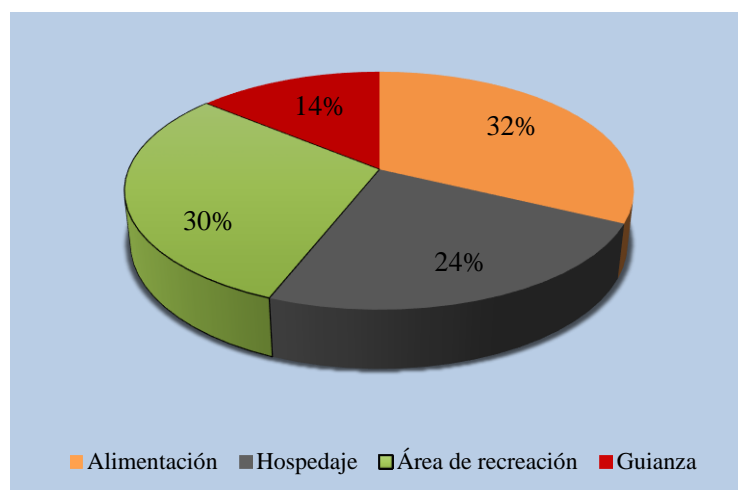


Gráfico 9-4. Servicios turísticos

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas los servicios preferidos por los turistas con 32% es alimentación y con 30% área de recreación, y de acuerdo con el gráfico se obtiene la aceptación de los servicios turísticos que ofertará la finca agroturística.

- **Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística**

Tabla 19-4: Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Visita a huertos orgánicos | 84 | 25% |
| Recolección de frutas y verduras | 55 | 16% |
| Observación de flora | 67 | 20% |
| Conocer animales domésticos | 39 | 12% |
| Participar en actividades del campo | 58 | 17% |
| Conocer el proceso de elaboración de compost y humus | 33 | 10% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

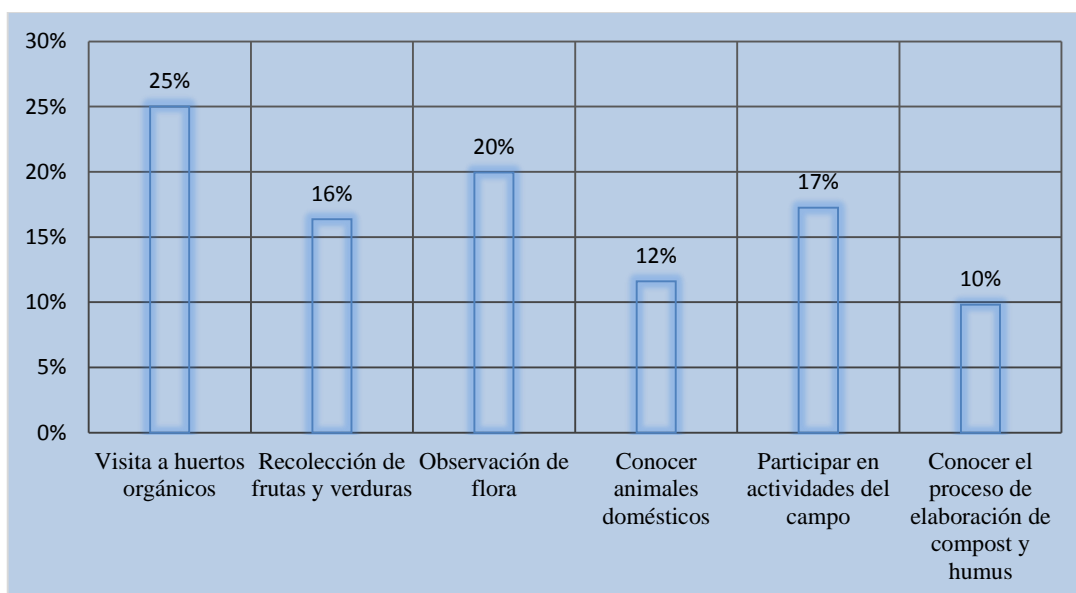


Gráfico 10-4. Actividades preferidas por los turistas nacionales

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Entre las actividades que les gustaría a los turistas que implementen en la finca agroturística se destacan con un 25% visita a huertos orgánicos, con 20% observación de flora y con un 17% participar en actividades del campo.

- **Actividades que complementen la finca agroturística**

Tabla 20-4: Actividades que complementen la finca agroturística

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Cabalgata | 65 | 19% |
| Camping | 77 | 23% |
| Compra de productos locales | 37 | 11% |
| Caminatas | 50 | 15% |
| Pesca deportiva | 53 | 16% |
| Fotografía | 56 | 17% |
| Total | 338 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

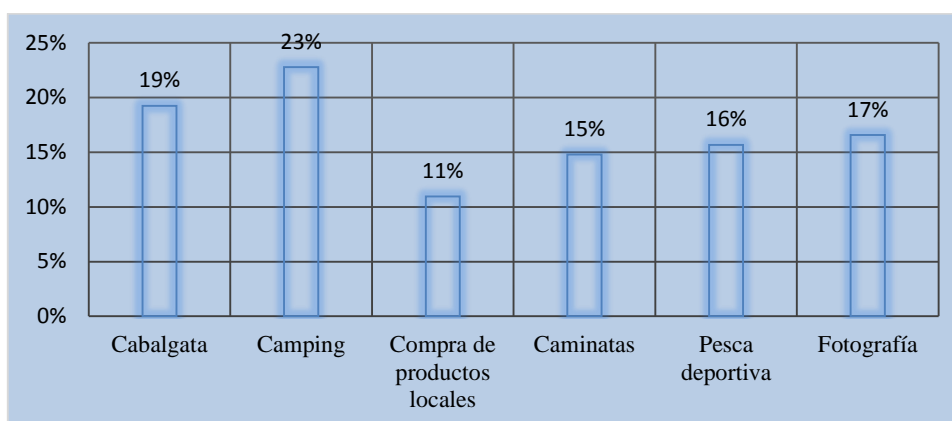


Gráfico 11-4. Actividades complementarias

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Entre las actividades complementarias preferidas por los turistas nacionales está con 23% camping y con 19% cabalgata, además también son aceptadas el resto de las actividades para implementar en el producto de agroturismo.

- **Comida que le gustaría que ofrezca en la finca Agroturística**

Tabla 21-4: Comida preferida por los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Típico de la zona | 215 | 64% |
| Nacional | 47 | 14% |
| Internacional | 12 | 4% |
| Vegetariana | 18 | 5% |
| Todas las anteriores | 44 | 13% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

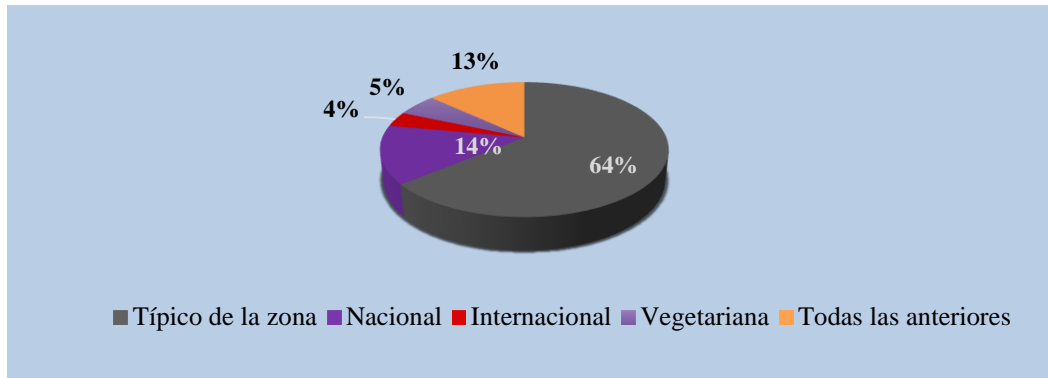


Gráfico 12-4. Preferencias gastronómicas

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

La mayoría de los turistas nacionales encuestados prefieren con un 64% la comida típica de la zona y con un 14% la comida nacional, además también con un 13% prefieren tener un menú variado.

- **Facilidades que le gustaría que cuente la finca agroturística**

Tabla 22-4: Facilidades turísticas preferidas por los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| Área de venta de souvenirs | 48 | 14% |
| Punto de información | 104 | 31% |
| Senderos | 125 | 37% |
| Internet | 59 | 18% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

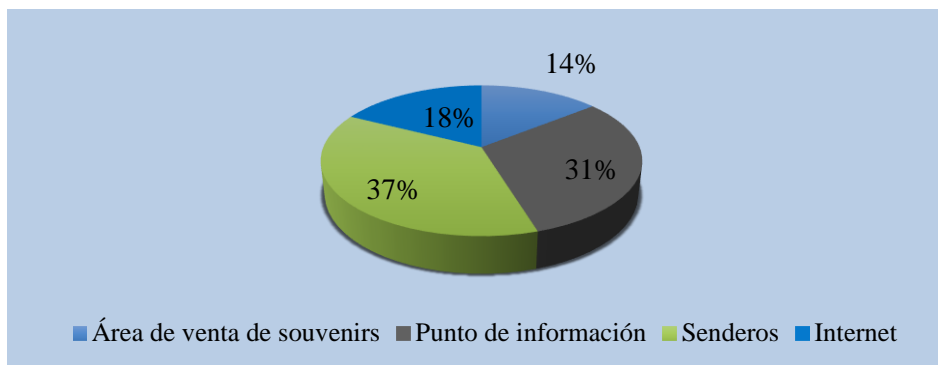


Gráfico 13-4. Facilidades turísticas

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas los turistas nacionales las facilidades turísticas preferidas con un 37% son los senderos y además del resto de facilidades necesarias para satisfacer a los turistas.

- **Tiempo para visitar la finca agroturística**

Tabla 23-4: Tiempo que disponen los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Menos de 1 día | 53 | 16% |
| 1 día | 163 | 49% |
| 2 días | 66 | 20% |
| Más de 3 días | 54 | 16% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

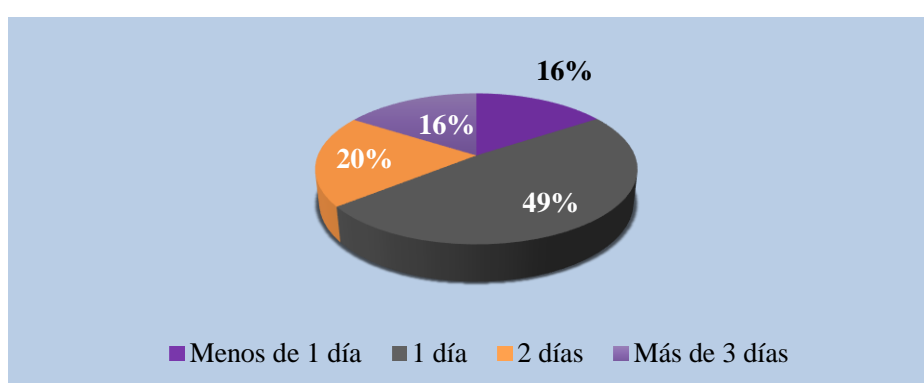


Gráfico 14-4. Tiempo para visitar la finca

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 49% de los turistas nacionales disponen de un día para visitar la finca agroturística seguido de un 20% que disponen de 2 días y según la gráfica existe un equilibrio del 16% para los que disponen de menos de un día y más de 3 días.

- **Presupuesto que estaría dispuesto a gastar por día y por persona en el lugar, que incluya hospedaje, alimentación, actividades y guianza en la finca agroturística**

Tabla 24-4: Presupuesto a gastar por día y por persona turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$5 - \$20 | 118 | 35% |
| \$21 - \$30 | 90 | 27% |
| \$31 - \$40 | 53 | 16% |
| \$41 - \$50 | 45 | 13% |
| \$51 o más | 30 | 9% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

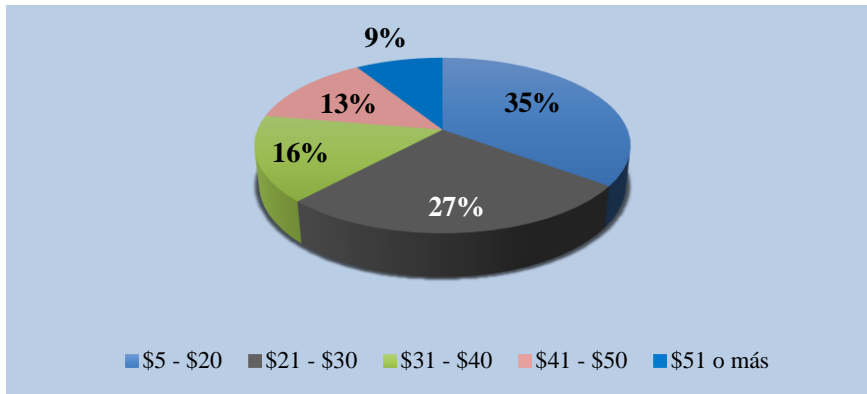


Gráfico 15-4. Presupuesto a gastar

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Los turistas nacionales según las encuestas están principalmente dispuestos a gastar en la finca agroturística por día, que incluya hospedaje, alimentación, actividades y guianza con un 35% un rango de \$5 a \$20 y con un 27% de \$21 a \$30.

- **Formas en que organiza los viajes**

Tabla 25-4: Formas en que organiza el viaje los turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Agencias de viaje | 41 | 12% |
| Independientemente | 295 | 88% |
| Otro | | 0% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

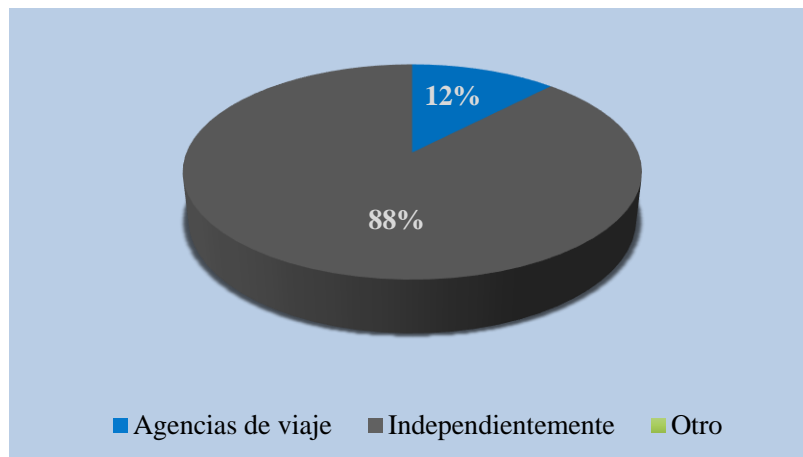


Gráfico 16-4. Formas en que el turista organiza su viaje

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 88% de los turistas les gusta realizar su viaje independientemente posiblemente porque es más económico y tienen más libertad para conocer diferentes lugares.

- **Medios informativos que utiliza para informase de ofertas turísticas**

Tabla 26-4: Medios de comunicación que utilizan para informarse turistas nacionales

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Radio | 12 | 4% |
| Redes sociales | 167 | 50% |
| Recomendación de amigos/ familiares | 60 | 18% |
| Televisión | 23 | 7% |
| Prensa | 9 | 3% |
| Agencia de viajes | 9 | 3% |
| Sitios web | 45 | 13% |
| Guías de turismo | 11 | 3% |
| Otro | - | 0% |
| Total | 336 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

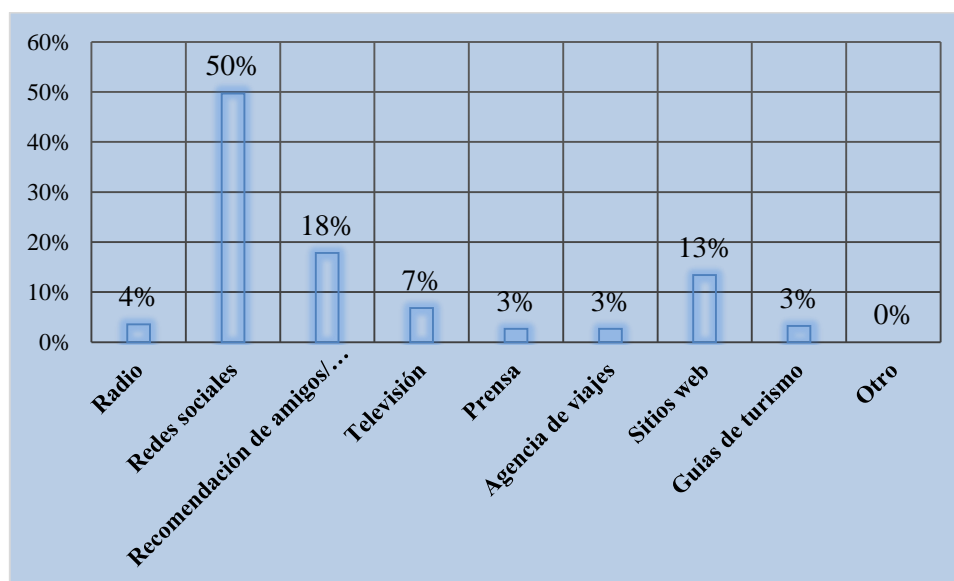


Gráfico 17-4. Medios informativos

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Según las encuestas la mayoría de las turistas nacionales con un 50% utiliza las redes sociales, seguido de un 18% que es las recomendaciones de amigos y/o familiares para informarse sobre ofertas de turismo.

- **Turistas extranjeros**
- **Edad**

Tabla 27-4: Edad de los turistas extranjeros

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| 18 - 25 | 2 | 29% |
| 26 - 35 | 3 | 43% |
| 36 - 45 | 2 | 29% |
| 46-55 | - | - |
| 56 en adelante | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

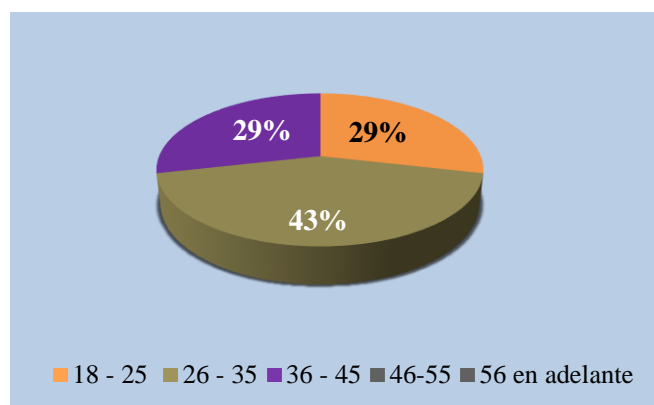


Gráfico 18-4. Rango de Edad

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

La edad de la mayoría de los turistas extranjeros que visitan el cantón Pelileo está entre 26 a 35 años (43%), seguido de los turistas de 18 a 25 años (29%), igual que los turistas entre 36 a 45 años (29%). De acuerdo con estos resultados los visitantes son turistas mayormente jóvenes que se caracterizan por contar con condiciones físicas óptimas que le permite ampliar su recorrido a conocer nuevos lugares.

- **Género**

Tabla 28-4: Género de los turistas extranjeros

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Masculino | 5 | 71% |
| Femenino | 2 | 29% |
| Otro | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

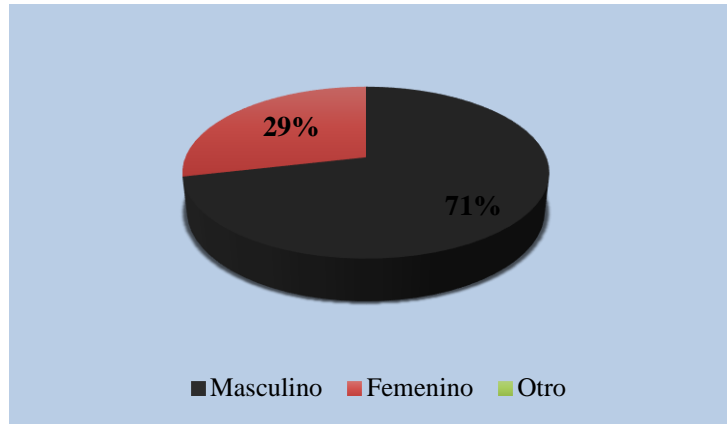


Gráfico 19-4. Género de extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

En base a los resultados obtenidos, se obtuvo que de las personas encuestadas el 71% fue masculino y el 29% de género femenino.

- **Lugar de procedencia**

Tabla 29-4: Lugar de procedencia de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Colombia | 3 | 43% |
| Argentina | 2 | 29% |
| Chile | 1 | 14% |
| Perú | 1 | 14% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

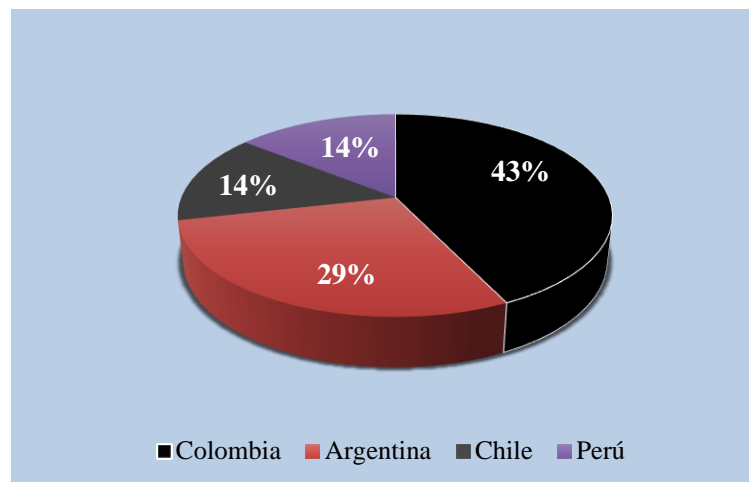


Gráfico 20-4. País de procedencia

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas el 43% de los turistas provienen de Colombia, 29% de Argentina, 14% de Chile y el otro 14% restante de Perú.

- **Ocupación**

Tabla 30-4: Ocupación de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Ama de casa | - | - |
| Estudiante | 1 | 14% |
| Jubilado/ Retirado/ Pensionado | - | - |
| Dirección de las empresas y administraciones públicas | - | - |
| Directivo de empresa privada | 2 | 29% |
| Empleados de tipo administrativos | 1 | 14% |
| Trabajadores de los servicios de restauración y comercio | - | - |
| Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias | 1 | 14% |
| Trabajadores no cualificados | - | - |
| Fuerzas armadas | - | - |
| Desempleado | - | - |
| Otros | 2 | 29% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

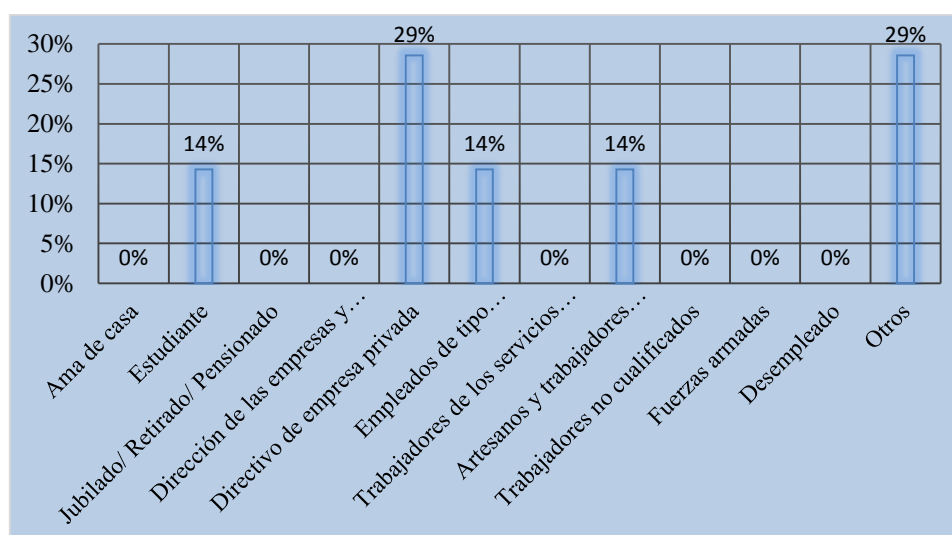


Gráfico 21-4. Ocupación de los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas con el 29% los turistas extranjeros son directivos de empresas privadas al igual que otro y con una 14% estudiante, empleados de tipo administrativo y artesanos calificado con la industria.

- **Nivel de educación formal**

Tabla 31-4: Nivel de estudios de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Primaria | - | - |
| Secundaria | 3 | 43% |
| Superior | 3 | 43% |
| Posgrado | 1 | 14% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

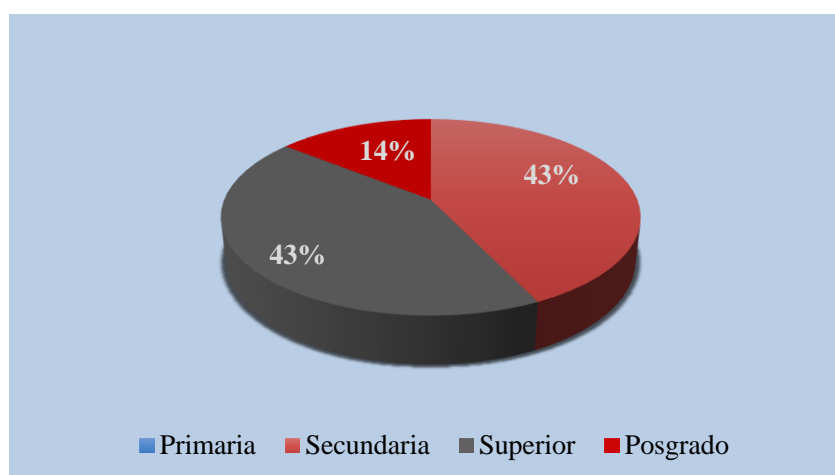


Gráfico 22-4. Nivel de educación formal de los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Dentro del nivel de nivel de educación formal de los turistas extranjeros, encontramos que el 43% tienen un nivel de instrucción superior, igual que el 43% un nivel secundario, mientras que los turistas que poseen un nivel de posgrado corresponden al 14%.

