



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA:

**“HACIENDA TURÍSTICA PARA POTENCIALIZAR LA ACTIVIDAD
AGROECOLÓGICA DE LA PARROQUIA DE MONTE OLIVO,
CARCHI, ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

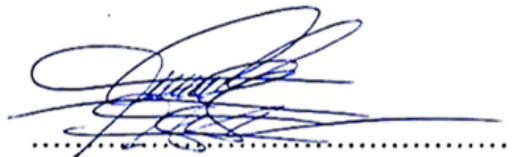
AUTORA: Caty Flor Segovia Cabascango

DIRECTOR: MSc. Fabio Elton Cruz Góngora

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado **“HACIENDA TURÍSTICA PARA POTENCIALIZAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA DE LA PARROQUIA DE MONTE OLIVO, CARCHI, ECUADOR”**, ha sido realizado en su totalidad por la señorita: Segovia Cabascango Caty Flor, portadora de la cédula de identidad número: 040210395-6.



MSc. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

DOCENTE

C.I. 100273758-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040210395-6	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Segovia Cabascango Caty Flor	
DIRECCIÓN:	El Ángel-Carchi, Calle Sucre vía Cruz de mayo	
EMAIL:	cfsegoviac@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	--	TELÉFONO MÓVIL: 0981715284

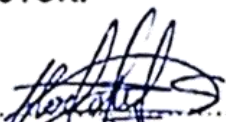
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Hacienda Turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador
AUTOR (ES):	Segovia Cabascango Caty Flor
FECHA: DD/MM/AAAA	20/09/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es él titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de abril de 2022

EL AUTOR:



Segovia Cabascango Caty Flor

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo, dedicación y amor puesto en este trabajo de grado se lo dedico primeramente a Dios que ha sido mi pilar fundamental para seguir adelante y tener fe que ante todas las adversidades siempre hay luz; en segundo lugar lo dedico a mis padres quienes me han sabido apoyar moral y económicamente para que pueda lograr mis metas, dándome ejemplo de perseverancia y recordándome que con esfuerzo y sacrificio se logra todo, me han brindado apoyo infinito y una vida llena de amor, me han sabido dirigir por el camino que debo seguir, enseñándome muchas cosas para enfrentar mi vida que sin lugar a duda me han permitido estar en este lugar, su apoyo es incondicional por lo que les estaré eternamente agradecida.

En tercer lugar, a mis hermanos, tías y demás familiares quienes me han sabido apoyar infinitamente, han confiado en mí y han formado una parte muy importante en mi vida, que con su cariño y consejos me han sabido llevar por el camino correcto, por ende, en mi formación como estudiante para cumplir mis metas.

En cuarto, a todos aquellos docentes que, con su esfuerzo, dedicación, paciencia y sabiduría, me han impartido sus conocimientos que han sido fundamentales para llegar a este lugar, han sido ejemplos de esfuerzo, sus experiencias me han servido mucho para estar preparada en la sociedad en la que vivimos.

Finalmente, a mis amigos, compañeros y demás personas que de una u otra manera han formado parte de mi vida y me han apoyado con mensajes positivos, ejemplo de esfuerzo, constancia, dedicación y sobre todo apoyo en distintas situaciones que he atravesado como persona.

Caty Segovia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y una vida llena de bendiciones con mis padres, por guiarme por el camino correcto dándome amor y esperanza, y llenándome de fortaleza para seguir adelante tras mis metas.

A la vida, por ponerme en el lugar preciso y haberme dado la oportunidad de gozar de salud, educación y haberme permitido conocer a personas maravillosas en esta etapa, con quienes hemos compartido muchas cosas que sin lugar a duda han marcado mi vida.

A mis padres, tías y hermanos que, con sus consejos me han sabido motivar a seguir adelante en muchos momentos que sentía que no podía seguir, me han dado cariño y han sabido confiar en mí en todo momento, esto ha hecho que yo pueda reconstruir las fuerzas para seguir adelante y llegar hasta aquí.

A la honorable Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme acogido como una estudiante más dentro de sus instalaciones y por permitirme conocer a docentes capacitados, reconocidos y con excelencia laboral que me han sabido llenar de conocimientos, demostrándome un apoyo incondicional y permitiendo así formarme profesionalmente en la carrera de Turismo.

A mi asesor técnico de trabajo de grado MSc. Oswaldo Echeverría por el apoyo brindado durante la realización del presente trabajo y durante la formación académica como estudiante, por su paciencia, dedicación, sabiduría y tiempo.

Al director de trabajo de grado MSc. Fabio Cruz por el apoyo brindado en dicho trabajo, por su paciencia, conocimiento, motivación y consejos brindados para mejorar como estudiante y persona durante la etapa universitaria.

Y a todas las personas, que de alguna manera me han sabido apoyar para llegar hasta este punto y han formado parte del desarrollo del presente trabajo.

Caty Segovia

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE FIGURAS	xiii
INDICE DE TABLAS	xix
INDICE DE ANEXOS	xxii
RESUMEN EJECUTIVO	xxv
ABSTRACT	xxvi
INTRODUCCIÓN	xxvii
OBJETIVOS.....	xxx
GENERAL.....	xxx
ESPECÍFICOS	xxx
CAPÍTULO I.	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 Diagnóstico	1
1.2 Propuesta de la idea de negocios	3
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios	5
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio .	6
1.4.1 Análisis de la industria	6
1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.....	13
1.6 Fundamentos teóricos.....	15
1.6.1 Alojamiento Turístico	15

1.6.2 Servicios Complementarios de Alojamiento.....	16
1.6.3 Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico	16
1.6.4 Hacienda Turística	16
1.6.5 Servicios que ofertan las haciendas turísticas	17
1.6.6 Categoría	18
1.6.7 Turismo.....	19
1.6.8 Importancia del Turismo	19
1.6.9 La Demanda Turística.....	20
1.6.10 Oferta Turística	20
1.6.11 Mercado Turístico	21
1.6.12 Producto Turístico.....	21
1.6.13 Recursos turísticos	22
1.6.14 Destino turístico	22
1.6.15 Tipos del turismo.....	23
1.6.16 Turista.....	26
1.6.17 Excursionista	26
1.6.18 Viajero.....	26
1.6.19 Visitante	27
1.6.20 Plan de Marketing o Mercadotecnia.....	27
1.6.21 Marketing Turístico	28
1.6.22 Estudio de mercado	28
1.6.23 Segmentación del Mercado	29
1.6.24 Producto	29
1.6.25 Precio.....	29
1.6.26 Plaza.....	30

1.6.27 Promoción.....	30
1.6.28 Posicionamiento.....	30
1.6.29 Estudio de impacto ambiental (EsIA)	30
1.6.30 Impacto Ambiental	31
1.6.31 Tipos de Impactos Ambientales	31
1.6.32 Metodologías de Estudio de Impactos Ambientales	32
1.6.33 Medidas de prevención y corrección de impactos ambientales	32
1.6.34 Inversión	33
1.6.35 Clasificación de los activos fijos.....	33
1.6.36 Capital de trabajo.....	34
1.6.37 Estados Financieros	34
1.6.38 Flujo de Caja Libre.....	35
1.6.39 Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN)	35
1.6.40 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	36
1.6.41 Punto de Equilibrio.....	37
1.6.42 Estudio técnico.....	37
1.6.43 Población	38
1.6.44 Muestra.....	38
1.6.45 Muestreo	38
1.6.46 Cálculo del tamaño