- **Motivo de viaje**

Tabla 32-4: Motivo de viaje de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Turismo | 4 | 57% |
| Vacaciones | 2 | 29% |
| Visita a familiares y/amigos | - | - |
| Feriados | - | - |
| Gastronomía | - | - |
| Negocios/trabajo | - | - |
| Cultura/comunidades | 1 | 14% |
| Salud | - | - |
| Compras | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

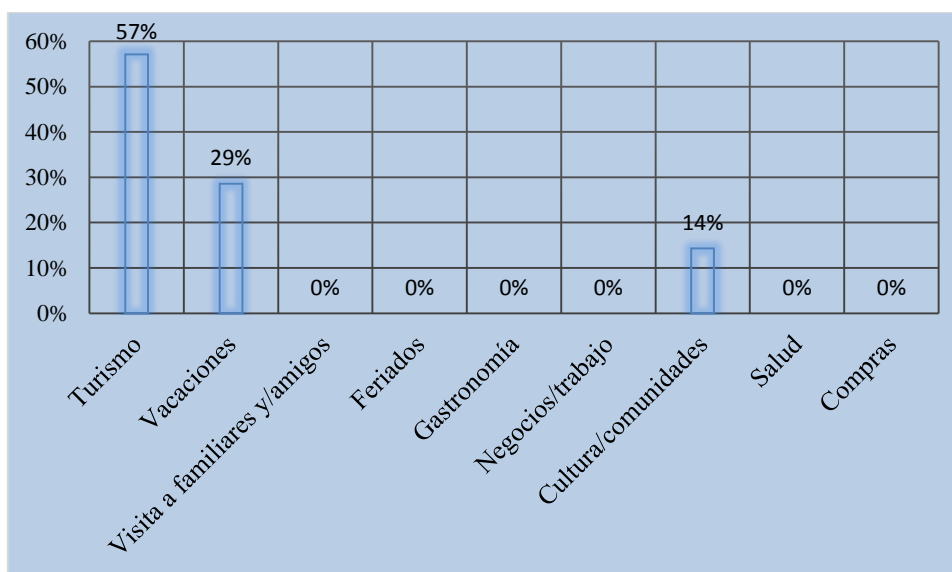


Gráfico 23-4. Motivo de viaje de los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El motivo de viaje de los turistas nacionales es por turismo en un 57%, el 29% de los turistas viajan por vacaciones y el 14% por conocer culturas de las comunidades.

- **Forma de viaje**

Tabla 33-4: Formas de viaje de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Solo | 3 | 43% |
| En pareja | 2 | 29% |
| En familia | - | |
| Amigos | 2 | 29% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

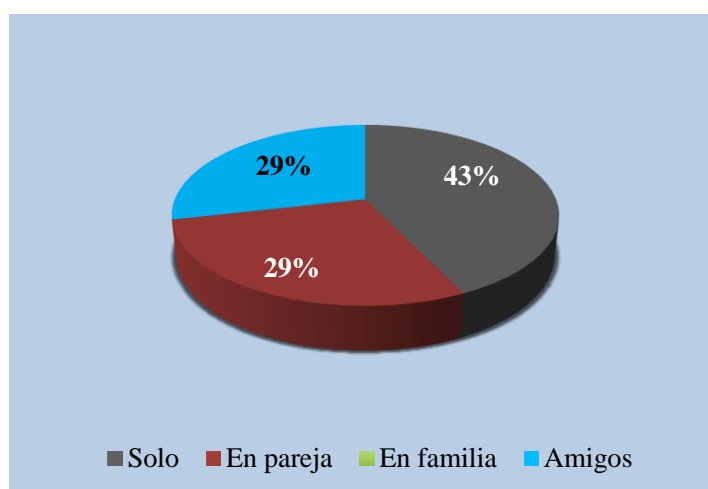


Gráfico 24-4. Formas de viaje de los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Con respecto a la forma de viaje de los turistas extranjeros con un 43% los turistas viajan solos, con un 29% en pareja al igual que con amigos con un 29%.

- **Conocimiento del cantón Pelileo**

Tabla 34-4: Conocimiento del lugar por parte de los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Sí | 7 | 100% |
| No | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

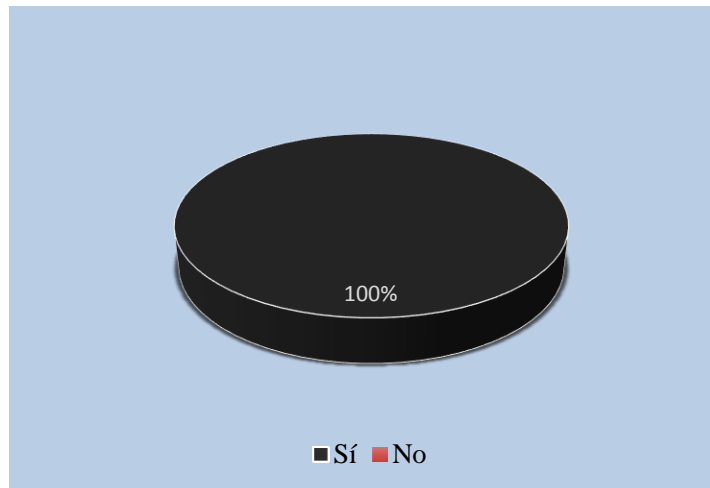


Gráfico 25-4. Conocimiento del cantón Pelileo

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas los turistas extranjeros conocen el cantón Pelileo en un 100% aunque han visitado parcialmente el lugar.

- **Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo (finca agroturística) en el cantón Pelileo.**

Tabla 35-4: Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Sí | 7 | 100% |
| No | - | 0% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

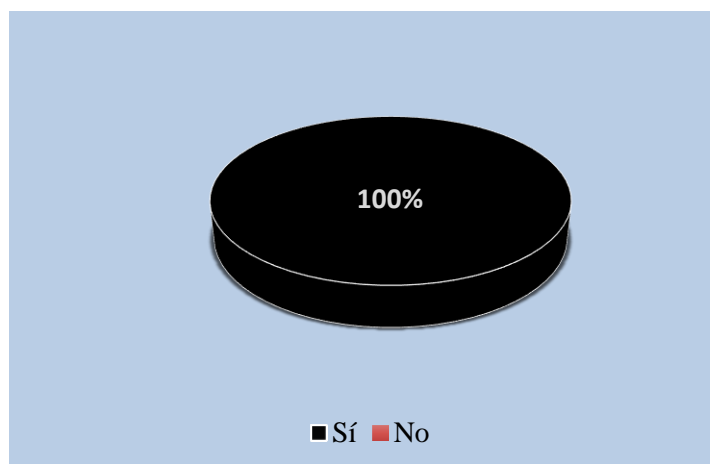


Gráfico 26-4. Nivel de aceptación del producto de agroturismo

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2021

Del total de las personas extranjeras encuestadas un 100% señaló que si le gustaría que se implemente una finca agroturística en el cantón Pelileo. Estos resultados indican que existe la aceptación por parte de los turistas extranjeros para implementar el producto de agroturismo y que se cuenta con clientes potenciales.

- **Servicios que le gustaría que ofrezca el producto de agroturismo**

Tabla 36-4: Servicios preferidos por los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Alimentación | 2 | 29% |
| Hospedaje | 2 | 29% |
| Área de recreación | 1 | 14% |
| Guianza | 2 | 29% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitía, Katherine, 2022

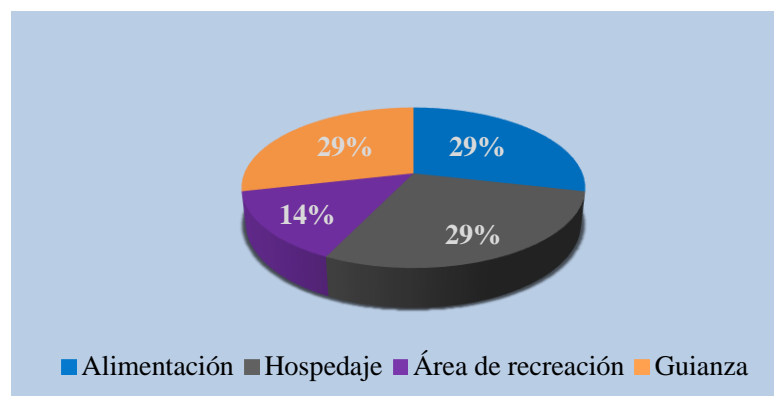


Gráfico 27-4. Servicios turísticos

Realizado por: Katherine, Jaitía, 2022

Dentro de los servicios que les gustaría a los turistas que ofrezca el producto de agroturismo está con un 29% la alimentación al igual que el hospedaje y guianza y con un 14% área de recreación.

- **Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística**

Tabla 37-4: Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Visita a huertos orgánicos | 2 | 29% |
| Recolección de frutas y verduras | - | 0% |
| Observación de flora | 1 | 14% |
| Conocer animales domésticos | 1 | 14% |
| Participar en actividades del campo | 3 | 43% |
| Conocer el proceso de elaboración de compost y humus | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

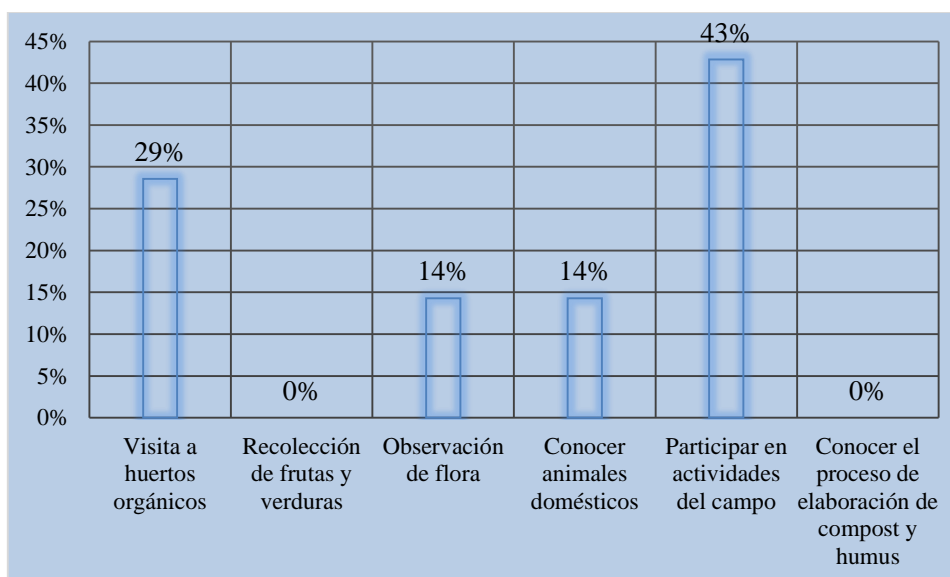


Gráfico 28-4. Actividades preferidas por los turistas

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

De acuerdo con las encuestas las actividades que les gustaría a los turistas que incluya la finca agroturística con un 43% es participar en actividades del campo, 29% visita a huertos orgánicos, 14% observación de flora, al igual que conocer animales domésticos con 14%.

- **Actividades que complementen la finca agroturística**

Tabla 38-4: Actividades que complementen la finca agroturística

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Cabalgata | 3 | 43% |
| Camping | 3 | 43% |
| Compra de productos locales | - | - |
| Caminatas | - | - |
| Pesca deportiva | 1 | 14% |
| Fotografía | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

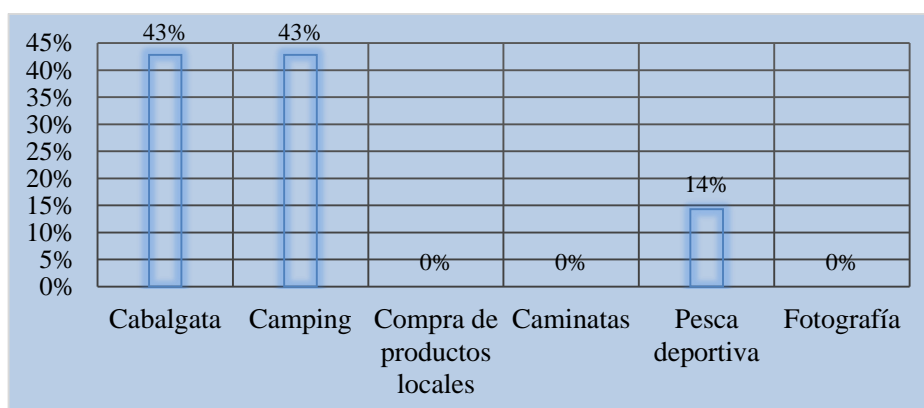


Gráfico 29-4. Actividades complementarias a la finca agroturística

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Dentro de las actividades complementarias a la finca agroturística la mayoría de los turistas extranjeros 43% consideran que es necesario se implemente la actividad de cabalgata al igual que camping con 43% mientras que el 14% solo pesca deportiva.

- **Comida que le gustaría que ofrezca en la finca agroturística**

Tabla 39-4: Comida preferida por los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Típico de la zona | 3 | 43% |
| Nacional | 2 | 29% |
| Internacional | - | - |
| Vegetariana | - | - |
| Todas las anteriores | 2 | 29% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

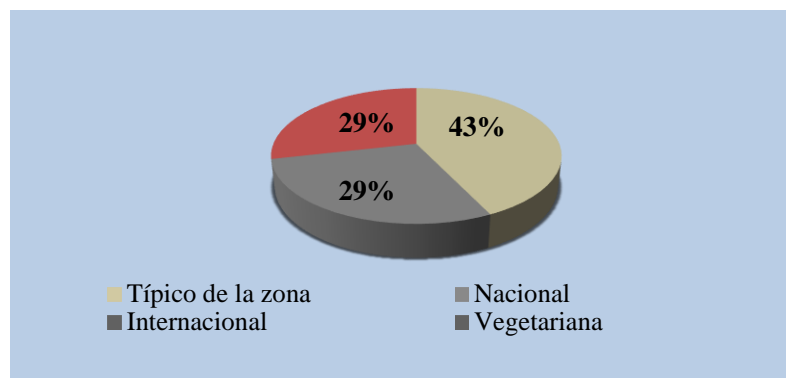


Gráfico 30-4. Preferencias gastronómicas de los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 43% de los turistas extranjeros manifiestan que prefieren consumir comida típica de la zona, el 29% comida nacional, 29% restante indica que desearía tener una variedad de comidas.

- **Facilidades que le gustaría que cuente la finca agroturística**

Tabla 40-4: Facilidades turísticas preferidas por los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| Área de venta de souvenirs | 2 | 29% |
| Punto de información | 2 | 29% |
| Senderos | 3 | 43% |
| Internet | - | 0% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

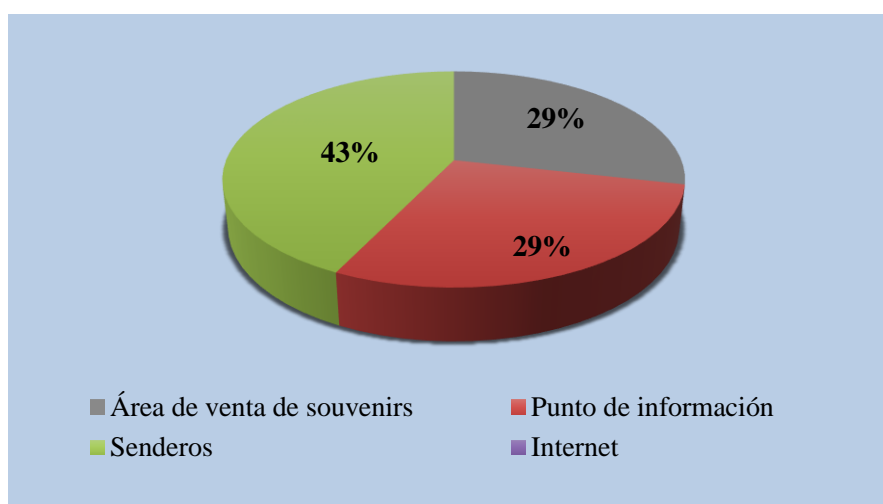


Gráfico 31-4. Facilidades turísticas para extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

En lo que respecta a las facilidades turísticas los turistas prefieren con un 43% que la hacienda agroturística cuente con senderos, con 29% área de venta de souvenirs y el otro 29% puntos de información.

- **Tiempo para visitar la finca agroturística**

Tabla 41-4: Tiempo que disponen los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Menos de 1 día | - | - |
| 1 día | 2 | 29% |
| 2 días | 4 | 57% |
| Más de 3 días | 1 | 14% |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

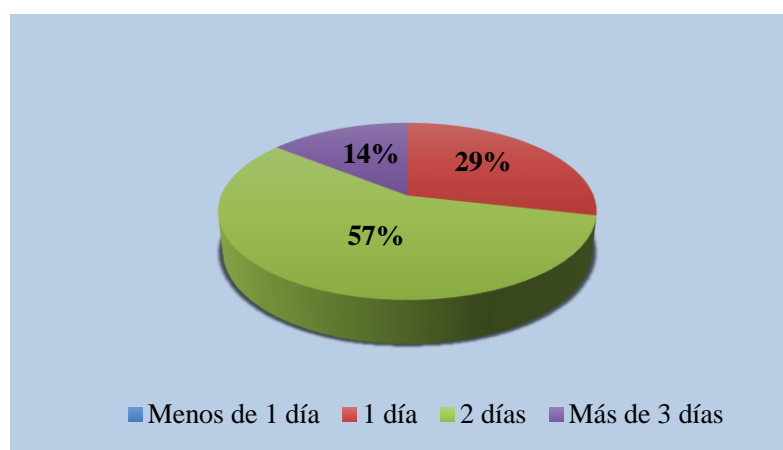


Gráfico 32-4. Tiempo que disponen los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

Los turistas extranjeros disponen mayormente de 2 días para visitar la finca con un 57%, 1 día con un 29%, el resto dispone de más de 3 días para visitar la finca agroturística.

- **Presupuesto que estaría dispuesto a gastar por día y por persona en el lugar, que incluya hospedaje, alimentación, actividades y guianza en la finca agroturística**

Tabla 42-4: Presupuesto a gastar por día y por persona turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$5 - \$20 | 3 | 43% |
| \$21 - \$30 | 3 | 43% |
| \$31 - \$40 | 1 | 14% |
| \$41 - \$50 | | |
| \$51 o más | | |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

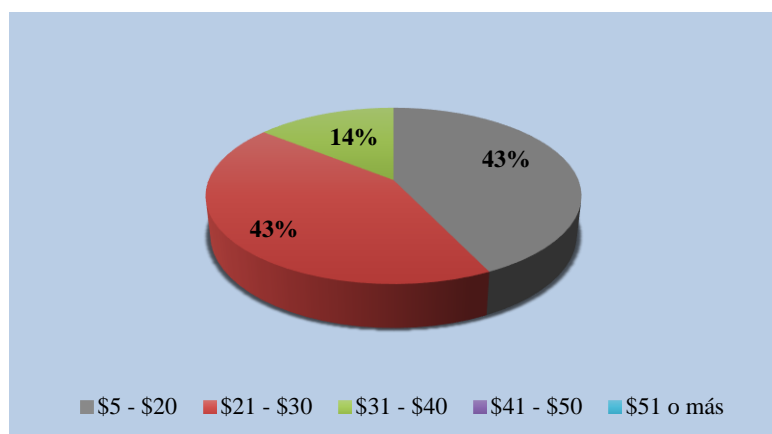


Gráfico 33-4. Presupuesto a gastar por día y por persona

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

- **Formas en que organiza los viajes**

Tabla 43-4: Formas en que organiza el viaje los turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Agencias de viaje | 2 | 29% |
| Independientemente | 5 | 71% |
| Otro | | |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

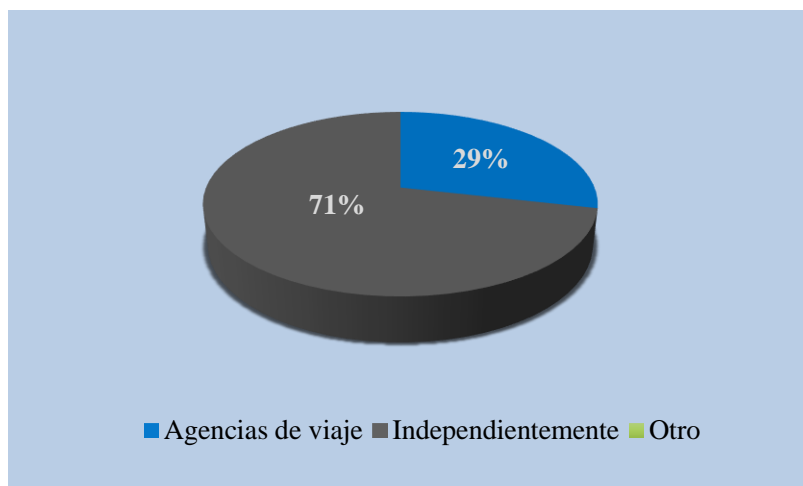


Gráfico 34-4. Formas en que organiza el viaje los turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitía, 2022

Según la forma en que el turista organiza su viaje los turistas extranjeros mayormente con 71% viajan independientemente y con 29% con agencias de viaje.

- **Medios informativos que utiliza para informarse de ofertas turísticas**

Tabla 44-4: Medios informativos que utilizan para informarse turistas extranjeros

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Radio | - | - |
| Redes sociales | 3 | 43% |
| Recomendación de amigos/ familiares | 2 | 29% |
| Televisión | - | - |
| Prensa | - | - |
| Agencia de viajes | 1 | 14% |
| Sitios web | 1 | 14% |
| Guías de turismo | - | - |
| Otro | - | - |
| Total | 7 | 100% |

Realizado por: Jaitía, Katherine, 2022

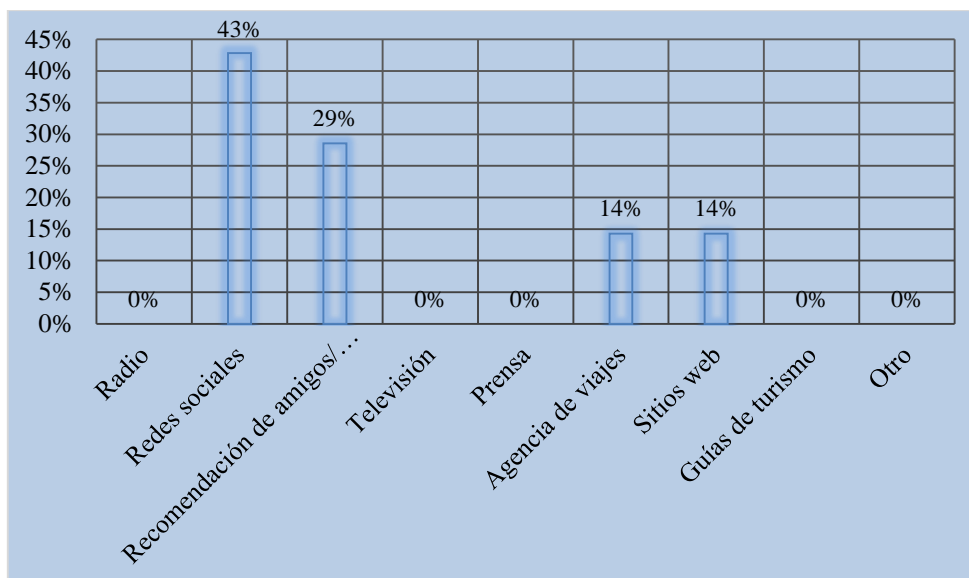


Gráfico 35-4. Medios informativos que utilizan para informarse turistas extranjeros

Realizado por: Katherine, Jaitia, 2022

El 43% de turistas se informan acerca de ofertas turística a través de las redes sociales, un 29% lo hace por recomendación de amigos o familiares, un 14% por agencia de viajes y el otro 14% restante se informa por sitios web. Por esta razón el medio de comercialización fundamental para la difusión de un producto deberá ser el internet.

- **Perfil de la demanda**

- Perfil de turistas nacionales

Tabla 45-4: Perfil del turista nacional

| Perfil del turista nacional | |
|--------------------------------------|--|
| Edad | El 38 % se encuentran en rango de edades entre 26 a 35 años. |
| Género | El 56% son de género femenino. |
| Lugar de procedencia de los turistas | Proviene principalmente de las provincias de Tungurahua 54%, sobre todo de la ciudad de Ambato y Baños, Pastaza 14% principalmente del Puyo y Cotopaxi 6% principalmente de Latacunga. |
| Ocupación | Los turistas tienen como ocupación con 38% opción otras como: policías, chef, comerciantes, etc. y con 26% son estudiantes. |
| Nivel de educación formal | Tienen un nivel académico de tercer nivel 55% |
| Motivo de viaje | El principal motivo de viaje de los turistas es el turismo con 56% |
| Forma de viaje de los turistas | El 56% de los turistas viajan principalmente en familia. |

| Perfil del turista nacional | |
|---|---|
| Conocimiento del cantón Pelileo | El 99% de los turistas conocen el cantón Pelileo. |
| Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo (finca agroturística) | A los turistas les gustaría que se implemente el producto de agroturismo en un 99%. |
| Servicios turísticos | Los servicios que les gustaría que ofrezca el producto es alimentación 32% y área de recreación con un 30% principalmente. |
| Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística | Las actividades preferidas principalmente por los turistas con 25% visita a huertos orgánicos y con 20% observación de flora. |
| Actividades complementarias | El 23% de los turistas prefieren el camping. |
| Tipo de comida | Prefieren consumir comida típica de la zona 64% |
| Facilidades turísticas | A los turistas les gustaría que se implementen senderos 37% y puntos de información 31% principalmente. |
| Tiempo para visitar la finca agroturística | Los turistas disponen de un día 49% |
| Presupuesto a gastar | Un gasto de \$5 a \$20 35%, por día y por persona en el lugar, que incluya hospedaje, alimentación, actividades y guianza en la finca agroturística |
| Formas en que el turista organiza su viaje | Los turistas organizan su viaje de forma independiente 88% |
| Medios de información | Se informan de las ofertas turísticas por medio de las redes sociales 50% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Perfil de turistas extranjeros

Tabla 46-4: Perfil del turista extranjero

| Perfil del turista extranjero | |
|-------------------------------------|---|
| Edad | El 43 % se encuentran en rango de edades entre 26 a 35 año. |
| Género | El 71% son de género masculino y el 29% de género femenino. |
| País de procedencia de los turistas | Proviene principalmente de Colombia 43% y Argentina 23% |

| Perfil del turista extranjero | |
|---|---|
| Ocupación | Los turistas tienen como ocupación directivos de empresas privadas 29% |
| Nivel de educación formal | Tienen un nivel académico superior 43%, al igual que secundaria con 43% |
| Motivo de viaje | El principal motivo de viaje de los turistas es el turismo con 57% |
| Forma de viaje de los turistas | El 43% de los turistas viajan principalmente solos. |
| Conocimiento del cantón Pelileo | El 100% de los turistas conocen el cantón Pelileo. |
| Aceptación de la implementación de un producto de agroturismo (finca agroturística) | A los turistas les gustaría que se implemente el producto de agroturismo en un 100%. |
| Servicios turísticos | Los servicios que les gustaría que ofrezca el producto es alimentación 29%, hospedaje 29% y guianza 29 % |
| Actividades que le gustaría que incluya la finca agroturística | Las actividades preferidas principalmente por los turistas con 43% es participar en actividades de campo. |
| Actividades complementarias | El 43% de los turistas prefieren el camping al igual que cabalgata con 43%. |
| Tipo de comida | Prefieren consumir comida típica de la zona 43% |
| Facilidades turísticas | A los turistas les gustaría que se implementen senderos 43% |
| Tiempo para visitar la finca agroturística | Los turistas disponen de dos días 57% |
| Presupuesto a gastar | Un gasto de \$5 a \$20 43%, al igual que de \$21 a \$30 con 43% por día y por persona en el lugar, que incluya hospedaje, alimentación, actividades y guianza en la finca agroturística |
| Formas en que el turista organiza su viaje | Los turistas organizan su viaje de forma independiente 71% |
| Medios de información | Se informan de las ofertas turísticas por medio de las redes sociales 43% |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.1.1.3. Estudio de la competencia

De acuerdo con el producto de agroturismo que se pretende desarrollar en el cantón, se consideró en la tabla 47-4 como competencia a los lugares turísticos que tienen características similares al producto.

Tabla 47-4: Análisis de establecimientos de la competencia

| Establecimientos de la competencia | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|-------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--|
| Parroquia | Nombre del emprendimiento | Propietario | Tipología | Núm. de mesas | Núm. de sillas | Núm. de plazas | Demanda (2019) | Características de la oferta |
| Pelileo Grande | La Hiedra Hacienda Restaurant | Vinicio Alvarado Oñate | Restaurante | 20 | 80 | 80 | 850 | Alimentación. Caminatas por senderos ecológicos, cabalgata, animales de granja, espacios verdes, pesca |
| Chiquicha | Granja agroecológica Llano Blanco | Vinicio Morales | Granja | - | - | - | 98 | Visita a cultivos orgánicos. Cosecha y degusta varios de los productos existentes. Recorrido por la granja para la observación de diferentes animales domésticos y observación de prácticas de agricultura ecológica |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

La granja agroecológica Llano Blanco y La Hiedra Hacienda Restaurant fueron tomados como competencia, debido a similitud de las actividades que presentan con el producto a implementarse, ofreciendo servicios de cabalgata, caminatas por senderos, visita a huertos frutales, recolección de frutos, en el caso del restaurante servicio de alimentación como: plato fuerte de la zona la trucha.

4.1.1.4. Confrontación demanda vs competencia

- Proyección de la competencia

La proyección de la competencia se realizó a partir del número de turistas que visitaron la Hiedra Hacienda Restaurant y la granja agroecológica Llano Blanco es de 948, se utilizó la fórmula de incremento compuesto para cinco años y un índice de incremento anual del 2%.

Tabla 48-4: Proyección de la competencia

| Denominación | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|-----------------------------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| La Hiedra Hacienda Restaurant | 850 | 884 | 919 | 956 | 994 | 1034 |
| Granja agroecológica Llano Blanco | 98 | 102 | 106 | 110 | 115 | 119 |
| Total | 948 | 986 | 1025 | 1066 | 1109 | 1153 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Proyección de la demanda

Se desarrolló la proyección de la demanda para los próximos 5 años, tomando como referencia los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas.

El 99% es decir 3 424 personas de 3 459 turistas nacionales respondieron afirmativamente para implementar una finca agroturística con los servicios de alimentación, hospedaje y área de recreación, de igual manera 71 personas que corresponden al 100% de 71 turistas extranjeros están dispuestos a que se implemente el producto. Con lo que se obtiene un total de 3 495 turistas que serían nuestros clientes potenciales.

Su utilizó la fórmula de incremento compuesto para obtener la proyección de la demanda futura y pronosticar la afluencia turística para los próximos 5 años.

- Demanda actual de clientes

La demanda actual se consideró en base al nivel de aceptación de turistas nacionales y extranjeros que están de acuerdo que se implemente un producto de agroturismo para el cantón Pelileo.

- Nacional

Tabla 49-4: Determinación de la demanda actual nacional

| |
|-----------------------|
| Demanda actual |
| DP=3 459*99% |
| DP=3 424 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Extranjeros

Tabla 50-4: Determinación de la demanda actual extranjera

| |
|-----------------------|
| Demanda actual |
| DP=71*100% |
| DP=71 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- o Demanda futura para clientes

De acuerdo con estos datos, se pudo proyectar la demanda futura y pronosticar la afluencia turística para los próximos 5 años. Además, para el porcentaje de crecimiento del turismo a nivel mundial post pandemia se consideró lo que la Organización Mundial de Turismo determina 4 %.

Fórmula:

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

Dónde:

Cn = Años a proyectarse (2022 - 2026)

Co = Demanda actual (3 495 clientes)

i= Índice de crecimiento del turismo post COVID-19 (4%)

N = Número de años que va a proyectar la población (1-5)

- Proyección de la demanda futura nacional y extranjera

Tabla 51-4: Proyección de la demanda futura para turistas nacionales y extranjeros

| Año | Turistas nacionales | Turistas extranjeros | Demanda potencial |
|------|---------------------|----------------------|-------------------|
| 2022 | 3 424 | 71 | 3 495 |
| 2023 | 3 492 | 72 | 3 565 |
| 2024 | 3 562 | 74 | 3 636 |
| 2025 | 3 634 | 75 | 3 709 |
| 2026 | 3 706 | 77 | 3 783 |
| 2027 | 3 780 | 78 | 3 859 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- o Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se calculó mediante la resta entre la demanda potencial y la competencia.

$$DI = DP - C$$

Tabla 52-4: Demanda insatisfecha proyectada

| Año | Demanda potencial | Competencia | Demanda insatisfecha |
|------|-------------------|-------------|----------------------|
| 2022 | 3495 | 948 | 2547 |
| 2023 | 3565 | 986 | 2579 |
| 2024 | 3636 | 1025 | 2611 |
| 2025 | 3709 | 1066 | 2643 |
| 2026 | 3783 | 1109 | 2674 |
| 2027 | 3859 | 1153 | 2705 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2021

- Demanda objetiva

$$Do = DI * \% \text{ aceptación}$$

Para la determinación de la demanda objetivo se trabajó con el 6 % siendo el porcentaje que se desea captar, considerando la competencia existente en el sector y dado que, por los meses de inactividad por la propagación del COVID-19, el número de visitas al cantón Pelileo ha disminuido en gran medida.

Tabla 53-4: Determinación de la demanda objetiva

| Año | Demanda insatisfecha | Demanda objetiva |
|------|----------------------|------------------|
| 2022 | 2 547 | 153 |
| 2023 | 2 579 | 155 |
| 2024 | 2 611 | 157 |
| 2025 | 2 643 | 159 |
| 2026 | 2 674 | 160 |
| 2027 | 2 705 | 162 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.2. Establecer la viabilidad técnica para la implementación del producto de agroturismo

4.2.1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura

4.2.1.1. Localización del proyecto

- Macrolocalización

El producto de agroturismo se busca ejecutar en:

Tabla 54-4: Macrolocalización del producto

| | |
|------------------|----------------|
| País | Ecuador |
| Provincia | Tungurahua |
| Cantón | Pelileo |
| Parroquia | Pelileo Grande |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Microlocalización

El presente producto de agroturismo se desarrollará en el cantón Pelileo perteneciente a la provincia de Tungurahua, corresponde a las siguientes coordenadas Latitud: -1.34600768, Longitud: -78.5112928 y de Altitud: 2.206 m.s.n.m, en la parroquia Pelileo Grande, caserío Artezón. A continuación, se detalla en el mapa la ubicación del terreno donde se pretende implementar la finca agroturística:

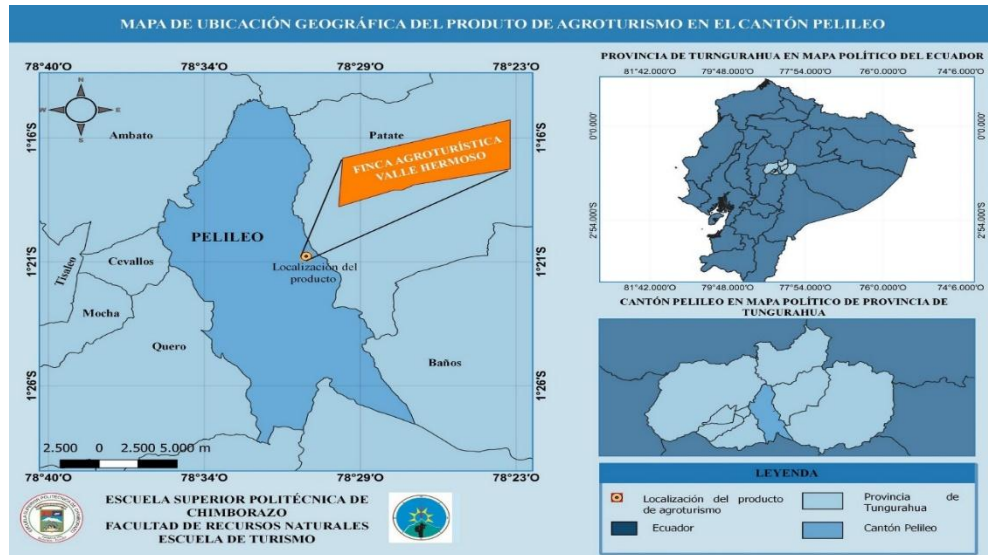


Figura 1-4. Ubicación del producto de agroturismo en el cantón Pelileo

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.2.1.2. Tamaño del proyecto

Para la implementación de la finca agroturística Valle Hermoso, se contará con 6 923,88 m² en las cuales se dividen las actividades y la construcción de infraestructura que se realizará para los diferentes servicios y actividades que se ofrecen.

- Número de clientes proyectado.

Para determinar el tamaño de la empresa se basó en la demanda objetiva, la misma que se calculó con el 5% de la demanda insatisfecha, el cálculo se hizo para los próximos 5 años, se describe en la tabla 55-4.

Tabla 55-4: Demanda objetiva de turistas nacionales y extranjeros

| Año | Demanda insatisfecha | Demanda objetiva | Demanda objetiva nacional (98%) | Demanda objetiva extranjera (2%) |
|------|----------------------|------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 2022 | 2547 | 153 | 150 | 3 |
| 2023 | 2579 | 155 | 152 | 3 |
| 2024 | 2611 | 157 | 154 | 3 |
| 2025 | 2643 | 159 | 155 | 3 |
| 2026 | 2674 | 160 | 157 | 3 |
| 2027 | 2705 | 162 | 159 | 3 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Capacidad productiva por clientes de productos
- Consumo aparente de clientes nacionales y extranjeros

Tabla 56-4: Consumo aparente de clientes

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal | Diario |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|--------|
| 2022 | 153 | 76 | 38 | 13 | 3 | 0 |
| 2023 | 155 | 77 | 39 | 13 | 3 | 0 |
| 2024 | 157 | 78 | 39 | 13 | 3 | 0 |
| 2025 | 159 | 79 | 40 | 13 | 3 | 0 |
| 2026 | 160 | 80 | 40 | 13 | 3 | 0 |
| 2027 | 162 | 81 | 41 | 14 | 3 | 0 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Preferencia de servicios por la demanda nacional.

Tabla 57-4: Preferencia de servicios por la demanda nacional

| Año | Demanda objetiva nacional (98%) | Alimentación 32% | Área de recreación 30% | Guianza 14% | Hospedaje 24% |
|------|---------------------------------|------------------|------------------------|-------------|---------------|
| 2022 | 150 | 48 | 45 | 21 | 36 |
| 2023 | 152 | 49 | 45 | 21 | 36 |
| 2024 | 154 | 49 | 46 | 21 | 37 |
| 2025 | 155 | 50 | 47 | 22 | 37 |
| 2026 | 157 | 50 | 47 | 22 | 38 |
| 2017 | 159 | 51 | 48 | 22 | 38 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Preferencia de servicios por la demanda extranjera.

Tabla 58-4: Preferencia de servicios por la demanda extranjera

| Año | Demanda objetiva extranjera (2%) | Alimentación 29% | Área de recreación 14% | Guianza 29% | Hospedaje 29% |
|------------|---|-----------------------------|---------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| 2022 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |
| 2023 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |
| 2024 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |
| 2025 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |
| 2026 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |
| 2027 | 3 | 1 | - | 1 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Demanda objetiva nacional por actividad.

Tabla 59-4: Demanda objetiva de turistas nacionales por actividades

| Año | Demanda objetiva nacional (98%) | Conocer animales domésticos 12% | Conocer el proceso de elaboración de compost y humus 10% | Observación de flora 20% | Participar en actividades del campo 17% | Recolección de frutas y verduras 16% | Visita a huertos orgánicos 25% |
|------------|--|--|---|---|--|---|---|
| 2022 | 150 | 18 | 15 | 30 | 25 | 24 | 37 |
| 2023 | 152 | 18 | 15 | 30 | 26 | 24 | 38 |
| 2024 | 154 | 18 | 15 | 31 | 26 | 25 | 38 |
| 2025 | 155 | 19 | 16 | 31 | 26 | 25 | 39 |
| 2026 | 157 | 19 | 16 | 31 | 27 | 25 | 39 |
| 2027 | 159 | 19 | 16 | 32 | 27 | 25 | 40 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Demanda objetiva extranjera por actividad.

Tabla 60-4: Demanda objetiva extranjera por actividad

| Año | Demanda objetiva extranjera (2%) | Conocer animales domésticos 14% | Observación de flora 14% | Participar en actividades del campo 43% | Visita a huertos orgánicos 29% |
|------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---|--------------------------------|
| 2022 | 3 | - | - | 1 | 1 |
| 2023 | 3 | - | - | 1 | 1 |
| 2024 | 3 | - | - | 1 | 1 |
| 2025 | 3 | - | - | 1 | 1 |
| 2026 | 3 | - | - | 1 | 1 |
| 2027 | 3 | - | - | 1 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente de clientes
 - Consumo aparente de clientes nacionales.

Tabla 61-4: Consumo aparente de la demanda nacional

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 150 | 75 | 37 | 12 | 3 |
| 2023 | 152 | 76 | 38 | 13 | 3 |
| 2024 | 154 | 77 | 38 | 13 | 3 |
| 2025 | 155 | 78 | 39 | 13 | 3 |
| 2026 | 157 | 79 | 39 | 13 | 3 |
| 2027 | 159 | 80 | 40 | 13 | 3 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente de clientes extranjeros.

Tabla 62-4: Consumo aparente de la demanda extranjera

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 3 | 1 | 1 | - | - |
| 2023 | 3 | 1 | 1 | - | - |
| 2024 | 3 | 1 | 1 | - | - |
| 2025 | 3 | 1 | 1 | - | - |
| 2026 | 3 | 1 | 1 | - | - |
| 2027 | 3 | 1 | 1 | - | - |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividades.

De acuerdo con los resultados anteriores se consideró a los clientes nacionales como prioridad para realizar el consumo aparente por actividades de acuerdo con lo siguiente:

- Consumo aparente por actividad de conocer animales domésticos por clientes nacionales.

Tabla 63-4: Consumo aparente por actividad de conocer animales domésticos

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 15 | 7 | 4 | 1 | - |
| 2023 | 15 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2024 | 15 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2025 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2026 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2027 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividad de conocer el proceso de elaboración de compost y humus por clientes nacionales.

Tabla 64-4: Consumo aparente por actividad de conocer el proceso de elaboración de compost

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 15 | 7 | 4 | 1 | - |
| 2023 | 15 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2024 | 15 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2025 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2026 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |
| 2027 | 16 | 8 | 4 | 1 | - |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividad de observación de flora por clientes nacionales.

Tabla 65-4: Consumo aparente por actividad de observación de flora

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 30 | 15 | 7 | 2 | 1 |
| 2023 | 30 | 15 | 8 | 3 | 1 |
| 2024 | 31 | 15 | 8 | 3 | 1 |
| 2025 | 31 | 16 | 8 | 3 | 1 |
| 2026 | 31 | 16 | 8 | 3 | 1 |
| 2027 | 32 | 16 | 8 | 3 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividad de participar en actividades de campo por clientes nacionales

Tabla 66-4: Consumo aparente por actividad de participar en actividades de campo

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|---------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 25 | 13 | 6 | 2 | 1 |
| 2023 | 26 | 13 | 6 | 2 | 1 |
| 2024 | 26 | 13 | 7 | 2 | 1 |
| 2025 | 26 | 13 | 7 | 2 | 1 |
| 2026 | 27 | 13 | 7 | 2 | 1 |
| 2027 | 27 | 14 | 7 | 2 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividad de recolección de frutas y verduras por clientes nacionales

Tabla 67-4: Consumo aparente por actividad de recolección de frutas y verduras

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|---------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 24 | 12 | 6 | 2 | - |
| 2023 | 24 | 12 | 6 | 2 | 1 |
| 2024 | 25 | 12 | 6 | 2 | 1 |
| 2025 | 25 | 12 | 6 | 2 | 1 |
| 2026 | 25 | 13 | 6 | 2 | 1 |
| 2027 | 25 | 13 | 6 | 2 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Consumo aparente por actividad de visita a huertos orgánicos por clientes nacionales

Tabla 68-4: Consumo aparente por actividad de visita a huertos orgánicos

| Año | Demanda objetiva | Semestral | Trimestral | Mensual | Semanal |
|------|---------------------|-----------|------------|---------|---------|
| 2022 | 37 | 19 | 9 | 3 | 1 |
| 2023 | 38 | 19 | 9 | 3 | 1 |
| 2024 | 38 | 19 | 10 | 3 | 1 |
| 2025 | 39 | 19 | 10 | 3 | 1 |
| 2026 | 39 | 20 | 10 | 3 | 1 |
| 2027 | 40 | 20 | 10 | 3 | 1 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Terreno

La adquisición del terreno es un aporte familiar, el área destinada para el levantamiento y puesta en marcha del producto agroturístico (finca agroturística) será una superficie de 6 923,88 m².

4.2.1.3. Tipología de la construcción

La construcción y las áreas tendrán las siguientes características: el medio físico al estar en contacto con la naturaleza poseerá un estilo natural que transmita armonía y confort, la misma que permitirá el descanso, disfrute y la recreación de los turistas. Las instalaciones tendrán un estilo arquitectónico mixto.

- Descripción de la construcción de las instalaciones y servicios turísticos para la operación

En la finca agroturística se realizará una construcción mixta empleando materiales de la zona como la madera, ladrillo y completando con cemento, resaltando de esta manera, los materiales propios de la zona y armonizando con el ambiente natural que rodeará al centro.

- Proceso de construcción

Se detalla el proceso de construcción de las instalaciones de: hospedaje, área de cocina, restaurante, lavandería, administración, tienda de souvenirs, y bodega.

- Cimientos

Para poder realizar la cimentación se realizará lo siguiente:

- ✓ Se identifica el tipo de arena para preparar el terreno.
- ✓ Nivelación del terreno: utilización de manguera de nivel de 10 metros, el cual se llenará de agua para el procedimiento. Se colocará estacas en las esquinas y laterales, se procede a extender la manguera entre dos estacas, uno de los extremos quede igualado con la primera estaca, se conoce el desnivel por la diferencia con el metro marcado en la estaca de referencia.
- ✓ Corte y relleno: una vez identificado los desniveles se conoce las pendientes del terreno lo que facilita su corte y relleno.
- ✓ Trazado: determinar los ángulos rectos que forman los linderos del terreno con estacas en las esquinas. Una vez verificado los ángulos colocar dos estacas atravesadas en ambos lados del terreno que se quiera trazar.

- Columnas

Las columnas es uno de los procesos más importantes en la construcción.

- ✓ Conexión de las columnas con muros portantes por medio del endentado.
- ✓ Verticalmente alineadas.
- ✓ La columna no debe contar con ninguna tubería en su interior.
- ✓ Anclaje para las puertas metálicas.
- ✓ En caso de la construcción de columnas va a seguir en los pisos siguientes, tiene que dejarse las “mechas” con la apropiada longitud de empalme.
- ✓ Alistar y poner los dados de mortero para proveer el recubrimiento necesario al refuerzo de la columna.
- ✓ Relleno y fundición de columnas

- Construcción de muros

- ✓ Verificación y rectificación del trazo
- ✓ Emplantillado
- ✓ Colocación de ladrillos
- ✓ Colocación del mortero horizontal
- ✓ Colocación del ladrillo
- ✓ Colocación del mortero vertical
- ✓ Colocación de mechas
- ✓ Control y verificación (Aceros Arequipa S.A., 2023)

- Construcción de la cubierta

La cubierta es el revestimiento exterior del techo. Cumple un doble trabajo, cierre superior, barrera de protección contra diferentes agentes externos: lluvia, nieve, sol, frío y calor, entre otros. El material que se utilizará es para la cubierta son las tejas están hechas de arcilla natural, y tejas asfálticas decorativas.

- ✓ Puertas

Se colocarán puertas de madera

- ✓ Ventanas

Se colocarán ventanas PVC (policloruro de vinilo), por los siguientes beneficios:

- Resistentes y duraderas
- No le afectan los cambios climáticos y de temperatura
- No necesitan mantenimiento
- Son muy aislantes
- Ahorran energía
- Respetuosas con el ambiente
- Son seguras
- No se pudren
- Versátiles
- Difícilmente inflamables y auto extingüibles

- Instalaciones eléctricas

Posterior a la fundición de la losa se colocará mangueras para los cables eléctricos, mientras que la instalación eléctrica se realizará después de haber culminado la obra.

- Instalación de agua potable

Al momento de la fundición del piso se colocará tuberías PVC para duchas, inodoros, lavamanos.

- Distribución de áreas

La distribución de las áreas está determinada de acuerdo con los servicios y actividades que se ofertarán dentro del centro turístico, los mismos que se establecieron de acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado específicamente en la pregunta 9 de las encuestas, con lo que se determinó las siguientes áreas:

- Área de camping

El área corresponde a 85 m² a sus alrededores se plantarán árboles de álamo blanco (*Populus alba*).

- Área recreación

El área contará con los siguientes juegos realizados a base de madera:

- ✓ Columpios
- ✓ Resbaladeros
- ✓ Arenal

- Estacionamiento

El área para el estacionamiento corresponde a 280 m² el piso será de adoquín con colores que no alteren la imagen del medio, se colocarán lámparas para una mejor visualización del conductor.

- Área de parrillada

Se situará de tres parrillas a carbón de metal para que los turistas puedan cocinar los alimentos y tener un momento de distracción con otros turistas.

- Estanque piscícola

Cuenta con un total de 30 m², se diseñarán tres estanques de peces, el turista puede pescar y posteriormente dirigirse a la parrillada y cocer su propio pescado o dirigirse y entregar el pescado a los chefs para que lo preparen.

- Área de descanso

En los 25 m² destinados para esta área se colocará grava (piedras lisas y pequeñas), reservado específicamente para descanso y degustación de alimentos preparados en la parrillada. Se ubicará mesas y sillas o bancas de madera.

- Caseta de información

Específicamente ubicado a la entrada del estacionamiento. Se construirá a base de hormigón, ladrillos, y su cubierta de teja natural.

- Compost

El área destinada se encuentra alejada de las tres fincas, cuenta con 25 m², se realizará un cerramiento con troncos de árboles y la cubierta será de zinc y malla. En primer lugar, se deberá tener los residuos orgánicos, tierra orgánica y común, composteros, aserrín, colador para separar el producto (compost). Seguidamente, se colocará en el compostero una capa de aserrín. Luego, se colocará una capa de desechos orgánicos e intercalar con aserrín y revolver. Seguidamente se agrega otra capa de desechos orgánicos, al tercer día se liberarán los gases y finalmente se cierra el compost y después de días se encontrará listo.

- Vivero

El área destinada es de 30 m², los materiales para la construcción serán: fibra de vidrio transparente, madera, posteriormente se construirá el marco, se usará cuerdas para medir el lugar donde se encontrarán los soportes, se reforzará con barras y se echará grava en el suelo formando una capa uniforme, se tratará la madera a utilizar, se sellará el revestimiento del marco estrechamente posible, se colocará ventiladores en las esquinas del vivero, en el techo del vivero se instalarán rejillas para la ventilación de las plantas, y los lechos serán elevados al interior del invernadero.

El riego para las plántulas, plantas ornamentales y mini cactus será por un sistema de goteo, para determinar la humedad de la tierra se utilizará la prueba del puño.

- Área de cabalgata y corral

Abastece de un área total de 140 m², para sus cercas o cerramientos se utilizará madera de larga duración. El área de cabalgata es de 105 m², el turista podrá dar un paseo a caballo, mientras que los 35 m² restantes le corresponderá a un corral para las especies bovinos.

- Área de hospedaje

Para la elaboración del área de alojamiento se tomó en cuenta la materia prima de la zona: madera y teja, además de abaratar costos la cercanía de la obtención de la materia prima y el bajo costo de esta. En las encuestas realizadas se observa que un 78% de personas llegan de turismo al sector en familia y el 13% de personas llega en pareja, un 6% de personas llegan con amigos, también existen personas que visitan solos los lugares turísticos. Es por ello por lo que se ha decidido la construcción de cabañas individuales, dobles, grupales y matrimoniales. Con el fin de establecer variedad y atraer clientes.

Tabla 69-4: Construcción área de hospedaje (Superficie)

| Superficie de construcción para el área de hospedaje | | |
|--|---------------------|--------------|
| Área | Superficie (Unidad) | Construcción |
| Alojamiento | m ² | 230 |
| Total | m ² | 230 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Las cabañas estarán construidas cerca una de la otra con el motivo de establecer momentos de esparcimiento social con otros turistas, es por ello por lo que la superficie de construcción de estas no abarca mucho espacio.

Tabla 70-4: Distribución de construcción del área de hospedaje

| Distribución de la construcción del área de hospedaje | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|---|-----------------------------|
| Tipo de cabaña | Superficie de construcción | Distribución | Número de cabañas área de construcción | Área de construcción |
| Individuales | 24 m ² | 1 baño privado 1 dormitorio, balcón | 2 | 48 m ² |
| Dobles | 28 m ² | 1 baño, 2 camas, balcón | 2 | 56 m ² |
| Grupales | 35 m ² | 1 baño, 3 literas, balcón | 2 | 70 m ² |
| Matrimoniales | 28 m ² | 1 baño, 1 dormitorio, balcón | 2 | 56 m ² |
| Total, construcción | | | 8 | 230 m ² |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Las cabañas estarán conectadas mediante senderos con las áreas administrativas, de alimentación, de sembríos, de pesca deportiva y el mirador, esto permitirá que los turistas puedan tener acceso a cualquiera de los servicios que se ofrece.

- Capacidad del área de hospedaje

Tabla 71-4: Capacidad del área de hospedaje

| Capacidad del área de hospedaje | | | | |
|--|--|--------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Tipo de cabaña | Distribución | Número de cabañas | Capacidad individual | Capacidad total |
| Individuales | 1 dormitorio | 2 | 1 | 2 |
| Dobles | 1 dormitorio con dos camas | 2 | 2 | 4 |
| Grupales | 1 dormitorio, en cada dormitorio 2 literas y una cama individual con capacidad para 5 personas | 2 | 5 | 10 |
| Matrimoniales | 1 dormitorio | 2 | 2 | 4 |
| Total | | | | 20 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

El área de alojamiento tendrá la capacidad de atención máxima de 20 personas.

- Área de alimentación

Para establecer el área de alimentación hay que tener en cuenta que la misma tiene que contar con una cocina, baño, bodega y área de mesas. El área de alimentación también será considerada como un restaurante para las personas que accedan a los servicios.

La construcción es de cemento de color blanco en su interior y en el exterior, formada en cuanto a su estructura con dos ventanas amplias, el piso es de cerámica, sus muebles de madera y los mesones de mármol, cuenta con un espacio apropiado para utilizarlo como bodega. El comedor tiene dos áreas con capacidad para 65 personas, pueden disfrutar del aire libre. La construcción está ubicada sobre plintos de hormigón, es de madera con cubierta de paja de páramo.

- Distribución de construcción del área de alimentación

Tabla 72-4: Distribución de construcción del área de alimentación

| Distribución área de alimentación | | |
|--|----------------------------|-----------------------------|
| Distribución | Superficie (Unidad) | Área de construcción |
| Cocina | m2 | 30 |
| Baño | m2 | 9 |
| Bodega | m2 | 15 |
| Área de Mesas | m2 | 96 |
| TOTAL | m2 | 150 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Descripción de menaje de comedor

Tabla 73-4: Descripción de menaje de comedor

| Menaje de comedor | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
| Mesas | 9 | \$25,00 | \$225,00 |
| Sillas | 36 | \$15,00 | \$540,00 |
| Mantelería para mesas | 18 | \$9,50 | \$171,00 |
| Saleros/ azucareras/ pimentaras | 9 | \$1,50 | \$13,50 |
| Total | | | \$949,50 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Descripción de menaje de cocina

Tabla 74-4: Descripción de menaje de cocina

| Menaje de cocina | | | |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
| Cocina industrial | 1 | \$450,00 | \$450,00 |
| Licuadaora | 1 | \$80,00 | \$80,00 |
| Refrigeradora | 1 | \$571,00 | \$571,00 |
| Tanque de gas industrial | 1 | \$50,00 | \$50,00 |
| Congeladora | 1 | \$139,52 | \$139,52 |
| Sanduchera | 1 | \$40,00 | \$40,00 |
| Uniforme: delantal y gorro | 4 | \$9,00 | \$36,00 |
| Servilletas (paquete) | 2 | \$1,50 | \$3,00 |
| Total | | | \$1 369,52 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Descripción de utensilios de cocina

Tabla 75-4: Descripción de utensilios de cocina

| Menaje de cocina | | | |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
| Juego de vajilla para 6 personas. (Plato tendido grande y pequeño, plato hondo y taza) | 5 | \$30,00 | \$150,00 |
| Juego de cubiertos 4 piezas para 10 personas (cuchara sopera, tenedor, cuchillo y chuchara para el postre. | 5 | \$15,00 | \$75,00 |
| Juego de vasos 12 unidades | 5 | \$12,00 | \$60,00 |
| Ollas grandes | 1 | \$78,00 | \$78,00 |
| Ollas medianas | 3 | \$30,00 | \$90,00 |
| Sartenes | 2 | \$25,00 | \$50,00 |
| Paila 36cm | 1 | \$35,00 | \$35,00 |
| Tabla de picar | 2 | \$4,00 | \$8,00 |
| Rallador pentagonal | 2 | \$5,50 | \$11,00 |
| Caladores de plástico | 3 | \$2,40 | \$7,20 |
| Cucharones | 2 | \$7,00 | \$14,00 |
| Espátula nylon | 2 | \$1,25 | \$2,50 |
| Set de cuchillos masterchef | 2 | \$17,35 | \$34,70 |
| Abrelatas | 2 | \$9,00 | \$18,00 |
| Moldes desmontables | 3 | \$8,25 | \$24,75 |
| Copas | 32 | \$1,40 | \$44,80 |
| Tazones | 4 | \$3,00 | \$12,00 |
| Jarra plástica de 1.5 litros | 2 | \$1,95 | \$3,90 |
| Total | | | \$718,85 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Área de administración

El área de administración contará con una oficina para el gerente, misma que también será utilizada como salón de sesiones internas, una oficina en la cual funcionará secretaría y recepción, por último, una oficina para contabilidad. El área administrativa funcionara los días lunes a viernes, 8 horas diarias, con una variante que el gerente general trabajara horas extras dependiendo si la toma de decisiones administrativas así lo requieran. El área de administración alojara a tres personas, las cuales son las personas que ocuparan los puestos de gerente general, secretaria/recepción y contabilidad.

Tabla 76-4: Distribución de construcción del área administrativa

| Distribución área administrativa | | |
|---|----------------------------|-----------------------------|
| Oficinas | Superficie (Unidad) | Área de construcción |
| Gerencia general | m ² | 25 |
| Secretaría y recepción | m ² | 20 |
| Contabilidad. | m ² | 15 |
| TOTAL | m ² | 60 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Servicios higiénicos

Esta zona es indispensable puesto que los visitantes podrán hacer uso de estas instalaciones para sus necesidades biológicas, contará con baños divididos en dos dependencias uno para mujeres con dos baterías sanitarias y el otro para caballeros con una batería sanitaria y dos urinarios.

Tabla 77-4: Equipamiento del área de servicios higiénicos

| Descripción | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|----------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Sanitarios | 3 | \$62,00 | \$186,00 |
| Urinario | 2 | \$55,35 | \$110,70 |
| Lavamanos | 4 | \$38,00 | \$152,00 |
| Dispensador de jabón | 2 | \$19,00 | \$38,00 |
| Dispensador de papel | 2 | \$23,00 | \$46,00 |
| Espejos | 3 | \$20,00 | \$60,00 |
| Basureros | 2 | \$4,00 | \$8,00 |
| Total | | | \$600,70 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.2.1.4. Diseño técnico arquitectónico

- Diseño arquitectónico

La propuesta del diseño del producto de agroturismo para el cantón Pelileo responde a las actividades que se realizan en la zona, como la siembra y cosecha de cultivos, crianza de animales mayores y menores. De este modo, el proyecto proporciona el diseño de facilidades, servicios y actividades para que la finca agroturística Valle Hermoso sirva como un centro turístico agropecuario para diversificar la oferta turística del cantón.

- Planta arquitectónica

En la figura 2-4 se puede observar las diferentes zonas y áreas que conforman la finca agroturística:

- 1: Área de alimentación
- 2: Área administrativa
- 3: Centro de información
- 4: Área de camping
- 5: Área de hospedaje
- 6: Área de recreación y descanso
- 7: Huertos orgánicos
- 8: Zona de pesca deportiva
- 9: Área de cabalgata y criaderos
- 10: Vivero
- 11: Zona de compost
- 12: Estacionamiento



Figura 2-4. Planta arquitectónica de la finca agroturística

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Diseño de la cabaña



Figura 3-4. Diseño de cabañas

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Diseño de comedor



Figura 4-4. Diseño de comedor

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.1.1.5. Definición del proceso productivo

La producción de la hacienda agroturística se basará en la prestación de los servicios turísticos ofertados siendo estos de alimentación, hospedaje y recreación, dichos procesos seguirán una secuencia de etapas para cumplir con el objetivo que es el de entregar un buen servicio y de calidad.

Los procesos se dividirán según las áreas establecidas en el proyecto turístico las cuales se muestran a continuación:

- Diagramas de flujo de procesos
- Proceso de prestación de servicio de hospedaje

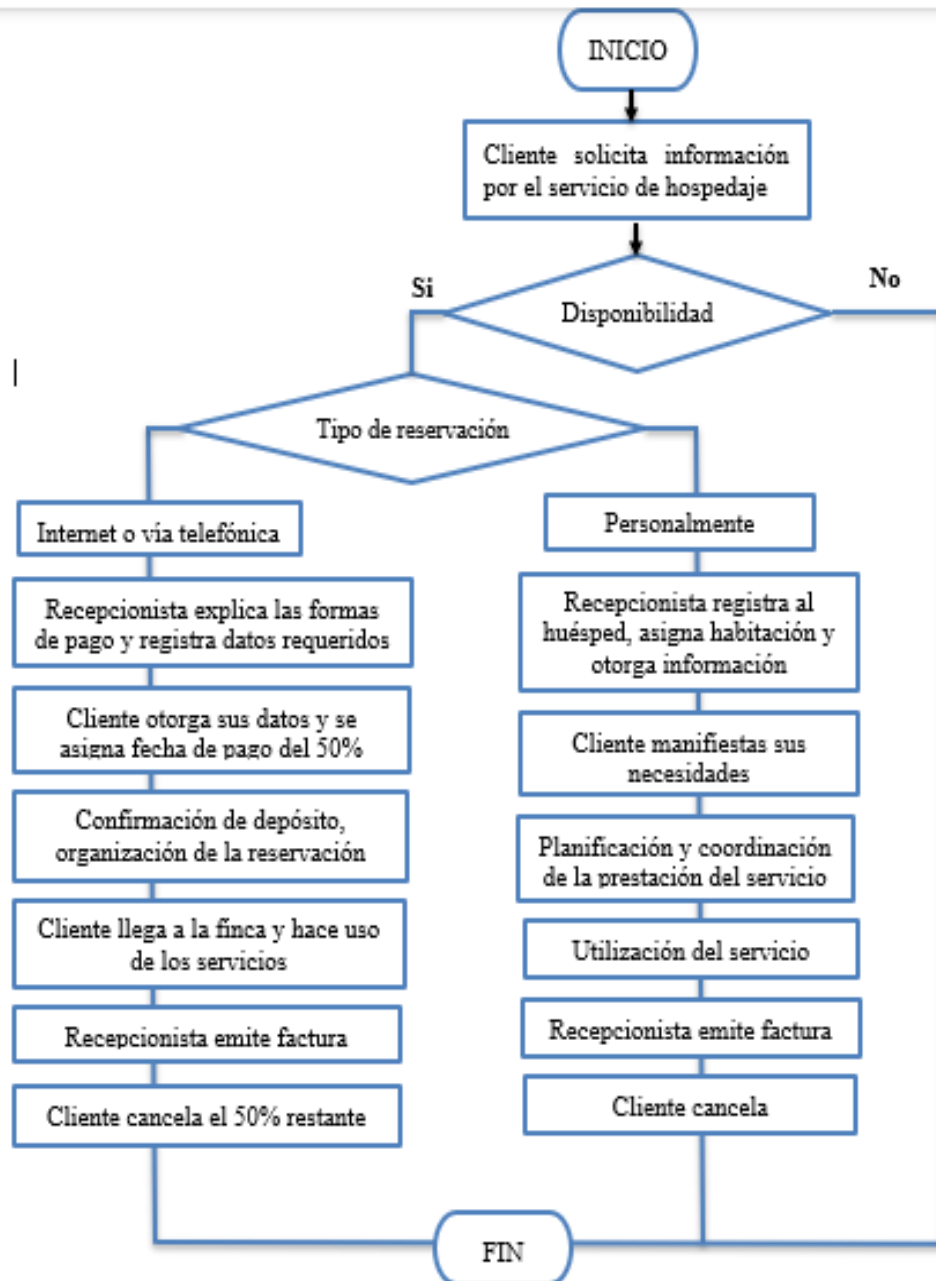


Figura 5-4. Flujograma del servicio de hospedaje

Fuente: Bastidas, D. 2011; Erazo, 2018

- Proceso de prestación de servicio de alimentación

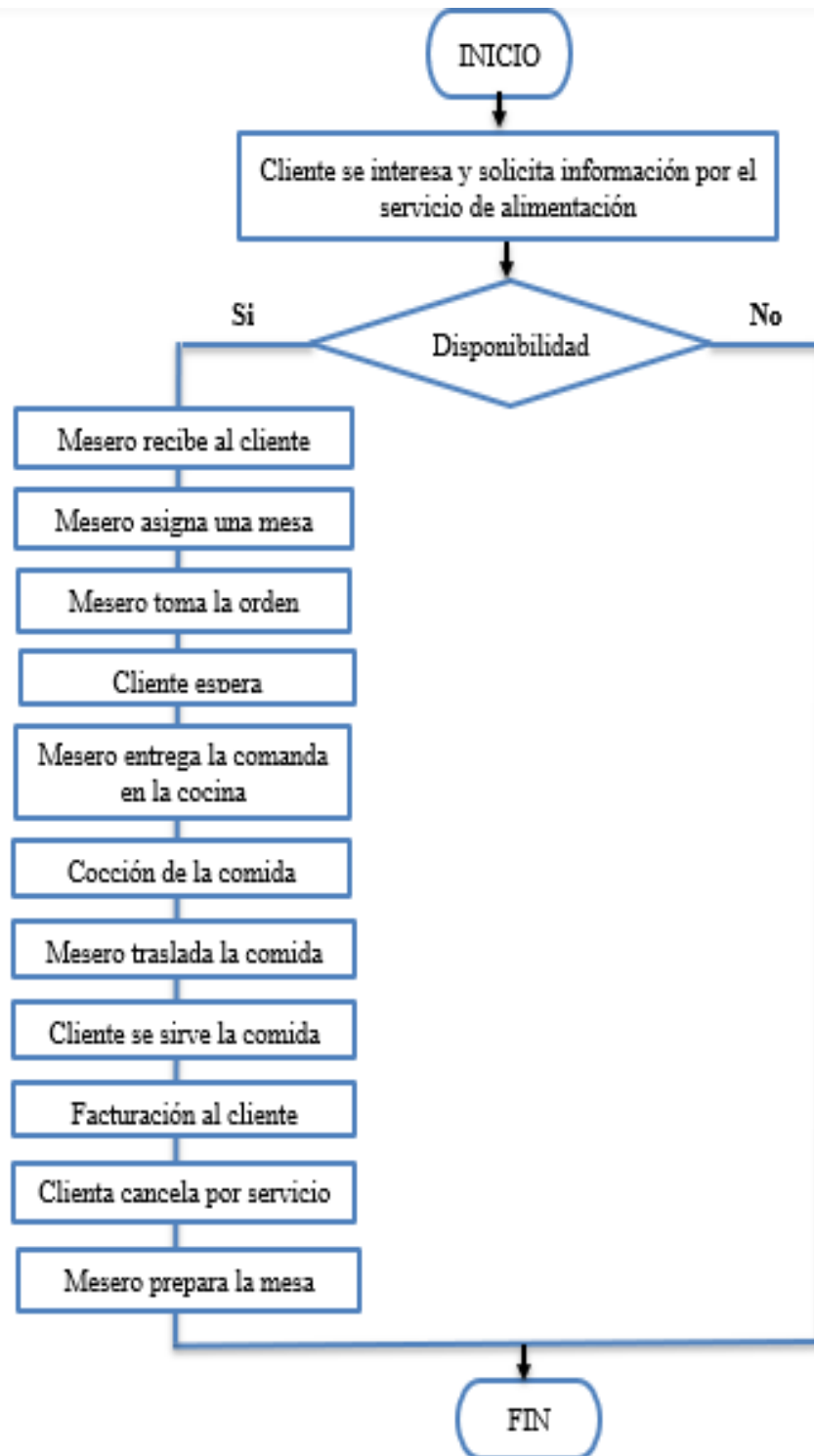


Figura 6-4. Flujograma del servicio de alimentación

Fuente: Bastidas, D. 2011; Erazo, 2018

- Proceso de prestación de servicio de recreación

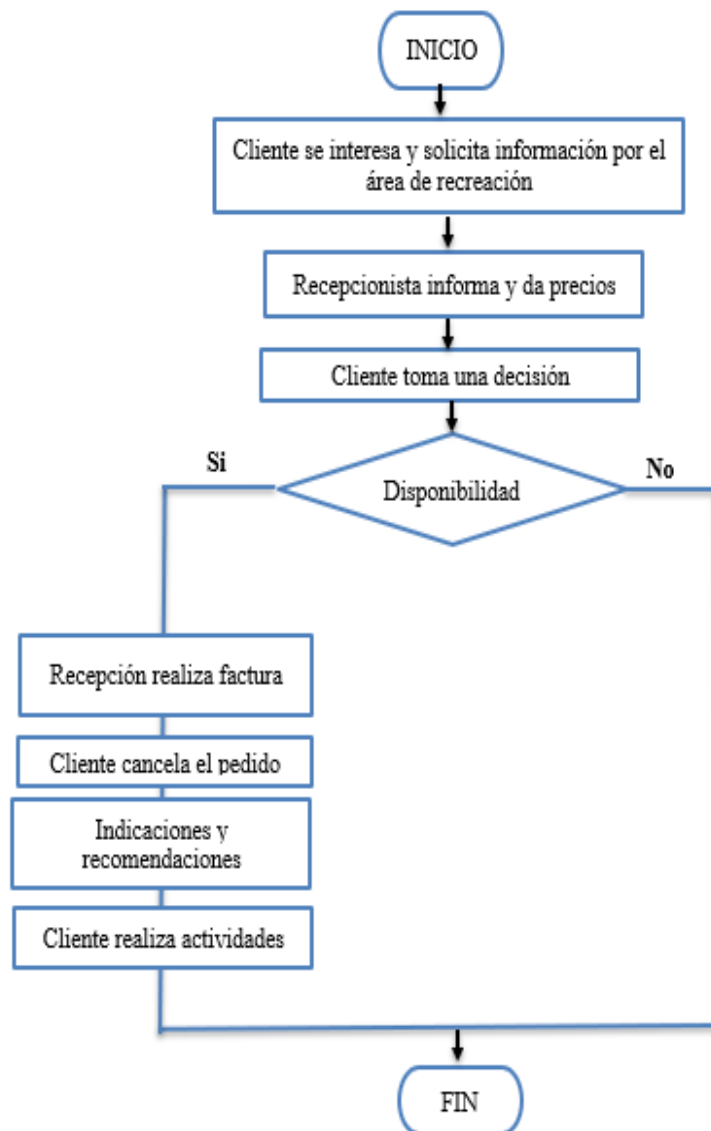


Figura 7-4. Flujograma del servicio de recreación

Fuente: Erazo, 2018

- Presupuesto para la construcción

El presupuesto está determinado de acuerdo con el metro cuadrado tomando como referencia que el metro cuadrado de construcción en el área donde se implementará la finca agroturística lo cual se describe en la tabla 78-4:

Tabla 78-4: Presupuesto para la construcción de la finca agroturística

| Descripción | Cantidad | Total m ² |
|--------------------------|----------|----------------------|
| Instalaciones eléctricas | 1 | 380,00 |
| Instalaciones de agua | 1 | 300,00 |
| Instalaciones sanitarias | 1 | 500,00 |
| Senderos | 1 | 300,00 |
| Total | | \$1 480,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Rubro de infraestructura turística

Tabla 79-4: Rubro de infraestructura turística

| Descripción | Precio total |
|--|---------------------|
| Terreno | 0,00 |
| Infraestructura turística (construcción) | 60 000,00 |
| Total | \$ 60 000,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Requerimiento para el área de producción
- Activos fijos

Tabla 80-4: Activos fijos del área de producción

| Activo | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|---------------------------------|----------|----------------|------------------|
| Maquinaria y Equipos | | | |
| Área de alimentación | | | |
| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Cocina industrial | 1 | \$450,00 | \$450,00 |
| Licuadaora | 1 | \$80,00 | \$80,00 |
| Refrigeradora | 1 | \$571,00 | \$571,00 |
| Tanque de gas industrial | 1 | \$50,00 | \$50,00 |
| Congeladora | 1 | \$139,52 | \$139,52 |
| Sanduchera | 1 | \$40,00 | \$40,00 |
| Uniforme: delantal y gorro | 4 | \$9,00 | \$36,00 |
| Servilletero | 3 | \$1,00 | \$3,00 |
| Mesas | 9 | \$25,00 | \$225,00 |
| Sillas | 36 | \$15,00 | \$540,00 |
| Mantelería para mesas | 18 | \$9,50 | \$171,00 |
| Saleros/ azucareras/ pimentaras | 9 | \$1,50 | \$13,50 |
| Subtotal | | | \$2319,02 |

| Activo | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|--|----------|----------------|-------------------|
| Actividades recreativas complementarias | | | |
| Equipo de pesca | 4 | \$30,00 | \$120,00 |
| Cámara | 2 | \$800,00 | \$1600,00 |
| Casco de equitación (para niños y adultos) | 4 | \$60,00 | \$240,00 |
| Equipamiento para caballo | 4 | \$500,00 | \$2000,00 |
| Huerto ecológico | | | |
| Pala | 3 | \$ 3,00 | \$ 9,00 |
| Azadón | 3 | \$5,00 | \$15,00 |
| Rastrillos | 3 | \$ 7,00 | \$ 21,00 |
| Guantes | 5 | \$ 3,50 | \$ 17,50 |
| Carretilla | 2 | \$ 20,00 | \$ 40,00 |
| Machete | 5 | \$ 2,50 | \$ 12,50 |
| Botas de caucho | 5 | \$ 8,50 | \$ 42,50 |
| Poncho de agua | 5 | \$ 5,00 | \$ 25,00 |
| Subtotal | | | \$4 142,50 |
| Muebles y enseres | | | |
| Área de hospedaje | | | |
| Cama de plaza y media | 4 | \$ 110,00 | \$ 880,00 |
| Cama de dos plazas | 4 | \$ 150,00 | \$ 600,00 |
| Literas de plaza y media | 6 | \$180,00 | \$1080,00 |
| Colchón de plaza y media | 16 | \$ 96,00 | \$ 1536,00 |
| Colchón de dos plazas | 4 | \$ 150,00 | \$ 600,00 |
| Subtotal | | | \$4 696,00 |
| Menaje | | | |
| Área de hospedaje | | | |
| Juegos de sábanas de plaza y media | 16 | \$ 15,00 | \$ 240,00 |
| Juego de sábanas de dos plazas | 4 | \$ 26,00 | \$ 104,00 |
| Espejo | 8 | \$ 30,00 | \$ 240,00 |
| Conjunto de toallas grande y pequeña | 25 | \$ 18,00 | \$ 450,00 |
| Área de alimentación (cocina) | | | |
| Juego de vajilla para 6 personas. (Plato tendido grande y pequeño, plato hondo y taza) | 5 | \$30,00 | \$150,00 |
| Juego de cubiertos 4 piezas para 10 personas (cuchara sopera, tenedor, cuchillo y chuchara para el postre. | 5 | \$15,00 | \$75,00 |
| Juego de vasos 12 unidades | 5 | \$12,00 | \$60,00 |
| Ollas grandes | 1 | \$78,00 | \$78,00 |
| Ollas medianas | 3 | \$30,00 | \$90,00 |
| Sartenes | 2 | \$25,00 | \$50,00 |
| Paila 36cm | 1 | \$35,00 | \$35,00 |
| Tabla de picar | 2 | \$4,00 | \$8,00 |
| Rallador pentagonal | 2 | \$5,50 | \$11,00 |

| Activo | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|------------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Caladores de plástico | 3 | \$2,40 | \$7,20 |
| Cucharones | 2 | \$7,00 | \$14,00 |
| Espátula nylon | 2 | \$1,25 | \$2,50 |
| Set de cuchillos masterchef | 2 | \$17,35 | \$34,70 |
| Abrelatas | 2 | \$9,00 | \$18,00 |
| Moldes desmontables | 3 | \$8,25 | \$24,75 |
| Copas | 32 | \$1,40 | \$44,80 |
| Tazones | 4 | \$3,00 | \$12,00 |
| Jarra plástica de 1.5 litros | 2 | \$1,95 | \$3,90 |
| Subtotal | | | \$1 752,85 |
| Total | | | \$12 910,37 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Inversiones diferidas

Tabla 81-4: Inversiones diferidas

| Denominación | Costo unitario | Costo total |
|----------------------------|-------------------------|-----------------|
| Capacitación al personal | \$35 x 8 horas (3 días) | 840 |
| Cerramientos provisionales | 1000,00 | 1 000 |
| Total | | 1 840,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Costos
 - Insumos y materiales

Tabla 82-4: Insumos y materiales para el área productiva

| Denominación | Cantidad | Costo mensual | Costo anual |
|--|----------------------|---------------|------------------|
| Área de hospedaje | | | |
| Jabón | 14 | 25,00 | 300,00 |
| Papel higiénico | 30 | 25,00 | 300,00 |
| Shampoo | 14 | 30,00 | 360,00 |
| Área de alimentación | | | |
| Cilindro de gas | 30 tanques | 2,75 | 82,50 |
| Servilletas | 30 (paquetes de 100) | 0,80 | 22,50 |
| Palillos | 10 cajas | 1,00 | 10,00 |
| Actividades recreativas complementarias | | | |
| Plantas ornamentales | 25 unidades | 1,00 | 25,00 |
| Total | | | \$1100,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Materia prima (área de alimentación)

Tabla 83-4: Materia prima para el área de alimentación

| Producto | Cantidad | Unidad | C. Unidad | Costo total |
|---------------------------|----------|-----------|-----------|----------------|
| Papas | 30 | quintal | 20,00 | 600,00 |
| Cuy | 66 | unidad | 5,00 | 330,00 |
| Conejo | 66 | unidad | 5,00 | 330,00 |
| Pescado (trucha, tilapia) | 16 | kg | 6,00 | 96,00 |
| Pollo | 7 | unidad | 10,00 | 70,00 |
| Carne de cerdo | 16 | kilo | 6,50 | 104,00 |
| Cebolla colorada | 1 | quintal | 10,00 | 10,00 |
| Cebolla blanca | 1 | quintal | 10,00 | 10,00 |
| Aceite girasol | 10 | caja | 49,50 | 495,00 |
| Sal | 8 | quintal | 9,00 | 72,00 |
| Ajo | 5 | atado | 1,00 | 5,00 |
| Mantequilla | 4 | kg | 3,90 | 15,60 |
| Verde | 8 | cabeza | 4,00 | 32,00 |
| Maduro | 8 | cabeza | 3,50 | 28,00 |
| Harina | 5 | quintal | 46,00 | 230,00 |
| Arroz | 16 | quintal | 30,00 | 480,00 |
| Pimiento | 5 | caja | 12,00 | 60,00 |
| Leche | 12 | litros | 00,85 | 10,20 |
| Pan | 16 | unidad | 0,12 | 1,92 |
| Carbón | 5 | quintal | 10,00 | 50,00 |
| Huevos | 16 | cubetas | 2,75 | 44,00 |
| Azúcar | 8 | quintal | 35,00 | 280,00 |
| Queso | 16 | unidad | 2,75 | 44,00 |
| Café | 2 | 400 gr | 12,00 | 24,00 |
| Chocolate | 3 | 420 gr | 1,00 | 3,00 |
| Zanahoria | 2 | quintal | 2,00 | 4,00 |
| Arveja | 1 | quintal | 5,00 | 5,00 |
| Lechuga | 16 | unidad | 0,25 | 4,00 |
| Tomate riñón | 16 | caja | 5,00 | 80,00 |
| Bebidas | | | | |
| Gaseosa grande | 20 | Pacas 3 l | 14,10 | 282,00 |
| Gaseosa personal | 50 | Pacas | 6,72 | 336,00 |
| cerveza | 30 | Jaba | 21,00 | 630,00 |
| Agua mineral | 30 | Paca | 7,20 | 216,00 |
| Jugo de mora | 40 | caja | 8,00 | 320,00 |
| Jugo de frutilla | 40 | frutilla | 8,00 | 320,00 |
| Agua botellón | 100 | unidad | 2,35 | 235,00 |
| Tomate de árbol | 40 | caja | 9,00 | 360,00 |
| Jugo de babaco | 40 | caja | 12,00 | 480,00 |
| Total | | | | 6696,72 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Talento humano

Tabla 84-4: Mano de obra directa para el área productiva

| Denominación | Cantidad | Salario básico | Décimo tercero | Décimo cuarto | Aporte patronal (11.15%) | Aporte personal (9,45%) | Remuneración mensual | Total anual |
|----------------------|----------|----------------|----------------|---------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|-------------|
| Mesero | 1 | 428,32 | 428,32 | 425 | 47,76 | 40,48 | 1329,40 | 15952,77 |
| Auxiliar en general | 1 | 427,89 | 427,89 | 425 | 47,71 | 40,44 | 1328,49 | 15941,88 |
| Cocinero polivalente | 1 | 430,23 | 430,23 | 425 | 47,97 | 40,66 | 1333,43 | 16001,17 |
| Ayudante de cocina | 1 | 327,47 | 327,47 | 425 | 36,51 | 30,95 | 1116,45 | 13397,43 |
| Guías | 2 | 430,23 | 430,23 | 425 | 47,97 | 40,66 | 1333,43 | 32002,34 |
| Ama de llaves | 1 | 431,29 | 431,29 | 425 | 48,09 | 40,76 | 1335,67 | 16028,03 |
| Camarera | 1 | 427,47 | 427,47 | 425 | 47,66 | 40,40 | 1327,60 | 15931,23 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.1.1.6. Diseño de paquetes turísticos

- **Estructura del paquete turístico**

- **Paquete turístico**

A fin de comercializar los servicios y actividades de la finca agroturística se propone el diseño de 2 paquetes turísticos de acuerdo con un itinerario estructurado que permite disfrutar de la naturaleza y de la vida en el campo, los cuales llevan el nombre de “Pelileo y su encanto” y “La vida en el campo” con un rango de precios proporcionales al número de pax de ese modo se detallan los siguientes paquetes con sus detalles de costos correspondientes:

Paquete 1: “Pelileo y su encanto”

Duración: 2 días

Carácter: Agroturismo, naturaleza y cultura

Tiempo de las actividades: 8:00 am hasta 16:00 pm

Itinerario:**Tabla 85-4:** Itinerario del paquete 1. Pelileo y su encanto

| | |
|---------------------------------|--|
| Paquete: | Pelileo y su encanto |
| Dirigido a: | Turistas nacionales y extranjeros |
| Idioma de guianza: | Español |
| Modalidad: | Agroturismo, naturaleza y cultura |
| Dificultad: | Baja |
| Temporalidad: | Indefinido |
| Número de participantes: | 5-10 PAX |
| Duración del viaje: | 2 días, 1 noche |
| Itinerario | |
| Día 1 | |
| Hora | Actividad |
| 08:00 am | Bienvenida al cantón Pelileo por parte del guía de las actividades turísticas e inicio del recorrido, mientras se relata lo importante de la historia del cantón |
| 8:30 am | Visita al mercado artesanal de Salasaka. Tiempo de compras |
| 9:00 am | Visita al parque 10 de agosto y relatos de historias |
| 9:30 am | Traslado y bienvenida a la finca agroturística. Designación de las habitaciones |
| 10:30 am | Box lunch |
| 11:00 pm | Recorrido por la producción agrícola, recolección de frutas y verduras y participación en labores agrícolas |
| 13:00 pm | Almuerzo |
| 14:00 pm | Participar y conocer el proceso de producción de cuyes y conejos. |
| 15:30 pm | Visita y observación al área de aves de corral (patos, gansos, pavos y gallinas) |
| 16:30 pm | Disfrute del área recreacional |
| 19:00 pm | Cena |
| 20:00 pm | Noche cultural (música, baile, bebidas como el canelazo) |
| Día 2 | |
| 6:30 am | Salida y participación de ordeño de leche |
| 7:00 am | Desayuno |
| 8:00 am | Recorrido por los huertos orgánicos e interpretación de especies frutales y hortalizas. Interpretación ambiental. |
| 10:30 am | Participación en labores agrícolas y preparación de abonos orgánicos |
| 12:00 pm | Pesca deportiva |
| 12:30 pm | Almuerzo |
| 13:30 pm | Cabalgata |
| 14:00 pm | Visita al área de elaboración de quesos |
| 15:00 pm | Visita a la Feria del Jean (Tempo de compras). |

| | |
|-------------------|---|
| 16:00 pm | Finalización de la actividad, entrega de souvenir y despedida |
| Incluye | Guianza Hospedaje Alimentación: 1 desayuno, 2 almuerzos, 1 cena Box lunch Entrada Actividades Alquiler de equipos |
| No Incluye | Bebidas alcohólicas o no especificadas Souvenirs Compras personales |
| Precio | 88,00 por PAX (ver precios por rango de PAX en la tabla 86-4) |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Que llevar

- Zapatos o zapatillas cómodas
- Ropa ligera
- Gorra
- Gafas
- Protector solar
- Cámara de fotos
- Repelente de insectos

Que no llevar

- Armas
- Drogas
- Alcohol

Normas de comportamiento

- No arrojar basura
- No recolectar especies de flora o fauna
- No destruir la propiedad privada
- Seguir las instrucciones del guía

Análisis de costo y cálculo del precio

La tabla 86-4 detalla un análisis de costos del paquete 1, Pelileo y su encanto; en el cual consta los costos generales de cada actividad y servicio, además de los precios unitarios y precios por packs que se ofrecerá.

Tabla 86-4: Análisis de costos del paquete 1

| Detalles de costos | Cantidad | Precio individual | Rango de pax | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | 1 | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | | | |
| Guianza | 1 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Transporte | 1 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Total, costos generales | | | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| Costos individuales | | | | | | | | |
| Alojamiento | 1 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 |
| Desayuno | 1 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Box lunch | 1 | 1,50 | 1,50 | 1,50 | 1,50 | 1,50 | 1,50 | 1,50 |
| Almuerzo | 2 | 3,50 | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 7,00 |
| Cena | 1 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 |
| Cabalgata | 1 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 |
| Pesca deportiva | 1 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Total, costos individuales | | | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 |
| Totales | | | | | | | | |
| Costos generales | | | 30,00 | 15,00 | 7,50 | 5,00 | 3,75 | 3,00 |
| Costos individuales por PAX | | | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 | 27,50 |
| Costos totales | | | 57,50 | 42,50 | 35,00 | 32,50 | 31,50 | 30,50 |
| Gastos de administración (10%) | | | 5,75 | 4,25 | 3,50 | 3,25 | 3,15 | 3,05 |
| Gastos de depreciación (5%) | | | 2,88 | 2,13 | 1,75 | 1,63 | 1,58 | 1,53 |
| Gasto de ventas (5%) | | | 2,88 | 2,13 | 1,75 | 1,63 | 1,58 | 1,53 |
| Total, de gastos | | | 11,51 | 8,51 | 7 | 6,51 | 6,31 | 6,11 |
| Total, costos y gastos | | | 69,01 | 51,01 | 42 | 39,01 | 37,81 | 36,61 |
| Utilidad (15%) | | | 10,35 | 7,65 | 6,30 | 5,85 | 5,67 | 5,49 |
| Impuesto IVA | | | 8,28 | 6,12 | 5,04 | 4,68 | 4,54 | 4,39 |
| Precio neto | | | 87,64 | 64,78 | 53,34 | 49,54 | 48,02 | 46,49 |
| Precio de venta | | | 88,00 | 65,00 | 53,00 | 50,00 | 48,00 | 46,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Paquete 2: “La vida en el campo”

Duración: 1 día

Carácter: Agroturismo, naturaleza y cultura

Tiempo de las actividades: 8:00 am hasta 17:30 pm

Itinerario:**Tabla 87-4:** Itinerario del paquete 2. La vida en el campo

| | |
|---------------------------------|---|
| Paquete: | La vida en el campo |
| Dirigido a: | Turistas nacionales y extranjeros |
| Idioma de guianza: | Español |
| Modalidad: | Agroturismo y naturaleza |
| Dificultad: | Baja |
| Temporalidad: | Indefinido |
| Número de participantes: | 5-10 PAX |
| Duración del viaje: | 1 día |
| Itinerario | |
| Día 1 | |
| Hora | Actividad |
| 08:00 am | Bienvenida a la finca agroturística |
| 08:30 am | Desayuno |
| 09:00 am | Recorrido por las instalaciones de la finca agroturística |
| 09:30 am | Visita e interpretación a los huertos orgánicos. Recolección de frutas y hortalizas. |
| 10:30 am | Participar y conocer el proceso de producción de cuyes y conejos. |
| 11:30 pm | Pesca deportiva. Disfrute del área recreacional |
| 12:30 pm | Almuerzo |
| 13:30 pm | Recorrido por la producción agrícola y participación en labores agrícolas |
| 14:30 pm | Visita y observación al área de aves de corral (patos, gansos, pavos y gallinas) |
| 15:00 pm | Visita y recorrido al vivero Green Gallery. Exposición de plantas ornamentales y frutales. Tiempo de compras. |
| 16:00 pm | Cabalgata |
| 16:45 pm | Visita al área de elaboración de quesos |
| 17:30 pm | Despedida Entrega de souvenir Fin de servicio |
| Incluye | Guianza Alimentación: 1 desayuno y 1 almuerzo Entrada Actividades Alquiler de equipos |
| No Incluye | Compras personales |
| Precio | 42,00 por PAX |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Que llevar

- Zapatos o zapatillas cómodas
- Ropa ligera
- Gorra
- Gafas
- Protector solar
- Cámara de fotos
- Repelente de insectos

Que no llevar

- Armas
- Drogas
- Alcohol

Normas de comportamiento

- No arrojar basura
- No recolectar especies de flora o fauna
- No destruir la propiedad privada
- Seguir las instrucciones del guía

Análisis de costo y cálculo del precio

La tabla 88-4 detalla un análisis de costos del paquete 2, La vida en el campo; en el cual consta los costos generales de cada actividad y servicio, además de los precios unitarios y precios por packs que se ofrecerá.

Tabla 88-4: Análisis de costos del paquete 2. La vida en el campo

| Detalles de costos | Cantidad | Precio individual | Rango de pax | | | | | |
|--------------------------------|----------|-------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 1 | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 |
| Costos generales | | | | | | | | |
| Guianza | 1 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Total, costos generales | | | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Costos individuales | | | | | | | | |
| Desayuno | 1 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Almuerzo | 1 | 3,50 | 3,50 | 3,50 | 3,50 | 3,50 | 3,50 | 3,50 |
| Cabalgata | 1 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 |

| Detalles de costos | Cantidad | Precio individual | Rango de pax | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | 1 | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 |
| Pesca deportiva | 1 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Elaboración de quesos | 1 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Souvenir | 1 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Total, costos individuales | | | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 |
| Totales | | | | | | | | |
| Costos generales | | | 15,00 | 7,50 | 3,75 | 2,50 | 1,88 | 1,50 |
| Costos individuales por PAX | | | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 |
| Costos totales | | | 27,50 | 20 | 16,25 | 15 | 14,38 | 14 |
| Gastos de administración (10%) | | | 2,75 | 2,00 | 1,63 | 1,50 | 1,44 | 1,40 |
| Gastos de depreciación (5%) | | | 1,38 | 1,00 | 0,81 | 0,75 | 0,72 | 0,70 |
| Gasto de ventas (5%) | | | 1,38 | 1,00 | 0,81 | 0,75 | 0,72 | 0,70 |
| Total, de gastos | | | 5,51 | 4,00 | 3,25 | 3,00 | 2,88 | 2,80 |
| Total, costos y gastos | | | 33,01 | 24,00 | 19,50 | 18,00 | 17,26 | 16,80 |
| Utilidad (15%) | | | 4,95 | 3,60 | 2,93 | 2,70 | 2,59 | 2,52 |
| Impuesto IVA | | | 3,96 | 2,88 | 2,34 | 2,16 | 2,07 | 2,02 |
| Precio neto | | | 41,92 | 30,48 | 24,77 | 22,86 | 21,92 | 21,34 |
| Precio de venta | | | 42,00 | 30,00 | 25,00 | 23,00 | 22,00 | 21,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.1.1.7. Análisis mercadotécnico

Referente a las estrategias de mercado y comercialización se trabajó con el marketing mix, las 4 c's.

o Identificación del nicho de mercado

Una vez realizado el estudio de mercado, se ha podido identificar el target de turistas nacionales y extranjeros.

- Target nacional

El producto está dirigido a todos los turistas nacionales que arriben de ciudades como Tungurahua, Pastaza, Chimborazo, Guayas cuyas edades fluctúan entre 18-35 años.

- Target internacional

El producto está dirigido a todos los turistas extranjeros que arriben de los países como: Colombia, Argentina, Chile y Perú cuyas edades fluctúan entre 26-35 años.

- Marketing mix

- Consumidor

Identidad de producto de agroturismo.

El producto consiste en un paquete que consta de dos días y 1 noche en los que se vivirá la vida del campo, la cultura del cantón Pelileo y se disfrutará de la naturaleza en su máxima expresión, dicho producto está elaborado a partir del estudio de mercado, analizando el perfil del turista nacional e internacional, para personas dispuestas a realizar actividades complementarias al agroturismo, este perfil se adapta al turista nacional y extranjero.

El producto está dirigido a turistas nacionales y extranjeros no consiste exclusivamente en realizar actividades de agroturismo, este producto además de la observación de flora y fauna de granja viene complementado con senderos, cabalgata, camping y pesca deportiva, y visita a los principales atractivos turísticos del cantón Pelileo, enriquece conocimientos, se gana experiencias y contribuir a dinamizar la economía local.

- ✓ Nombre

El nombre del producto de agroturismo se ha tomado del lugar donde se encontrará ubicado, debido a ello tomará el nombre de finca agroturística “Valle Hermoso”

- ✓ Imagen corporativa



Figura 8-4. Imagen corporativa

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- ✓ Simbología

 - La casa

La casa representa la finca agroturística a implementar con sus respectivas áreas para hospedaje, alimentación.

- Los animales

Representan los animales domésticos que existe en la producción agropecuaria del cantón Pelileo como por ejemplo las aves de corral, animales vacunos, porcinos, etc.

- El sembrío

Representa a la gran variedad de productos agrícolas que produce la tierra del cantón Pelileo

- ✓ Estrategia del consumidor

- Implementar facilidades para brindar un servicio de calidad

Por lo que se propone:

- Crear paquetes turísticos de acuerdo con los gustos y preferencias de los turistas.
- Implementar señalética informativa para facilitar la llegada a la finca agroturística, hacia los atractivos y en la finca.
- Implementar puntos de información para los turistas.
- Instalar servicio a internet en las cabañas para que los huéspedes tengan acceso a wifi.
- Implementación de un sistema de calidad es decir de buenas prácticas para la prestación de servicios como hospedaje, alimentación y guianza.
- Prestar servicios de calidad orientados a la conservación ambiental y a la actividad turística sostenible.
- Contar con medidas de bioseguridad tanto para el personal como para los turistas.
- Facilitar la participación en la finca, implicando a los trabajadores en la toma de decisiones y delegando funciones.
- Contar con las herramientas y equipos de protección personal adecuados para el personal del establecimiento.
- Reducir el consumo de agua, motivar al uso eficiente de la energía en todas las instalaciones de los servicios turísticos y motivar a los turistas al adecuado uso del agua.
- Involucrar a todo el personal del establecimiento en las acciones de educación ambiental.
- Alcance a nuevos segmentos de mercado

El producto se ofertará a la demanda que llega a Pelileo, además en el mediano plazo a turistas a nivel nacional e internacional, otro segmento a captar es el estudiantil a nivel primario, secundario

y universitario del cantón, o de ciudades y provincias cercanas como Pastaza, Chimborazo y Cotopaxi.

- Diseño y construcción de cabañas de estilo tradicional de la sierra ecuatoriana para alojamiento con la utilización de materiales de la zona y una cabaña de construcción mixta para alimentos y bebidas.
- Aplicación de tecnología limpia en las cabañas y a la vez, cómodos y funcionales garantizando la bioseguridad y confianza en el huésped.
- Presentación de talleres de educación ambiental.
- Seguimiento y evaluación

Debe contar con un protocolo de monitoreo y evaluación de los servicios y actividades que se operan en la finca agroturística para de esta manera prevenir o corregir errores y proporcionar una oferta de calidad a los turistas.

- Conveniencia
- ✓ Directo e indirecto

Tabla 89-4: Directo e indirecto

| Objetivo | Incrementar la participación de mercado nacional e internacional a captar para la finca agroturística | | |
|----------------------------------|--|---|---|
| Canal de comercialización | Táctica | Política de funcionamiento | Mercado objetivo |
| Directo | Venta directa a los turistas nacionales e internacionales que se contacten directamente con la finca agroturística Valle Hermoso | Contacto personal entre el personal de venta y el cliente. Exponer la información turística en ferias locales mediante material promocional. | Estudiantes de las carreras de turismo y agronomía de las universidades públicas y privadas del Ecuador y otros países, y también al personal de entidades públicas y privadas del país, a turistas nacionales e internacionales que lleguen directamente a la provincia de Tungurahua. |
| Indirecto | Establecer alianzas estratégicas con las agencias de viajes y | Presentar el producto turístico a las agencias de viajes y | Turistas nacionales e internacionales que lleguen a la provincia de Tungurahua |

| Objetivo | Incrementar la participación de mercado nacional e internacional a captar para la finca agroturística | | |
|----------|---|--|--|
| | tour operadoras nacionales e internacionales disponibles. | tour operadoras nacionales e internacionales y establecer convenios que beneficien a las partes interesadas, como precios y comisiones. También se entregará material promocional en establecimientos turísticos | por medio de intermediarios como las agencias de viajes y tour operadoras. |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- ✓ Difusión
- Materiales pop
- Camisetas



Figura 9-4. Modelo de camisetas

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Gorras



Figura 10-4. Modelo de gorras

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Tazas

Tazas en material de porcelana con la marca de la finca agroturística



Figura 11-4. Modelo de tazas

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- ✓ Estrategias de conveniencia
- Gestionar la participación de asociación en ferias cantonales y provinciales con el fin de exponer el producto.
- Por medios publicitarios difundir la oferta a través de las unidades de Turismo y centros de información en la provincia.
- Establecer convenios con instituciones educativas para la visita frecuente a la finca agroturística con descuentos y promociones para así obtener un flujo de demanda constante.

- Establecer y mantener convenios y alianzas comerciales con las agencias de viajes y operadoras de turismo del cantón Pelileo y del resto de la provincia de Tungurahua dado que el cantón solo cuenta con una agencia de viajes, con la finalidad de que el producto sea conocido a nivel de provincia los cuales estarán detallados en la tabla 90-4 y tabla 91-4 respectivamente:

- Agencias de viajes de Pelileo

Tabla 90-4: Agencias de viajes de Pelileo

| Nombre | Datos |
|-----------------------------|---|
| Jertitours viajes y turismo | Dirección: Padre Jorge chacón sn Eplicachima Móvil: 0984277506 Correo: laudijerti@hotmail.com |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Agencias y operadoras de turismo de Tungurahua

Tabla 91-4: Agencias y operadoras de turismo de Tungurahua

| Nombre | Datos |
|------------------------------------|--|
| Muristour Expediciones | Dirección: Bolívar 17-50 17-50 Montalvo Telf.: 032420641 Correo: alf_turismo_amb@hotmail.com |
| Ecuexplorer Travel and Handicrafts | Dirección: Nelson Dueñas 010 Urbina Telf.: 0999013949 Correo: rithagarzon@yahoo.com Página web: www.ecuexplorer.com |
| Magui Tours | Dirección: Mera 07-60 Av. 12 de noviembre Telf.: 032422229 Correo: maguitours.iata@gmail.com |
| DOAVEEX | Dirección: Eugenio Espejo SN Oscar Efrén Reyes Telf.: 032521903 Correo: doradoexpediciones2000@gmail.com Página web: www.doradotravelbanos.com |

| Nombre | Datos |
|----------------------------------|--|
| Masquevuelos S.A | Dirección: Thomas Halflants S/N Orient Telf.: 032741455 Correo: paola.perez@masquevuelos.com Página web: www.masquevuelos.com |
| Compañía Ecoturística Cetumir | Dirección: Ambato S/N Manuela Saenz Telf.: 032742598 Correo: cetumiroperadoradeturismo@outlook.es |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Comunicación

Para difundir el producto de agroturismo es necesario desarrollar por medio del internet, tales como; página web, cuenta de facebook, YouTube e instagram, con el propósito de comunicar, transmitir y generar expectativas en los consumidores.

✓ Página web

Es necesario la creación de página web de la finca agroturística con el propósito de facilitar la información a los clientes o consumidores, sobre información del lugar, paquetes turísticos que se ofertará, precios de los paquetes o servicios turísticos, contactos para las reservaciones y la sección de galerías sobre los principales atractivos turísticos y actividades.

✓ Red social (Facebook)

La cuenta de facebook del establecimiento turístico deberá contener información real del centro turístico, tales como: fotografías del establecimiento turístico, flora y fauna doméstica, visitas experienciales de turistas nacionales o extranjeros y compartir videos promocionales.

✓ Red social (Instagram)

La cuenta de Instagram del establecimiento deberá contener fotografías de todo el establecimiento, las actividades agroturísticas, los huertos orgánicos, turistas disfrutando del establecimiento y además de videos promocionales.

- ✓ Canal de YouTube

Se publicará videos promocionales que incluyan la flora y fauna representativa de la finca agroturística, videos promocionales y experiencias de turistas.

- ✓ Estrategia de comunicación

- Difusión masiva

Se necesita un canal para captar a la mayoría del público con el producto de agroturismo que se oferta y esto se obtendrá mediante la difusión masiva de la oferta en radios locales y provinciales, internet, televisión, revistas y afiches.

- Manejo de una marca en publicidad

Mediante el logotipo, y el eslogan “En armonía con el campo” se da a conocer la oferta turística, la riqueza natural y cultural, la producción agrícola que ofrece la zona e incentiva a disfrutar de la vida en el campo.

- Coste

- ✓ Política de cobro y forma de pago

En la finca agroturística la política de cobro es:

- Contado: El servicio deberá ser cancelado en su totalidad y de manera inmediata, esto sucede cuando el turista reserva sus servicios de manera personal.
- Acuerdo (50% al contado y el 50% a crédito): Cuando el turista reserva sus servicios a través de llamada telefónica o internet, el 50% deberá ser transferido a nombre de la empresa a través de una entidad bancaria y 50% restante, lo realizará en persona el día en que haga uso de los servicios.
- Formas de pago: Efectivo o tarjeta de crédito de cualquier institución bancaria.

- ✓ Estrategia de costo

El precio se determina de acuerdo con el número de pax, para formalizar convenios con operadoras de turismo y agencias de viajes locales, los precios deben ser mostrados en tarifa y también renovados cada año.

La negociación con las diferentes agencias y operadores se realizará un contrato, refiriéndose al 10% de comisión por ventas de cada paquete vendido, debido a esto se debe establecer los valores a cobrar para negociación. A continuación, se detalla la oferta en la tabla 92-4:

Tabla 92-4: Comisión para operadoras y agencias de viaje

| N ° | Paquete | Tiempo | Precio | 4 pax | 6 pax | 8 pax | 10 pax |
|-----|----------------------|--------------------|--------------|-------|-------|-------|--------|
| 1 | Pelileo y su encanto | Dos días una noche | Precio Neto | 53,00 | 50,00 | 48,00 | 46,00 |
| | | | Comisión 10% | 5,30 | 5,00 | 4,80 | 4,60 |
| 2 | La vida en el campo | Un día | Precio Neto | 25,00 | 23,00 | 22,00 | 21,00 |
| | | | Comisión 10% | 2,50 | 2,30 | 2,20 | 2,10 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Se desarrollará ofertas especiales para niños, adulto mayor y estudiantes, con la finalidad de expandir el mercado y dar a conocer el producto a través de estos segmentos, también se definirán descuentos, gratuidades y tarifas especiales de acuerdo con la temporada.

4.3. Establecer la viabilidad administrativa legal para la implementación del producto de agroturismo.

4.3.1. Estudio legal

4.3.1.1. Tipo de empresa

Para la aplicación del producto agroturístico, se ha determinado la implementación de una finca agroturística que se constituirá como una empresa privada individual, de tipo microempresa se fundamenta legalmente en las leyes de la República del Ecuador.

4.3.1.2. Constitución política de la República del Ecuador

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador, modificada en el 2018 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos (as), sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley: Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Art. 319.- 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.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social (Constitución de la República del Ecuador, 2020: pp. 17-160).

4.3.1.3. Ley de Turismo

La Ley de Turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, modificado el 22 de junio del 2020, se tomarán como referencia los siguientes artículos que permitirán la constitución legal del producto agroturístico a emprender.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

4.3.1.4. Reglamento general a la Ley de Turismo

Considerando el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del producto de agroturismo:

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

- Del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de

servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de registro. - El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

- De la licencia única anual de funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación. Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento. A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 60.- Pago de la licencia. - El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo. Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2020).

4.3.1.5. Reglamento General de Actividades Turísticas

- De la obligación de registro y de la obtención de Licencia Anual de Funcionamiento

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art. 142.- Solicitud de registro. - Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

Una, vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

Art. 149.- Licencia anual de funcionamiento. - La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos; sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente. Cuando se trate de empresas cuyas operaciones no se inicien en los primeros treinta días de cada año, el pago por Licencia de Funcionamiento será por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario (Reglamento general de actividades turísticas, 2011).

4.3.1.6. Ley de compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles 242 permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 97. Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital (Ley de Compañías, 2014).

4.3.1.7. Requisitos legales para la constitución

- Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

- Patente municipal

Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad
- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)

- Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año
- Permiso sanitario de funcionamiento
- Certificado(s) de salud
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad

- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada

- Registro actividad turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
- Copia del RUC
- Copia de la cedula de identidad
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
- Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona
- Natural ecuatoriana o extranjera solicitante
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil
- Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

- Licencia única anual de funcionamiento

Para obtener la licencia única anual de funcionamiento los requerimientos son:

- Solicitud en formulario correspondiente
- Pago de tasa de trámite
- Informe técnico de prevención de incendio
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del RUC.

- Certificado de uso de suelo
- Copia certificada del registro de turismo, conferido por el ministerio de turismo.
- Pago del impuesto de patente municipal
- En el caso de personas jurídicas se requiere adjuntar certificado del nombramiento del representante legal.
- Copia categorización emitida por el MINTUR.
- Copia del recibo del pago del 1x1 000 de los activos fijos que se realizan en el Ministerio de Turismo del año vigente.

- Constitución como una empresa compañía de responsabilidad limitada

- **El nombre.** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Ambato.

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

- **Solicitud de aprobación.** - La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

4.3.2. Estudio administrativo

4.3.2.1. Organigrama estructural

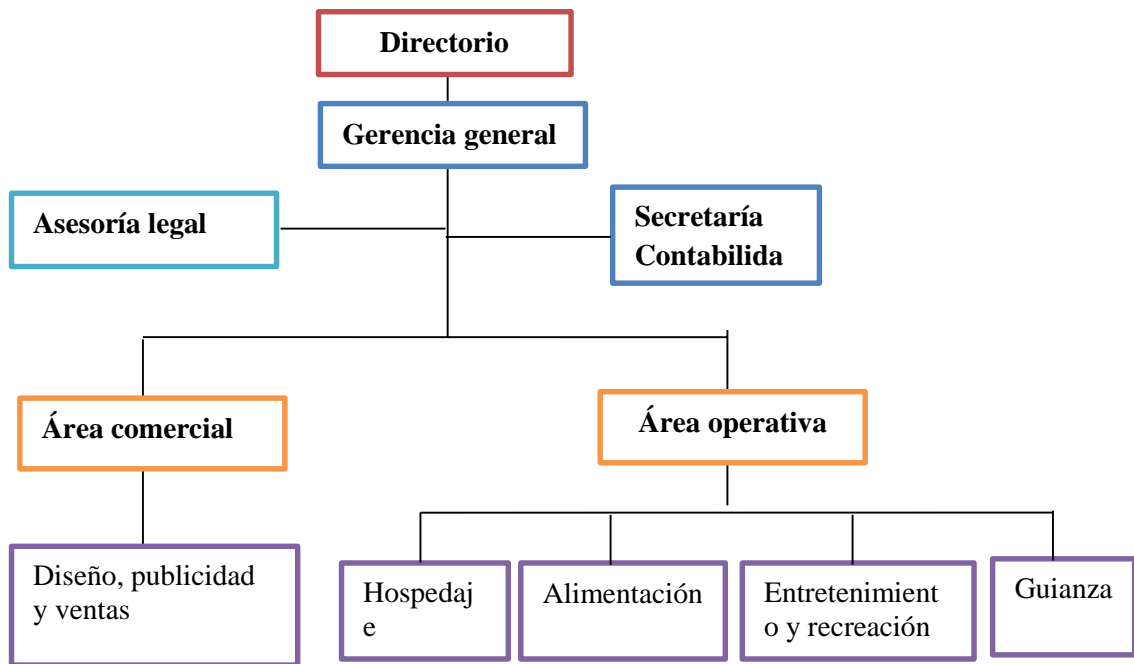


Figura 12-4. Organigrama estructural

Realizado por: Jaitia, K., 2022

4.3.2.2. Organigrama funcional

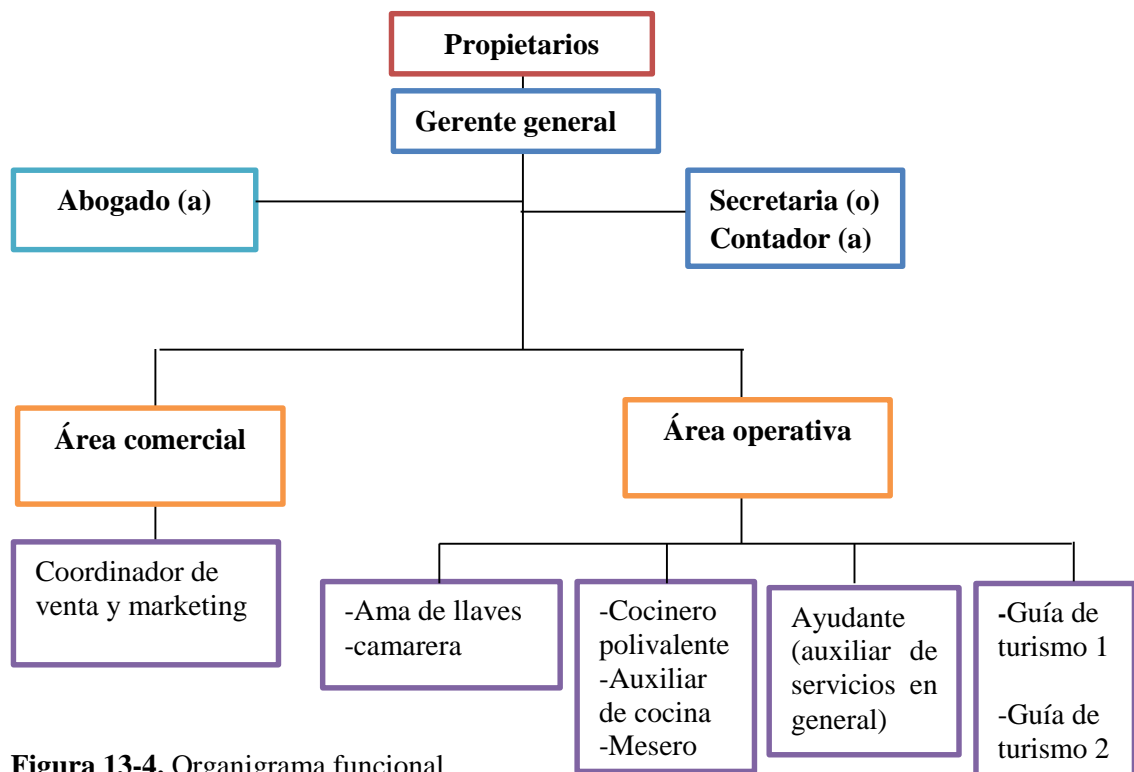


Figura 13-4. Organigrama funcional

Realizado por: Jaitia, K., 2022

4.3.2.3. Manual de cargos y funciones

Para la operación de la finca agroturística se incluye un manual de cargos y funciones, de acuerdo con lo que se estableció en los organigramas, con la finalidad de establecer responsabilidades y el perfil de los empleados para cada cargo.

- **Directorio**

Tabla 93-4: Manual de cargos y funciones del directorio

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|--|
| Cargo: Directorio Dependencia: Directorio Solicita reportes a: Gerente general |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none">- Establecer las políticas y metas de la empresa, en concordancia con las políticas nacionales, regionales, provinciales o locales formuladas por los órganos competentes y evaluar su cumplimiento;- Aprobar los programas anuales y plurianuales de inversión y reinversión de la empresa pública de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo;- Aprobar las políticas aplicables a los planes estratégicos, objetivos de gestión, presupuesto anual, estructura organizacional y responsabilidad social corporativa;- Aprobar el presupuesto general de la finca y evaluar su ejecución;- Aprobar el plan estratégico de la empresa, elaborado y presentado por la gerencia general, y evaluar su ejecución;- Aprobar y modificar el orgánico funcional de la empresa sobre la base del proyecto presentado por el gerente general;- Autorizar la contratación de los créditos o líneas de crédito, así como las inversiones que se consideren necesarias para el cumplimiento de los fines y objetivos empresariales, cuyo monto será definido en el reglamento general de esta ley con sujeción a las disposiciones de la ley y la normativa interna de cada empresa. Las contrataciones de crédito, líneas de crédito o inversiones inferiores a dicho monto serán autorizadas directamente por el gerente general de la empresa- Autorizar la enajenación de bienes de la empresa de conformidad con la normativa aplicable desde el monto que establezca el directorio:- Conocer y resolver sobre el informe anual de la o el gerente general, así como los estados financieros de la empresa pública cortados al 31 de diciembre de cada año |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Resolver y aprobar la fusión, escisión o liquidación de la empresa pública; - Nombrar a la o al gerente general, de una terna propuesta por la presidenta o presidente del directorio, y sustituirlo. - Aprobar la creación de filiales o subsidiarias, nombrar a sus administradoras o administradores con base a una terna presentada por la o el Gerente General, y sustituirlos - Disponer el ejercicio de las acciones legales, según el caso, en contra de exadministradores de la empresa privadas - Las demás que le asigne la ley orgánica de empresas privadas, su reglamento general y la reglamentación interna de la empresa |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- **Gerente general**

Tabla 94-4: Manual de cargos y funciones del gerente general

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|--|
| <p>Cargo: Gerente general</p> <p>Dependencia: Gerencia general</p> <p>Jefe inmediato: Directorio</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Planificar objetivos y estrategias - Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento turístico - Asegurar la satisfacción del cliente - Liderar el equipo de trabajo - Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial del establecimiento turístico; - Cumplir y hacer cumplir la ley, reglamentos y demás normativa aplicable, incluidas las resoluciones emitidas por el directorio; - Suscribir las alianzas estratégicas aprobadas por el directorio; - Administrar el establecimiento turístico, velar por su eficiencia empresarial e informar al directorio trimestralmente o cuando sea solicitado por éste, sobre los resultados de la gestión de aplicación de las políticas y de los resultados de los planes, proyectos y presupuestos, en ejecución o ya ejecutados; |

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

- Presentar al directorio las memorias anuales de la empresa pública y los estados financieros;
- Promover acciones de mejora para el establecimiento turístico
- Disponer mediante contrato a destajo la limpieza de accesorios o prendas de las habitaciones de la finca
- Seleccionar el personal requerido para laborar en el establecimiento turístico
- Evaluar el desempeño del personal que labora en el establecimiento turístico
- Supervisar la atención al cliente del personal que labora
- Controlar las actividades financieras, administrativas y legales del centro turístico
- Verificar el cumplimiento del reglamento interno del centro turístico y promover la actualización o modificación en caso lo amerite
- Coordinar y presidir las reuniones con los actores e involucrados de la gestión turística
- Promover actividades de difusión turística
- Rendir cuentas de su gestión ante el directorio
- Atender los requerimientos del personal y los turistas
- Coordinar la capacitación periódica del personal.
- Promover procesos de actualización de conocimiento
- Promover acciones de mejora para el establecimiento turístico

CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES

- Capacidad de resolver problemas, planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa
- Técnicas de definición de precios, producto y servicios
- Técnica de manejo al equipo de trabajo
- Técnicas de liderazgo y jefatura
- Técnicas de mercadeo
- Gerencia de talento humano
- Psicometría para la selección del personal
- Administración hotelera y turística
- Estrategias de mercadeo
- Marketing moderno

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|--|
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| profesional en: - Ingeniero o Licenciado en Ecoturismo - Ingeniero en Administración Hotelera o Empresas, y otros afines al perfil solicitado. De preferencia: Maestría en gestión de empresas turísticas Conocimientos avanzados de inglés | Tener un mínimo de dos años de experiencia profesional relacionada |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018; Calapucha, Jairo, 2019

- **Secretario (a)**

Tabla 95-4: Manual de cargos y funciones del secretario (a)

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|--|
| Cargo: Secretario (a) Dependencia: Secretaría Jefe inmediato: Gerente general Número de plazas: 1 |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Recibir, clasificar y tramitar la documentación al interior del establecimiento. - Tomar dictados, digitalizar y redactar documentos asignados por el gerente general. - Receptar documentación para su posterior aprobación por parte del gerente general. - Mantener de forma reservada la información que se trata al interior del establecimiento. - Preparar la documentación para reuniones de más alto nivel. - Cuidar la adecuada presentación de la oficina del gerente general. - Participar de los equipos de trabajo a los que fuera asignados. - Tomar nota de las reuniones con los empleados de la organización. - Registra y da trámite a los documentos remitidos por las diferentes áreas de la empresa. - Lleva la relación de citas, llamadas telefónicas, reuniones y entrevistas de gerencia. |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Atención y orientación al personal administrativo, trabajadores en general sobre aspectos inherentes a la finca agroturística. - Redacción de cartas memorandos, oficios, y otros documentos, a solicitud de la gerencia - Llevar un control de movimientos de cuentas de la empresa y sus saldos - Realizar trámites de subvenciones, licencias, permisos, etc - Atención a los clientes que ingresen a las instalaciones de la finca agroturística. - Brindar información referente a los servicios que brinda la finca agroturística. - Recibe y registra la visita de los clientes. - Coordinación de llamadas internas y externas. - Puntualidad en la realización de sus actividades. - Presencia absoluta en su sitio de trabajo. | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Dominio de sistemas tarifarios - Relaciones humanas - Conocimiento de paquetes informáticos de office, y manejo de tecnologías informáticas. - Contabilidad general - Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjetas de créditos u otros. - Primeros auxilios básicos | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Título de secretariado otorgado por una institución educativa, técnica o superior - Dominio del idioma inglés | <p>Mínimo un año de experiencia en cargo o funciones similares</p> |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018; Calapucha , Jairo, 2019

- **Contador (a)**

Tabla 96-4: Manual de cargos y funciones del contador (a)

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|--|---|
| <p>Cargo: Contador (a) Dependencia: Contabilidad Jefe inmediato: Gerente general Número de plazas: 1</p> | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Organizar y controlar la información financiera relacionada con el giro del negocio. - Emitir un informe mensual al administrador sobre actividades y movimientos financieros - Análisis y evaluación de información contable para presentación a inmediato superior. - Elaborar los balances y estados financieros a partir de los movimientos económicos de la organización. - Llevar al día las obligaciones tributarias del establecimiento turístico - Si fuere necesario realizar un sistema de cuentas apropiado para la organización. - Emitir información a su inmediato superior para la toma de decisiones. - Realizar el cálculo de impuestos, para el pago de las rentas. - Velar que la contabilidad se lleve de acuerdo con las normas legales del país. - Control de créditos - Gestiones bancarias. | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Administración Financiera - Normas vigentes en materia contable y presupuesta - Conocimiento general e interpretación de datos contables - Conocimiento general e interpretación de datos estadísticos - Conocimiento y manejo de normas de auditoría generalmente aceptadas - Conocimiento de un software contable | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| Ingeniero o Licenciado en Contabilidad, otros afines al perfil solicitado | Mínimo un año de experiencia en cargo o funciones similares |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- Abogado (a)

Tabla 97-4: Manual de cargos y funciones del abogado (a)

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|--|
| <p>Cargo: Abogado (a) Dependencia: Asesoría legal Jefe inmediato: Gerente general Número de plazas: 1</p> | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prestar asesoramiento jurídico legal a la empresa en la interpretación y aplicación de los dispositivos legales, así como representarla legalmente en el ámbito de su competencia - Estudiar y resolver los problemas legales relacionados con la empresa, contratos, convenios y normas legales. - Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales. - Negociar y redactar contratos. - Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa. | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en computación - Estudios tributarios - Entidades públicas y privadas. | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| <p>ESTUDIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de abogado - Preferencia un Msc: relacionado con el cargo de asesor legal. | <p>EXPERIENCIA</p> <p>Mínimo experiencia de 1 año en cargos similares</p> |

Fuente: Minahua, Tito, 2020

- **Coordinador de marketing y ventas**

Tabla 98-4: Manual de cargos y funciones del coordinador de marketing y ventas

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|--|
| <p>Cargo: Coordinador de marketing y ventas</p> <p>Dependencia: Área comercial</p> <p>Jefe inmediato: Gerente general</p> <p>Número de plazas: 1</p> | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Establecer herramientas de publicidad de acuerdo con las características propias del proyecto - Coordinar procesos de marketing con el staff. - Dirigir campañas publicitarias permanentes a todo nivel. - Innovar en estrategias para el mejoramiento continuo del servicio y el negocio. - Mantener estabilidad y un buen entendimiento con el personal. - Promocionar los atractivos turísticos del territorio - Promocionar los paquetes turísticos - Vender los paquetes turísticos - Establecer alianzas estratégicas para la comercialización del producto turístico - Organizar nuevos paquetes turísticos si el turista solicita modificaciones | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Producto turístico - Paquete turístico - Sistema turístico - Sistemas contables y tributarias - Marketing moderno - Atención al cliente | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| <p>ESTUDIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero en Marketing - Ingeniero o Licenciado en Mercadotecnia, Ecoturismo, y otros afines al perfil solicitado - Conocimiento intermedio en el idioma inglés | <p>EXPERIENCIA</p> <p>Mínimo experiencia de 2 año en cargos similares</p> |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- **Ama de llaves**

Tabla 99-4: Manual de cargos y funciones de ama de llaves

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|---|
| <p>Cargo: Ama de llaves</p> <p>Dependencia: Área operativa</p> <p>Jefe inmediato: Gerente general</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Planificar el trabajo de su departamento - Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo - Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo - Contratar y supervisar servicio de terceros - Administrar materiales a su cargo - Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo - Operar los equipos relacionados con su actividad - Asegurar la satisfacción del huésped - Interactuar con los demás departamentos - Apoyar a la gestión del negocio |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajos y eventos especiales - Desarrollo de procesos operacionales - Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos - Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos - Técnica de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales - Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones. - Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento - Técnicas de servicio al cliente - Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo de color - Requisitos para trabajo en equipo - Manejo de formularios |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|------------------------------------|
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Bachillerato o carrera técnica determinada - Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración | Tener mínimo un año de experiencia |

Fuente: Calapucha , Jairo, 2019

- **Camarera**

Tabla 100-4: Manual de cargos y funciones de camarera

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|--|
| <p>Cargo: camarera</p> <p>Dependencia: Área operativa</p> <p>Jefe inmediato: Gerente general</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Limpiar, asear y ordenar las habitaciones - Adecuar la habitación para recibir al huésped - Inspeccionar el estado de una habitación - Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación - Ordenar la habitación ocupada - Efectuar controles y registros - Operar equipos de trabajo - Brindar información del establecimiento al huésped - Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento - Velar por la seguridad y privacidad del huésped - Asegurar satisfacción del cliente - Cuidar de la apariencia personal - Mantener la comunicación con los demás departamentos |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales - Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos - Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo - Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones - Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped - Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de la hostería - Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|--|------------------------------------|
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller - Carrera técnica determinada | Tener mínimo un año de experiencia |

Fuente: Echeverría, Ivette, 2017

- **Cocinero polivalente**

Tabla 101-4: Manual de cargos y funciones del cocinero

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|---|
| <p>Cargo: cocinero</p> <p>Dependencia: alimentación</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con gerencia acerca de los menús que se brindaran en la zona de alimentación. - Garantizar una correcta preparación y presentación de los alimentos de acuerdo a los estándares de salubridad establecidos. - Preparación de los platos de acuerdo con los menús establecidos y aprobados por gerencia - Planificar y controlar la cocina - Elaborar la programación de la cocina - Administrar lo existente (stock) y consumo - Administrar el equipo - Elaborar recetas de platos típicos y ofertar. - Usar productos agrícolas de la zona (frutas, verduras, tubérculos, animales). - Abastecer alacenas con productos necesarios para preparar los platos. - Cumplir normas higienes de preparación de los alimentos y bebidas - Elaborar inventarios de productos. - Elaborar inventarios de equipo de cocina, utensilios. - Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas administrativas de planificación - Elaboración de presupuestos - Análisis y control de costos y resultados - Administración de la producción - Principios básicos de gestión de procesos de producción de alimentos y bebidas - Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión - Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas - Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal - Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y presentación de platos |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|--|------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de servicio - Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual - Maquinaria, equipos y utensilios de cocina - Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía - Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Licenciatura o tecnología en gastronomía | Tener mínimo un año de experiencia |

Fuente: Echeverría, Ivette, 2017

- **Mesero**

Tabla 102-4: Manual de cargos y funciones del mesero

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|---|
| <p>Cargo: mesero</p> <p>Dependencia: Área operativa</p> <p>Jefe inmediato: Cocinero (a), ayudante</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Atender al cliente - Presentar el menú o carta - Servir al cliente - Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento - Finalizar la atención y recibir el pago - Cuidar de la seguridad de los alimentos - Cuidar del arreglo del punto de venta - Representar y vender - Operar equipos del salón y del punto de venta - Asegurar la satisfacción del cliente - Cuidar de la presentación personal - Apoyar al equipo |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de servicio a la mesa y al cliente - Normas de etiqueta a la mesa y en el salón - Preparación básica de alimentos y bebidas - Procedimientos de emergencia - Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación - Operación de los equipos de comedor - Técnicas de comunicación en el servicio |

| | |
|---|------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de trabajo en equipo - Técnicas de servicio | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller - Curso de mesero otorgado por una institución acreditada - Conocimiento intermedio en el idioma inglés | Tener mínimo un año de experiencia |

Fuente: Echeverría, Ivette, 2017; Gómez, Andrés, 2018

● **Ayudante de cocina**

Tabla 103-4: Manual de cargos y funciones del ayudante de cocina

| | |
|---|-----------------------------------|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| <p>Cargo: ayudante de cocina</p> <p>Dependencia: Área operativa</p> <p>Jefe inmediato: Cocinero (a)</p> <p>Número de plazas: 1</p> | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con el/la cocinero(a) la realización de los alimentos. - Colaborar en la realización de los alimentos. - Realizar la compra de los ingredientes de acuerdo con las recetas y menús establecidos. - Mantener limpio el sitio de trabajo, así como los ingredientes. - Puntualidad en la realización de sus actividades en el horario establecido. - Llevar un informe de las existencias de ingredientes en bodega. - Mantener listos los ingredientes para su posterior preparación | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimiento en la preparación de la comida típica de la zona. - Conocer normas de seguridad en cocina - Técnicas de servicio | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería en gastronomía otorgada por una institución técnica o superior o a su vez curso de gastronomía otorgado por una institución acreditada | No es necesario tener experiencia |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- **Ayudante**

Tabla 104-4: Manual de cargos y funciones del ayudante o auxiliar de servicios en general

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|-----------------------------------|
| Cargo: ayudante o auxiliar de servicios en general | |
| Dependencia: Área operativa | |
| Jefe inmediato: Gerente general | |
| Número de plazas: 1 | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Vigilar los accesos del establecimiento, controlando el tránsito de personas, bienes y actividades - Gestiona el porte y distribución de los equipajes para las actividades - Informa a los clientes los servicios y actividades del establecimiento y a tiende algunos encargos de los clientes. | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en área de atención al cliente - Poseer dotes de comunicación y habilidad de socializar con las personas | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller - Certificado de atención al cliente | No es necesario tener experiencia |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- **Guía 1**

Tabla 105-4: Manual de cargos y funciones del guía 1

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|--|--|
| Cargo: guía 1 | |
| Dependencia: Área operativa | |
| Jefe inmediato: Gerente general | |
| Número de plazas: 1 | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con la organización el tipo de servicio a ofrecer, aclarando las actividades correspondientes al mismo. - Conducir a los turistas por las instalaciones de la finca según el itinerario - Conocimientos necesarios sobre agricultura e información de la finca para la realización del tour. - Presentarse con puntualidad a cumplir con sus actividades. - Proveer información a los turistas acerca de la visita y lugares a conocer. - Velar por la seguridad de los turistas. - Brindar las condiciones necesarias para el disfrute del turista en la visita. - Elaboración de informes de las visitas guiadas. | |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
|---|------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con los promotores de cada actividad como alimentación que desean degustar. - Conducir al turista a todos los lugares previstos para el recorrido - Cuidar el patrimonio natural o cultural que visite. - Dar a conocer las normas de visita la turista. - Atender inquietudes de los turistas. - Elaborar informe al final de recorrido | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio natural y cultural local - Atención al cliente - Técnicas de guianza - Conocimiento del lugar y actividades agrícolas que se realizan en la finca agroturística - Manejo de lesiones y heridas, principales enfermedades y tratamientos., para actuar en momentos de emergencia. | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería/ Licenciatura en Turismo otorgada por una institución técnica o superior o curso de guía turístico, emitido por una institución acreditada. - Preferencia tener la licencia de guía local o nacional - Primeros auxilios - Dominio del idioma inglés | Mínimo experiencia de un año |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018

- **Guía 2**

Tabla 106-4: Manual de cargos y funciones del guía 2

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |
|---|
| <p>Cargo: guía 2</p> <p>Dependencia: Área operativa</p> <p>Jefe inmediato: Gerente general</p> <p>Número de plazas: 1</p> |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con la organización el tipo de servicio a ofrecer, aclarando las actividades correspondientes al mismo. - Conducir a los turistas por las instalaciones de la finca según el itinerario - Conocimientos necesarios sobre agricultura e información de la finca para la realización del tour. - Presentarse con puntualidad a cumplir con sus actividades. - Proveer información a los turistas acerca de la visita y lugares a conocer. |

| | |
|--|------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Velar por la seguridad de los turistas. - Brindar las condiciones necesarias para el disfrute del turista en la visita. - Elaboración de informes de las visitas guiadas. - Coordinar con los promotores de cada actividad como alimentación que desean degustar. - Conducir al turista a todos los lugares previstos para el recorrido - Cuidar el patrimonio natural o cultural que visite. - Dar a conocer las normas de visita la turista. - Atender inquietudes de los turistas. - Elaborar informe al final de recorrido | |
| CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio natural y cultural local - Atención al cliente - Técnicas de guianza - Conocimiento del lugar y actividades agrícolas que se realizan en la finca agroturística - Manejo de lesiones y heridas, principales enfermedades y tratamientos., para actuar en momentos de emergencia. | |
| REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA | |
| ESTUDIOS | EXPERIENCIA |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería/ Licenciatura en Turismo otorgada por una institución técnica o superior o curso de guía turístico, emitido por una institución acreditada. - Preferencia tener la licencia de guía local o nacional - Primeros auxilios | Mínimo experiencia de un año |

Fuente: Gómez, Andrés, 2018; Calapucha, Jairo, 2019

4.3.2.4. Requerimientos del área administrativa

- Talento humano

Tabla 107-4: Presupuesto para talento humano

| Denominación | Cantidad | RMU | Gasto anual |
|--------------|----------|----------|---------------------|
| Gerente | 1 | 1 282,73 | 15 692,76 |
| Secretaria | 1 | 1 260,99 | 15 431,88 |
| Contador | 1 | 1 274,38 | 15 592,57 |
| Abogado | 1 | - | 1 000,00 |
| TOTAL | | | \$ 47 717,21 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

El rol de pagos para el talento humano administrativo se calculó a partir del cálculo de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 9,45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

- Activos fijos

Tabla 108-4: Presupuesto para activos fijos

| Denominación | Cantidad | Costo unitario | Inversión |
|---------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|
| Terreno | 0 | 0 | 0 |
| Construcciones y edificaciones | 60 m ² | 200 | 12 000 |
| Maquinaria y Equipos | | | 68 |
| Calculadora | 1 | 15 | 15 |
| Grapadora | 2 | 5 | 10 |
| Perforadora | 2 | 5 | 10 |
| Quita grapas | 2 | 1,5 | 3 |
| Dispensador de agua | 1 | 30 | 30 |
| Equipo de computo | | | 2 200 |
| Computadora | 2 | 800 | 1 600 |
| Impresora | 2 | 300 | 600 |
| Muebles y enseres | | | 715 |
| Escritorio | 2 | 120 | 240 |
| Sillas visita | 5 | 20 | 100 |
| Sillas ejecutivas | 3 | 90 | 270 |
| Archivadores | 2 | 50 | 100 |
| Portapapeles | 2 | 2,5 | 5 |
| Total | | | \$14 983 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Activos diferidos

Tabla 109-4: Presupuesto para activos diferidos

| Activos diferidos | Cantidad | Costo unitario | Inversión |
|--|-----------------------|----------------|-----------------|
| Convocatoria (periódico y radio) | 2 | 400 | 800 |
| Selección del personal | 1 | 500 | 500 |
| Capacitación al personal antes | 1 | 1 500 | 1 500 |
| Gastos de formación de la organización | 1 paquete de trámites | 1 500 | 1 500 |
| Estudio legal – administrativo y presupuesto | 1 | 1 500 | 1 500 |
| TOTAL | | | \$ 5 800 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

- Materiales e insumos

Tabla 110-4: Presupuesto para activos diferidos

| Denominación | Cantidad | Gasto unitario | Gasto anual |
|-------------------------------|----------|----------------|-----------------|
| Grapas | 2 cajas | 1 | 2 |
| Clips | 2 cajas | 1 | 2 |
| Recarga de cartuchos de tinta | 6 | 20 | 120 |
| Papel bon | 4 resmas | 4 | 16 |
| Flash memory 16 GB | 1 | 10 | 10 |
| Carpetas | 10 | 0,75 | 7,5 |
| Resaltadores | 4 | 1 | 4 |
| Esferos | 1 caja | 5,5 | 5,5 |
| Lápices | 1caja | 1,1 | 1,1 |
| Borrador | 4 | 0,25 | 1 |
| Corrector liquido | 2 | 0,8 | 1,6 |
| Agenda | 2 | 2 | 4 |
| Almohadilla para sello | 1 | 1 | 1 |
| Tinta para sello | 1 | 1,1 | 1,1 |
| TOTAL | | | \$ 176,8 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.4. Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación del producto de agroturismo

4.4.1. Evaluación de impactos ambientales

Para el estudio ambiental se determina los posibles impactos ambientales que afectaría al agua, suelo, aire u otros recursos al producir el servicio.

Se usó la matriz de Leopold la cual es una metodología general para la evaluación de impactos ambientales de proyectos en la que se explica la evaluación matricial de impactos para proyectos de obra o actividades que da detalles generales de este proceso.

4.4.4.1. Matriz de Leopold adaptada

Tabla 111-4: Matriz de Leopold adaptada

| ACTIVIDADES | | | ACCIONES/ ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | IMPACTOS POSITIVOS | IMPACTOS NEGATIVOS | AGREGACIÓN DE IMPACTOS | | | | | | |
|------------------------------------|------------|------------------|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------|-----------------|---------|-------------------------|---------------|--------------------------------|--|--------------------------|----------------------------------|--|---|---|-----|------|
| ASPECTOS AMBIENTALES | | | FASE DE CONSTRUCCIÓN | | | | | | FASE DE OPERACIÓN | | | | | | FASE DE CIERRE | | | | | | | | | | | | |
| MEDIO | COMPONENTE | PARAMETRO | Remoción de la capa vegetal | Movimiento de tierras | Acopto material de cobertura | Transporte de materiales | Construcción de infraestructura | Construcción de senderos | Implementación de señalética | Operación de servicio de hospedaje | Operación de servicio de alimentación | Operación de servicio de guianza | Actividades agroturísticas | Cabalgata | Pesca deportiva | Camping | Actividades recreativas | Reforestación | Manejo de desechos inorgánicos | Tratamiento y manejo de desechos orgánicos | Capacitación al personal | Mantenimiento de infraestructura | | | | | |
| CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS | SUELO | EROSIÓN | -8/3 | -8/3 | -2/1 | | -7/3 | -4/1 | 2/3 | | | | -7/3 | -2/3 | | -2/3 | -2/3 | 8/7 | | | | | | 2 | 9 | -52 | |
| | | ESTRUCTURA | -7/3 | | | | -7/3 | | | | | | | -7/3 | | | | | | 2 | | | | | 1 | 3 | -59 |
| | | FERTILIDAD | -3/2 | -3/2 | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | 9 | | | | | 1 | 3 | 14 |
| | | COMPACTACIÓN | | | -6/3 | | -9/3 | -7/3 | | | | | | -9/3 | | | -5/2 | -5/2 | | | | | | | | 6 | -113 |
| | CLIMA | MICROCLIMA | | | | -5/5 | | | | | | | -5/4 | | | | | 2/2 | | 1 | | | | | 2 | 2 | -40 |
| | ATMÓSFERA | CALIDAD DEL AIRE | -4/5 | -5/5 | | -5/8 | -2/5 | | | | | | | | | | | | 2/2 | 2/2 | 2/2 | | | | 3 | 4 | -83 |
| | AGUA | CALIDAD | | -3/4 | -3/4 | -2/5 | -2/3 | | | | | | | -2/2 | | -5/5 | | | | | | 3/2 | | | 1 | 6 | -63 |
| PAISAJE | CALIDAD | | | | | -4/3 | | | | | | | | | | | | 3/2 | | | | | | 1 | 1 | -6 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------------|-----------------------|-----------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|-----|-----|-----|-----|------|------|------|--------------|-----|-----|
| MEDIO BIOLÓGICO | FLORA | ARBÓREA | -5/5 | -6/5 | -4/7 | | 3/2 | | | | | | | | 5/5 | 5/5 | 7/7 | 4 | 3 | 22 | | | |
| | | ARBUSTIVA | -3/4 | -3/1 | | | 3/2 | | | | | | | | | | 5/5 | 8/7 | 3 | 2 | 72 | | |
| | | HERBÁCEA TIPO MATA | -5/3 | | | | 3/2 | | | | | | | | | | 5/5 | 8/7 | 3 | 1 | 72 | | |
| | | HERBÁCEA | -3/2 | | -4/5 | 3/2 | 3/2 | | | | | | | | | | 5/5 | 8/7 | 4 | 2 | 67 | | |
| | FAUNA | AVES | -5/4 | | -5/5 | 3/2 | 3/2 | | | | | | | | | 5/2 | | | 2 | 2 | -29 | | |
| | | REPTILES | -5/3 | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | -15 | | |
| | | ANFIBIOS | -4/3 | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | -12 | | |
| | | MAMÍFEROS | -4/3 | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | -12 | | |
| | | INSECTOS | -5/4 | -5/3 | -5/3 | | | | | | | -2/2 | -3/2 | | | | | | | 5 | -60 | | |
| | SOCIO ECONÓMICO | SOCIAL | EDUCACIÓN | | | | | | | | | | | | | | 5/5 | 4/2 | 4 | | 113 | | |
| SALUD | | | | | | | | | | | | | | | | 2/2 | | | 1 | | 4 | | |
| EMPLEO | | | | | 8/5 | | 8/8 | 8/8 | 8/8 | 8/8 | 8/5 | | | | | 8/5 | | 9/10 | 8/8 | 8 | | 466 | |
| TERRITORIO | | USO DE TIERRA | | | | 2/2 | | | | | 5/10 | | | | | | | | | 2 | | 54 | |
| | | ECONOMÍA | INGRESOS | | | | | 6/2 | 6/2 | 6/2 | 5/2 | 5/2 | 5/2 | 5/2 | | | | | | | 7 | | 76 |
| EGRESOS | | | | | -5/2 | -8/3 | -5/2 | -5/2 | | | | | | | | | | | -4/2 | -4/2 | 6 | -70 | |
| CULTURA | | PATRIMONIO TANGIBLE | | | | | | | | | 1/1 | | | | | | | | | 1 | | 1 | |
| | | PATRIMONIO INTANGIBLE | | | | | | | | | 3/5 | 3/5 | | | | | | | | 2 | | 30 | |
| INFRAESTRUCTURA | | ESTRUCTURA | | | 5/2 | 5/2 | 4/1 | | | | | 1/1 | | | | | | | 6/2 | | | 39 | |
| SERVICIOS | | HOSPEDAJE | | | 5/5 | 4/2 | 5/2 | | | | | | | 3/2 | | | 2/2 | 2/2 | | 5 | | 53 | |
| | ALIMENTACIÓN | | | | 4/2 | 5/2 | | 5/2 | | | | | 1/1 | | | 2/2 | 2/2 | | 5 | | 27 | | |
| IMPACTOS POSITIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 496 | | 496 | |
| IMPACTOS NEGATIVOS | | | 13 | 7 | 4 | 8 | 7 | 3 | 1 | | | | 6 | 2 | 1 | 2 | 2 | | 1 | 1 | Comprobación | 496 | |
| IMPACTOS AGREGADOS | | | -208 | -115 | -33 | -173 | -46 | -19 | 50 | 86 | 86 | 92 | 44 | -2 | -15 | 1 | 26 | 109 | 52 | 180 | 313 | 68 | 496 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

Análisis de resultados de la matriz de Leopold

De acuerdo con los parámetros establecidos en la matriz de Leopold se consideraron 20 acciones para el proyecto que provocarán cambios en el hábitat con la construcción de la finca agroturística Valle Hermoso, también se determinaron 28 factores ambientales que pueden afectar o a su vez ayudar durante la ejecución del proyecto.

El máximo valor posible de impacto ambiental de las acciones identificadas sobre los factores ambientales precisados previamente se obtiene de multiplicar el número de acciones por el número de factores por 100 de la siguiente manera:

$$20 \times 28 \times 100 = 56\,000$$

Debido a que la agregación de impactos calcula 496 puntos mediante una regla de 3 se calculó qué porcentaje de impacto conlleva.

$$\begin{aligned}\frac{56\,000}{496} &= \frac{100\%}{x} \\ x &= \frac{496 * 100\%}{56\,000} \\ x &= 1\%\end{aligned}$$

De esta forma el proyecto tendría un impacto ambiental porcentual de +1%. Una agregación de impactos ambientales poco significativa por lo que se puede considerar viable el proyecto, tomando en cuenta que la contabilización total de impactos ambientales positivos es de 68 mientras que de negativos es de 58, dejándonos un saldo positivo de 496.

En este sentido, con lo mencionado anteriormente para conservar y proteger el medio ambiente a causa de la implementación del producto de agroturismo para el cantón Pelileo, se han determinado varias medidas de mitigación que ayudarán en gran medida a disminuir los efectos sobre los recursos naturales y culturales del territorio considerando (suelo, agua, aire, flora, fauna y cultura), las mismas se describen a continuación en la tabla 112-4:

Tabla 112-4: Medidas de mitigación para el producto turístico

| Actividades del proyecto que causan daños | Efecto | Medidas de mitigación | Requerimiento | Costo |
|---|--|--|--|-------------------|
| Suelo y agua | | | | |
| Erosión (Recorridos turísticos, observación de flora y fauna) | Alteración del ecosistema, y contaminación de suelo y agua con basura | Controlar la capacidad de carga y diseño de senderos con señalética y tachos de basura | Determinar el número máximo de visitantes al día, y trazar los senderos adecuadamente con recolectores para una clasificación correcta | \$2 000 |
| Implementación de señalética turística | Producción de contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos a la zona. | Utilizar materiales reciclados y acordes al entorno. Recoger los desperdicios que sobren en la construcción | Materiales reciclables y propios de la zona | \$1 500 |
| Aire | | | | |
| Cabalgata, guionaje, caminatas | Ruido y liberación de partículas en suspensión | Trazar los senderos y rutas estratégicamente con su debida señalética | Asesoramiento ambiental Colocar señalética en los senderos | \$1 500 |
| Transporte de turistas | Smoke causado por el tráfico vehicular turístico | Concientizar a los turistas en la protección y conservación de la naturaleza e impulsar a utilizar el transporte público | Detallar la información sobre el cuidado, protección y conservación de la naturaleza antes del desarrollo de las actividades y realizar ofertas para que utilicen el transporte público. | - |
| Flora y fauna | | | | |
| Implementación de infraestructura | Perdida de plantas propias del ecosistema, además se puede ahuyentar especies animales de la zona, y se ven obligadas a migrar | Usar maquinaria lo menos ruidos posible | Maquinaria adecuada. Talleres de concientización | \$2 000,00 |
| Total | | | | \$7 000,00 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5. Determinar la rentabilidad económica financiera para la implementación del producto de agroturismo

4.5.1. Estudio económico

4.5.1.1. Inversión

Tabla 113-4: Inversiones

| ACTIVO FIJO | VALOR DE LA INVERSIÓN |
|---|------------------------------|
| Terrenos | 0,00 |
| Construcciones y edificaciones | 82 000,00 |
| Equipo y maquinaria | 4 695,50 |
| Equipo de cómputo | 3 400,00 |
| Muebles y enseres | 6 100,00 |
| Menaje | 1 752,85 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | |
| Permisos administrativos | 1 500,00 |
| Capacitaciones antes | 3 700,00 |
| Promoción y publicidad | 2 000,00 |
| Gastos de organización de la empresa | 1 500,00 |
| Mitigación de impactos socioambientales | 7 000,00 |
| Cerramientos provisionales | 3 000,00 |
| Gastos financieros | 8 553,65 |
| CAPITAL DE TRABAJO | |
| Mano de obra directa | 125 254,85 |
| Mano de obra indirecta | 14 285,00 |
| Sueldos y salarios | 62 902,49 |
| Materiales e insumos | 1 450,90 |
| Promoción y publicidad | 7 200,00 |
| TOTAL | \$33 6295,24 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 114-4: Fuentes de financiamiento

| ACTIVOS FIJOS | MONTO | FUENTES | |
|---|---------------------|------------------|---------------------|
| | | RECURSOS PROPIOS | PRÉSTAMO |
| Terrenos | 0 | 0 | 0 |
| Construcciones y edificaciones | 82 000,00 | 32 800,00 | 49 200,00 |
| Equipo y maquinaria | 4 695,50 | - | 4 695,50 |
| Equipo de cómputo | 3 400,00 | - | 3 400,00 |
| Muebles y enseres | 6 100,00 | 1 220,00 | 4 880,00 |
| Menaje (BLANCOS) | 1 752,85 | - | 1 752,85 |
| SUBTOTAL 1 | 97 948,35 | 34 020,00 | 63 928,35 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | | |
| Permisos administrativos | 1 500,00 | 1 500,00 | - |
| Capacitaciones | 3 700,00 | 3 700,00 | - |
| Promoción y publicidad | 2 000,00 | 400,00 | 1 600,00 |
| Gastos de organización de la empresa | 1 500,00 | 1 500,00 | |
| Mitigación de impactos socioambientales | 7 000,00 | - | 7 000,00 |
| Cerramientos provisionales | 3 000,00 | 1 500,00 | 1 500,00 |
| Gastos financieros | 8 553,65 | 8 553,65 | |
| SUBTOTAL 2 | 27 253,65 | 17 153,65 | 10 100,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| Mano de obra directa | 125 254,85 | - | 125 254,85 |
| Mano de obra indirecta | 14 285 | - | 14 285,00 |
| Sueldos y salarios | 629 024,92 | - | 629 024,92 |
| Materiales e insumos | 1 450,9 | - | 1 450,9 |
| Promoción y publicidad | 7 200 | - | 7 200,00 |
| SUBTOTAL 3 | 2 110 932,42 | - | 2 110 932,42 |
| TOTAL | 3 362 952,24 | 51 173,65 | 285 121,60 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.3. Amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

Capital: \$ 285 127,60

Tiempo en años: 5

Tasa nominal unitario: 3%

Tabla 115-4: Amortización del préstamo

| AÑO | PRÉSTAMO | PAGO DE CAPITAL | SALDO | INTERESES | CUOTA ANUAL |
|----------|------------|-----------------|------------|-----------|-------------|
| 2022 (0) | 285 127,60 | 57 025,52 | 228 102,07 | 8 553,83 | 65 579,35 |
| 2023 (1) | 228 102,07 | 57 025,52 | 171 076,56 | 6 843,06 | 63 868,58 |
| 2024 (2) | 171 076,56 | 57 025,52 | 114 051,04 | 5 132,30 | 62 157,82 |
| 2025 (3) | 114 051,04 | 57 025,52 | 57 025,52 | 3 421,53 | 60 447,05 |
| 2026 (4) | 57 025,52 | 57 025,52 | 0,00 | 1 710,77 | 58 736,28 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.4. Depreciación de activos fijos

Tabla 116-4: Depreciación de activos fijos

| ACTIVOS FIJOS | VALOR DEL BIEN | Depreciación por ley (años) | Duración del proyecto | Depreciación anual | Depreciación en la vida del proyecto | Valor de salvamento |
|--------------------------------|------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------|--------------------------------------|---------------------|
| Construcciones y edificaciones | 82 000,00 | 20 | 5 | 4 100,00 | 20 500,00 | 61 500,00 |
| Equipo y maquinaria | 4 695,50 | 10 | 5 | 469,55 | 2 347,75 | 2 347,75 |
| Equipo de cómputo | 3 400,00 | 3 | 5 | 1 133,33 | 5 666,67 | 0,00 |
| Muebles y enseres | 6 100,00 | 10 | 5 | 610,00 | 3 050,00 | 3 050,00 |
| Menaje | 1 752,85 | 5 | 5 | 350,57 | 1 752,85 | 0,00 |
| TOTAL | 97 948,35 | | | 6 663,45 | 33 317,27 | 6 6897,75 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.5. Amortización de activos diferidos

Tabla 117-4: Amortización de activos diferidos

| ACTIVOS DIFERIDOS | VALOR | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Permisos administrativos | 1500,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 |
| capacitaciones antes | 3 700,00 | 740,00 | 740,00 | 740,00 | 740,00 | 740,00 |
| Promoción y publicidad | 2 000,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 |
| Gastos de organización de la empresa | 1 500,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 |
| Mitigación de impactos socioambientales | 7 000,00 | 1 400,00 | 1 400,00 | 1 400,00 | 1 400,00 | 1 400,00 |
| Cerramientos provisionales | 3 000,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| Gastos financieros | 8 553,65 | 1 710,73 | 1 710,73 | 1 710,73 | 1 710,73 | 1 710,73 |
| TOTAL | 27253,65 | 5 450,73 | 5 450,73 | 5 450,73 | 5 450,73 | 5 450,73 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.6. Estructura costos y gastos

Tabla 118-4: Estructura de costos y gastos

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | 140 639,85 | 146 335,76 | 152 262,36 | 158 428,99 | 164 845,36 |
| Mano de obra | 125 254,85 | 130 327,67 | 135 605,94 | 141 097,98 | 146 812,45 |
| Mano de obra indirecta | 14 285,00 | 14 863,54 | 15 465,52 | 16 091,87 | 16 743,59 |
| Materiales e insumos | 1 100,00 | 1 144,55 | 1 190,90 | 1 239,14 | 1 289,32 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 54 707,47 | 56 923,12 | 59 228,50 | 61 627,26 | 64 123,16 |
| Sueldos y salarios | 47 717,21 | 49 649,76 | 51 660,57 | 53 752,83 | 55 929,82 |
| Materiales e insumos | 176,80 | 183,96 | 191,41 | 199,16 | 207,23 |
| Permisos de funcionamientos anuales | 150,00 | 156,08 | 162,40 | 168,97 | 175,82 |
| Depreciaciones | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 |
| GASTOS EN VENTAS | 22 559,38 | 23 473,03 | 24 423,69 | 25 412,85 | 26 442,07 |
| Gastos anuales en publicidad | 7 200,00 | 10 116,00 | 14 212,98 | 19 969,24 | 28 056,78 |
| Sueldos y salarios | 15 185,28 | 21 335,32 | 29 976,12 | 42 116,45 | 59 173,61 |
| Materiales e insumos | 174,10 | 244,61 | 343,68 | 482,87 | 678,43 |
| GASTOS FINANCIEROS | 8 553,65 | 6 842,92 | 5 132,19 | 3 421,46 | 1 710,73 |
| Intereses durante el funcionamiento | 8 553,65 | 6 842,92 | 5 132,19 | 3 421,46 | 1 710,73 |
| TOTAL | 226 460,34 | 233 574,83 | 241 046,75 | 248 890,56 | 257 121,33 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.1.7. Estado de resultados

Tabla 119-4: Estado de resultados

| DENOMINCIÓN | AÑO | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| RUBRO | | | | | |
| (+) Ventas | 454350,00 | 463450,00 | 472680,00 | 482170,00 | 491790 |
| (-) Costos de producción | 140639,85 | 146335,76 | 152262,36 | 158428,99 | 164845,36 |
| Utilidad bruta | 313710,15 | 317114,24 | 320417,64 | 323741,01 | 326944,64 |
| (-) Gastos administrativos | 54707,47 | 56923,12 | 59228,50 | 61627,26 | 64123,16 |
| (-) Gastos comerciales | 22565,38 | 23479,28 | 24430,19 | 25419,61 | 26449,11 |
| Utilidad operativa | 236437,30 | 236711,84 | 236758,95 | 236694,14 | 236372,37 |
| (-) Gastos financieros | 8553,83 | 6843,06 | 5132,30 | 3421,53 | 1710,77 |
| Utilidad antes de pago de impuestos y repartición de utilidades | 227883,48 | 229868,78 | 231626,65 | 233272,61 | 234661,60 |
| (-) Pago de impuestos (25%) | 56970,87 | 57467,19 | 57906,66 | 58318,15 | 58665,40 |
| Utilidad antes de repartición de utilidades | 170912,61 | 172401,58 | 173719,99 | 174954,46 | 175996,20 |
| (-) Repartición utilidades (15%) | 25636,89 | 25860,24 | 26058,00 | 26243,17 | 26399,43 |
| Utilidad neta | 145275,72 | 146541,35 | 147661,99 | 148711,29 | 149596,77 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2021

4.5.1.8. Flujo de caja

Tabla 120-4: Flujo de caja

| DENOMINACIÓN | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| (+) Utilidad neta | | 56 153,22 | 55 633,85 | 54 943,99 | 54 131,79 | 53 130,27 |
| (+) Valor de salvamento | | | | | | 668 97,75 |
| (+) Capital de trabajo | | | | | | 211 099,24 |
| (+) Depreciaciones | | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 | 6 663,45 |
| (-) Inversiones iniciales | -336 301,42 | - | - | - | - | - |
| FLUJO DE CAJA | -336 301,42 | 62 816,67 | 62 297,30 | 61 607,44 | 60 795,24 | 33 7790,72 |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.2. Estudio financiero

Tabla 121-4: Análisis financiero

| | |
|-----|--------------|
| VAN | \$185 183,38 |
| TIR | 16% |
| RBC | 1,55 |
| PRC | 4 a 5 año |

Realizado por: Jaitia, Katherine, 2022

4.5.2.1. Valor actual neto (VAN)

Una vez realizado el análisis financiero se tiene un VAN de \$185 183,38, resaltando una rentabilidad positiva e indica que la ganancia está por encima de la inversión inicial.

4.5.2.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es de 16% en relación con el 3% que es la tasa pasivo de la entidad financiera lo que indica la medida relativa de rentabilidad del producto de agroturismo respecto con la ganancia del banco.

4.5.2.3. Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio costo es de \$1,55, es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$0,55.

4.5.2.4. Periodo de recuperación de capital

El tiempo de recuperación será a partir del cuarto a quinto año de ejecución del producto de agroturismo, aproximadamente dentro de 4 años y 146 días.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado realizado indica que tuvo el 99% de aceptación de turistas nacionales y 100% de extranjeros, es decir los turistas están interesados por realizar actividades agrícolas y vivir la experiencia de vivir en el campo, por lo que la implementación del producto de agroturismo tendrá un buen recibimiento.
- El diseño técnico del producto de agroturismo se estableció en la implementación de la finca agroturística con servicios de hospedaje, alimentación, visita a huertos orgánicos y efectuar diversas actividades agroturísticas, además de la vinculación con atractivos turísticos para realizar tours.
- La viabilidad administrativa legal permite mantener un adecuado manejo de la finca agroturística ya sea en la parte legal como en la parte funcional de la finca, a la vez se obtiene una herramienta fundamental para un control minucioso de los implicados.
- El estudio socio ambiental determina que el producto de agroturismo es viable, debido a que, los impactos generados por la propuesta en su mayoría son positivos, mientras que, para los impactos negativos de mayor afectación, pueden ser atenuar con las medidas de mitigación propuesta en este estudio.
- Financieramente el producto es rentable ya que la inversión reporta finalmente una TIR del 16%, un VAN de \$185 183,38 y una relación costo beneficio de 1,55.

RECOMENDACIONES

- Se requiere efectuar una campaña publicitaria enérgica y realizar alianzas estratégicas los primeros años, puesto que el producto a implementar es nuevo.
- Se recomienda cumplir con todos los requerimientos legales para su debida operación y de conformidad con las leyes vigentes para evitar posibles inconvenientes a futuro.
- Se recomienda implementar las medidas de mitigación propuestas para minimizar los impactos ambientales negativos que podrían causar por la implementación u operación del producto de agroturismo en medida de garantizar la conservación del escenario de esta oferta turística a largo plazo y promover las buenas prácticas ambientales.
- Para la implementación del producto, se recomienda obtener financiamiento externo a través de préstamos y financiamiento con recursos propios.
- El proyecto es factible, puesto que es económica y financieramente rentable, además ambientalmente el proyecto es viable puesto no causara impactos ambientales a gran escala, por lo tanto, se recomienda su pronta ejecución.

GLOSARIO

Licencia Única Anual de Funcionamiento: constituye la autorización legal otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal a los establecimientos y/o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos en el cantón, sin el cual no podrán operar, Licencia que tendrá validez, exclusivamente, por el año que se otorga (Miisterio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la Información, 2022).

Medidas de mitigación: son un conjunto de acciones de prevención, control, atenuación, restauración y compensación de impactos ambientales negativos que se dan por el desarrollo de un proyecto, con el fin de asegurar un uso sostenible de los recursos naturales y de la protección del medio ambiente (Fundación Red de Árboles, 2018).

BIBLIOGRAFÍA

AGUALONGO, K. Productos turísticos y oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2019. [Consulta: 05 junio 2021]. Disponible en: [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6264/1/PRODUCTOS%20TUR%
c3%8dSTICOS%20Y%20OFERTA%20DEL%20CANT%
c3%93N%20PELILEO%2c%20PROVINCIA%20DE%
20TUNGURAHUA%20%282%29.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6264/1/PRODUCTOS%20TUR%c3%8dSTICOS%20Y%20OFERTA%20DEL%20CANT%c3%93N%20PELILEO%2c%20PROVINCIA%20DE%20TUNGURAHUA%20%282%29.pdf).

ANDRADE, M., & ULLAURI, N. "Historia del agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador". *Revista de Turismo y Patrimonio Cultura* [En línea], 2015, (España). [Consulta: 05 junio 2021]. ISSN: 1695-7121. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88142120014.pdf>

ARIAS, Enrique. Organigrama estructural [En línea]. 08 de 09 de 2020. [Consulta: 03 julio 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/organigrama-estructural.html>

BACA, G. *Evaluación de proyectos* [En línea]. 6ª ed. México: McGraw-Hill/interamericana editores, S.A., 2010. [Consulta: 09 junio 2021]. Disponible en: https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina.

BACA, G. 2013. *Evaluación de proyectos.* 7ª ed. México : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A., 2013. ISBN 978-607-15-0922-2.

BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA. ¿Qué es el turismo sostenible? [En línea]. 2019. [Consulta: 27 junio 2021]. Disponible en: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>.

BASTIDAS, Doris. Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Hostería en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2011. [Consulta: 10 enero 2022]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/965>.

BLANCOS, M., & RIVERA, H. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y El Caribe* [En línea], 2010. [Consulta: 11 junio 2021]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/301699511_El_agroturismo_como_diversificacion_de_la_actividad_agropecuaria_y_agroindustrial.

BOULLÓN, R. *Planificación del espacio turístico* [En línea]. 4ª ed. Mexico: Trillas, 2006. [Consulta: 29 junio 2021]. Disponible en: <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico-robertoc-boullon.pdf>

BRAVO, L., et al. "La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo conscienteo turismo tradicional?" *ECA Sinergia*. [En línea], 2018, (Ecuador) 9(1). [Consulta: 10 de 06 de 2021]. Disponible en: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195.

BURNEO, Servio, et al. "Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión". *Ing. Ind.* [En línea], 2016, (La Habana) 37(3). [Consulta: 02 julio 2021]. ISSN 1815-5936. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000300009&script=sci_arttext&tlng=pt.

CALAPUCHA, J. Estudio de factibilidad para la implementación de un lodge en la comunidad Verde Sumaco, provincia de Orellana [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2019. [Consulta: 30 junio 2021]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10335>.

CÁRDENAS, B. Diseño de un producto agroturístico para la parroquia San Francisco de Bolívar, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2018. [Consulta: 05 junio 2021]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9362/1/23T0688.pdf>.

CARRILLO, Ana. Población y muestra [En línea]. 2015. [Consulta: 16 junio 2021.] Disponible en: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>.

CARVAJAL. Estudio financiero. [En línea] 2017. [Consulta: 16 junio 2021]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>.

CERNA, Macarena. Sistema turístico. [En línea], 2013. [Consulta: 02 julio 2021]. Disponible en: <http://liceogastronomiayturismo.webescuela.cl/sites/default/files/archivos/3%20MEDIO%20ISTEMA%20TUR%20C3%28DSTICO-%20actividad%20inicial.pdf>.

CHAPI, Diana, & POZO, Sandra. Estudio de Factibilidad para el Análisis de la Producción y Comercialización de Fréjol Natural – Procesado y su incidencia en la Demanda Insatisfecha en

el Mercado de la Ciudad de Ibarra [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador. 2016. [Consulta: 16 junio 2021]. Disponible en: <http://190.15.129.74/bitstream/123456789/482/1/342%20%20estudio%20de%20factibilidad%20para%20el%20análisis%20de%20la%20producción%20y%20comercialización%20de%20fr%c3%a9jol.pdf>.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. 2021. Registro Oficial 449 de 20 octubre 2008. Última modificación: 25 enero 2021

COSIO, Joaquín. "Los proyectos y los planes de negocios". *PERSPECTIVAS*. [En línea], 2011, (Bolivia). [Consulta: 16 junio 2021]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>.

COVARRUBIAS, Rafael. Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. [En línea], 2015. [Consulta: 29 junio 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm>.

ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. Fuentes de financiamiento. [En línea] 2019. [Consulta: 04 julio 2021]. Disponible en: <https://enciclopediaeconomica.com/fuentes-de-financiamiento/>.

ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. Organigrama funcional. [En línea] 2019. [Consulta: 03 julio 2021.] Disponible en: <https://enciclopediaeconomica.com/organigrama-funcional/>.

ERAZO, Jonathan. Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2018. [Consulta: 12 diciembre 2021]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/8398/1/23T0655.pdf>.

FUNDACIÓN RED DE ÁRBOLES. Red de Árboles. [En línea], 2018. [Consulta: 08 julio 2022]. Disponible en: <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/332/1/Que-son-las-medidas-preventivas-ambientales>.

GESTIÓN EN RECURSOS NATURALES. Impacto Ambiental. [En línea] 2018. [Consulta: 16 junio 2021]. Disponible en: <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>.

GIL, Susana. Ingreso. [En línea] 2015. [Consulta: 04 julio 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN PEDRO DE PELILEO. Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón San Pedro de Pelileo. *Sistema Nacional de Información*. [En línea] 2014. [Consulta: 10 agosto 2021.] Disponible en: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1860000640001_ACTUALPDYOT2015_15-03-2015_21-58-23.pdf.

GOBIERNO DE MÉXICO. Glosario. [En línea] 2018. [Consulta: 11 junio 2021.] Disponible en: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>.

GÓMEZ, Violeta. Matriz de Leopold: para qué sirve, ventajas, ejemplos. *Lifeder*. [En línea], 4 marzo 2019. [Consulta: 16 junio 2021.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/matriz-de-leopold/>.

GONZÁLEZ DIAZ, L., & VIDAUD QUINTANA, I. "Factores para evaluar la viabilidad de proyectos de conservación de edificaciones esenciales, no productivas, en zonas sísmicas". *Ingeniería*. [En línea], 2009 (México) 13(1). [Consulta: 16 junio 2021]. ISSN: 1665-529X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46713055003>.

GÓNZALEZ, A., et al. El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural. *Revista de investigación SIGMA*. [En línea], 2016. (Ecuador) 3(1). [Consulta: 05 junio 2021.] Disponible en: <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/910>.

GÓNZALEZ, M., et al. *Diseño y operación de productos agroturísticos* [En línea]. República Dominicana: IICA, 2019. [Consulta: 06 junio 2021.] Disponible en: https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0dZbiIV4xdA_h6CkmVgQd7WYSusbOOHncYOQoC4Bvglb-RkSZCEquyynQhttps://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1&isAll.

GUERRERO, V., & SANTACRUZ, A. Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander) [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga. 2016. [Consulta: 02 julio 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>.

HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA. Guía Turística de Pelileo. *Turismo en Tungurahua*. [En línea] 2015. [Consulta: 09 junio 2022]. Disponible en: <https://www.tungurahua.gob.ec/cantones/>.

INTRIAGO, J., & SOLÓRZANO, M. El alojamiento turístico en hogares: Una alternativa de negocio. *International Journal of Scientific*. [En línea] 2017. [Consulta: 10 junio 2021.] Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6133523.pdf>.

KOCH, Josefina. *Manual del Empresario Exitoso* [En línea]. Venezuela: Edición electrónica, 2006. [Consulta: 16 junio 2021.] Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/210/index.htm>.

LEY DE COMPAÑÍAS. 2017. Registro Oficial 312 de 05 noviembre 1999. Última modificación: 29 diciembre 2017

LÓPEZ, José. Inversión. [En línea] 13 julio 2018. [Consulta: 04 julio 2021.] Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>.

LÓPEZ, Pedro. "Población muestra y muestreo". *Punto cero* [En línea], 2004, (Bolivia) 9(8). [Consulta: 13 junio 2021]. ISSN 1815-0276. Disponible en: http://www.scielo.org/bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012.

MARTÍNEZ, Castulina. Impacto e incidencia social de los Proyectos Sociales. [En línea], 2014. [Consulta: 04 julio 2021]. Disponible en: <http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/I.%20SOCIEDAD%20CIVIL/INCIDENCIA%20POLITICA%20Y%20SOCIAL%20DE%20LAS%20OSC/Impacto%20e%20Incidencia%20Social%20de%20los%20Proyectos%20Sociales.pdf>.

MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Portal único de trámites ciudadanos. [En línea] 15 de junio de 2022. [Consulta: 2 agosto 2022.] Disponible en: https://www.gob.ec/tramites/buscar?search_api_fulltext=licencia+unica+de+funcionamiento.

MINISTERIO DE TURISMO. Metodología para inventarios de atractivos turísticos. [En línea] 2004. [Consulta: 01 julio 2021.] Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>.

MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO DE PANAMÁ. *Agroturismo* [blog]. Panamá, 2022. [Consulta: 08 junio 2022.] Disponible en: <https://mida.gob.pa/a/>

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DEL ECUADOR. Manual de contabilidad gubernamental. [En línea] 2012. [Consulta: 04 julio 2021.] Disponible en: <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Manual-contabilidad-CAPITULOIYII.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Catastro de servicios turísticos. [En línea] 2021. [Consulta: 08 julio 2021.] Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Ley de Turismo. [En línea] 2020. [Consulta: 01 agosto 2021.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/2020-Ley-de-Turismo.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Manual de atractivos turísticos. [En línea] 2018. [Consulta: 28 junio 2021.] Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>.

MINTUR. Plan Nacional de Turismo 2030 [En línea], 2019. [Consulta: 10 junio 2021.] Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.

MONDRAGÓN, Víctor. 2017. La demanda: definición y tipos. *Diario del Exportador*. [En línea] 2017. [Consulta: 13 junio 2021.] Disponible en: <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>.

MORENO, Marysela. "Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación". *Visión Gerencia*. [En línea], 2011, (Venezuela). [Consulta: 19 julio 2022]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>.

OMT. 2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales [En línea] 28 de enero de 2021. [Consulta: 27 julio 2022.] Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Definiciones de turismo de la OMT [En línea]. 2019. [Consulta: 11 junio 2021]. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>.

PARRA, M., et al. Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. [En línea], 2008. [Consulta: 03 julio 2021]. Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.

PERALTA, J., & LI, S. Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. *Estación Experimental Agroforestal Esquel*. [En línea] 2017. [Consulta: 02 julio 2021.] Disponible en: https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eeaf_esquel_agroturismo_092017.pdf.

PÉREZ, M., & HERRERA, K La segmentación de mercado en el marketing turístico: Una estrategia básica para descubrir quién es mi cliente y ser más competitivo. [En línea] 2017. [Consulta: 12 junio 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/30-la-segmentacion-de-mercado.pdf>.

PLAN DE NEGOCIOS PERÚ. Análisis de viabilidad de un nuevo negocio. [En línea] 2020. [Consulta: el: 09 junio 2021.] Disponible en: <https://plandenegociosperu.com/2020/05/analisis-de-viabilidad-de-un-nuevo-negocio/>.

PONCE, Nadia. Análisis del estado de situación turístico de la Casa de Olmedo y los factores que impiden su desarrollo [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador. 2020. [Consulta: 02 julio 2021.] Disponible en: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8067/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000139.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

RAMOS, A. Metodologías matriciales de Evaluación Ambiental para países en desarrollo: Matriz de Leopold y método MEL - ENEL [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. 2004. [Consulta: 04 julio 2021]. Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2469_C.pdf.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO [En línea] 2020. [Consulta: 01 agosto 2021.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS [En línea] 2011. [Consulta: 02 agosto 2021]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/3.Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>.

SÁNCHEZ, Javier. Demanda potencial. *Economipedia*. [En línea] 2020. [Consulta: 23 junio 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>.

SANTOS, T. Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*. [En línea] 2008. [Consulta: 10 junio 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>.

SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN. Plan de Creación de Oportunidades. *Observatorio planificación*. [En línea] 2021. [Consulta: 20 mayo 2022.] Disponible en: https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf.

SEVILLA, A. Tasa interna de retorno (TIR). [En línea] 2014. [Consulta: 04 julio 2021.] Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>.

SEVILLA, Pablo. 4 C's del marketing. [En línea] 15 octubre 2020. [Consulta: 04 julio 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/4-cs-del-marketing.html>.

SMS AUDITORES DEL ECUADOR. Importancia del manual de funciones. [En línea] [Consulta: 03 julio 2021]. Disponible en: <https://smsecuador.ec/manual-de-funciones/>.

SORIANO, Lady, et al. "Criterios de evaluación de impacto ambiental en el sector minero". *Industrial Data*. [En línea], 2015, (Perú) 18(2). [Consulta: 16 junio 2021]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81643819013.pdf>.

TUQUINGA, W. Diseño de una ruta agroturística para el cantón Chambo, provincia de Chimborazo [En línea] (Trabajo de titulación). (Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2019. [Consulta: 05 junio 2021.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13171/1/23T0758.pdf>.

VÁQUIRO, José. La relación beneficio costo [En línea]. 2010. [Consulta: 16 junio 2021.] Disponible en: <https://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>.

VARISCO, C. Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios [En línea]. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. 2013. [Consulta: 02 julio 2021]. ISBN 978-987-543-755-5. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>.

VERA, Jennifer. *Turismo - Diseño de producto turístico* [blog]. Colombia: 2012. [Consulta: 03 julio 2021.] Disponible en: <http://alexandravera75.blogspot.com/2012/05/turismo-diseno-de-producto-turistico.html>.

VINDI. TIR y VAN: Cálculo y concepto. *Todo productos financieros* [En línea]. 2019. [Consulta: 16 junio 2021.] Disponible en: <https://www.todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>.



ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE LEOPOLD

| ACTIVIDADES | | | ACCIONES/ ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------|--|--|--|-------------------|--|--|--|----------------|--------------|---|--|--------------------|--------------------|--|--|
| ASPECTOS AMBIENTALES | | | FASE DE CONSTRUCCIÓN | | | | FASE DE OPERACIÓN | | | | FASE DE CIERRE | | | | | | | |
| MEDIO | COMPONENTE | PARAMETRO | | | | | | | | | | | | | IMPACTOS POSITIVOS | IMPACTOS NEGATIVOS | | |
| CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS | SUELO | EROSIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ESTRUCTURA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | FERTILIDAD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ATMÓSFERA | CLIMA | MICROCLIMA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | OSFERA | CALIDAD DEL AIRE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | AGUA | CALIDAD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | PAISAJE | CALIDAD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | MEDIO BIOLÓGICO | FLORA | ARBÓREA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | ARBUSTIVA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | HERBÁCEA TIPO MATA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | HERBÁCEA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | FAUNA | AVES | | | | | | | | | | | | | | | |
| REPTILES | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANFIBIOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MAMÍFEROS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INSECTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SOCIO ECONÓMICO | SOCIAL | EDUCACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | SALUD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | EMPLEO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | TERCER | USO DE TIERRA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ECONOMÍA | INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | EGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | CULTURA | PATRIMONIO TANGIBLE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PATRIMONIO INTANGIBLE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | INFRAESTRUCTURA | ESTRUCTURA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | SERVICIOS | HOSPEDAJE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ALIMENTACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IMPACTOS POSITIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IMPACTOS NEGATIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IMPACTOS AGREGADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | Comprobación | 0 | | | | | |

ANEXO B: INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1IN-4f80o3aJNEy9TZjOOvVdVIOFAwPuB?usp=sharing>

ANEXO C: MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES



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

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de un producto de agroturismo en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. La información que usted nos proporcione será de gran ayuda, esperamos contar con su colaboración y sinceridad en las respuestas.

INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad

.....

2. Género

Masculino () Femenino () Otro

3. Lugar de procedencia

Provincia

Ciudad

4. ¿Cuál es su situación ocupacional?

Ama de casa () Estudiante () Jubilado/ Retirado/ Pensionado () Dirección de las empresas y administraciones públicas () Directivo de empresa privada () Empleados de tipo administrativos () Trabajadores de los servicios de restauración y comercio () Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias () Trabajadores no cualificados () Fuerzas armadas () Desempleado () Otros () Especifique

5. ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?

Ninguna () Primaria () Secundaria () Tercer nivel () Posgrado ()

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

6. ¿Cuál es la principal motivación para viajar?

Turismo () Vacaciones () Visita a familiares y/amigos () Feriados ()
Gastronomía () Negocios/trabajo () Cultura/comunidades () Salud ()
Compras ()

7. ¿Cuándo visita zonas turísticas, usted viaja?

Solo () En pareja () En familia () Amigos ()

8. ¿Conoce o ha escuchado del cantón Pelileo?

Sí () No ()

En caso de que su respuesta sea sí, continúe con la pregunta 10.

9. ¿Le gustaría visitar en algún momento el cantón Pelileo?

Si () No ()

Entregue el cuestionario

10. Le gustaría que se implemente un producto de agroturismo (finca agroturística) en el cantón Pelileo.

Sí () No ()

En caso de que su respuesta sea sí, continúe respondiendo las preguntas, caso contrario entregue el cuestionario.

11. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el producto de agroturismo?

Alimentación () Hospedaje () Área de recreación () Guianza ()

12. ¿Qué actividades le gustaría que se incluya en el producto de agroturismo?

Visita a huertos orgánicos () Recolección de frutas y verduras () Observación de flora ()
Conocer animales domésticos () Participar en actividades del campo ()
Conocer el proceso de elaboración de compost y humos ()

13. ¿Qué actividades complementarias al agroturismo le gustaría realizar?

Cabalgata () Camping () Compra de productos locales () Caminatas ()
Pesca deportiva () Fotografía ()

14. ¿Qué comida le gustaría que se ofrezca en la finca agroturística?

Típico de la zona () Nacional () Internacional () Vegetariana ()
Todas las anteriores ()

15. ¿Con qué facilidades le gustaría que cuente la finca agroturística?

Área de venta de souvenirs () Punto de información () Senderos () Internet ()

16. ¿Cuánto tiempo dispone para la visita de la finca agroturística?

Menos de 1 día () 1 día () 2 días () Más de 3 días ()

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su visita a la finca por día y por persona, incluyendo servicios de hospedaje, alimentación, guianza y actividades?

\$5 - \$20 () \$21 - \$30 () \$31 - \$40 () \$41 - \$50 () \$51 o más ()

18. ¿Cómo organiza sus viajes?

Agencias de viaje () Independientemente () Otro

19. ¿Qué medios de información utiliza para informarse sobre ofertas de turismo?

Radio () Redes sociales () Recomendación de amigos/ familiares () Televisión ()
Prensa () Agencia de viajes () Sitios web () Guías de turismo () Otro

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO D: MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS



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

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de un producto de agroturismo en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. La información que usted nos proporcione será de gran ayuda, esperamos contar con su colaboración y sinceridad en las respuestas.

INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad

.....

2. Género

Masculino () Femenino () Otro

• Lugar de procedencia

País

• ¿Cuál es su situación ocupacional?

Ama de casa () Estudiante () Jubilado/ Retirado/ Pensionado () Dirección de las empresas y administraciones públicas () Directivo de empresa privada () Empleados de tipo administrativos () Trabajadores de los servicios de restauración y comercio () Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias () Trabajadores no cualificados () Fuerzas armadas () Desempleado () Otros () Especifique

• ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?

Ninguna () Primaria () Secundaria () Universidad () Posgrado ()

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

• ¿Cuál es la principal motivación para viajar?

Turismo () Vacaciones () Visita a familiares y/amigos () Feriados ()
Gastronomía () Negocios/trabajo () Cultura/comunidades () Salud ()
Compras ()

• ¿Cuándo visita zonas turísticas, usted viaja?

Solo () En pareja () En familia () Amigos ()

• **¿Conoce o ha escuchado del cantón Pelileo?**

Sí () No ()

En caso de que su respuesta sea sí, continúe con la pregunta 10.

• **¿Le gustaría visitar en algún momento el cantón Pelileo?**

Si () No ()

Entregue el cuestionario

• **Le gustaría que se implemente un producto de agroturismo (finca agroturística) en el cantón Pelileo.**

Sí () No ()

En caso de que su respuesta sea sí, continúe respondiendo las preguntas, caso contrario entregue el cuestionario.

• **¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el producto de agroturismo?**

Alimentación () Hospedaje () Área de recreación () Guianza ()

• **¿Qué actividades le gustaría que se incluya en el producto de agroturismo?**

Visita a huertos orgánicos () Recolección de frutas y verduras () Observación de flora ()
Conocer animales domésticos () Participar en actividades del campo ()
Conocer el proceso de elaboración de compost y humos ()

20. ¿Qué actividades complementarias al agroturismo le gustaría realizar?

Cabalgata () Camping () Compra de productos locales () Caminatas ()
Pesca deportiva () Fotografía ()

21. ¿Qué comida le gustaría que se ofrezca en la finca agroturística?

Típico de la zona () Nacional () Internacional () Vegetariana ()
Todas las anteriores ()

22. ¿Con qué facilidades le gustaría que cuente la finca agroturística?

Área de venta de souvenirs () Punto de información () Senderos () Internet ()

23. ¿Cuánto tiempo dispone para la visita de la finca agroturística?

Menos de 1 día () 1 día () 2 días () Más de 3 días ()

24. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su visita a la finca por día y por persona, incluyendo servicios de hospedaje, alimentación, guianza y actividades?

\$5 - \$20 () \$21 - \$30 () \$31 - \$40 () \$41 - \$50 () \$51 o más ()

25. ¿Cómo organiza sus viajes?

Agencias de viaje () Independientemente () Otro

26. ¿Qué medios de información utiliza para informarse sobre ofertas de turismo?

Radio () Redes sociales () Recomendación de amigos/ familiares () Televisión ()
Prensa () Agencia de viajes () Sitios web () Guías de turismo () Otro

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

Fecha de entrega: 12 / 06 / 2023

| |
|--|
| INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S) |
| Nombres – Apellidos: Katherine Lizeth Jaitia Bonilla |
| INFORMACIÓN INSTITUCIONAL |
| Facultad: Recursos Naturales |
| Carrera: Turismo |
| Título a optar: Licenciada en Ecoturismo |
| f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz |

D.R. ...
Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



0810-DBRA-UTP-2023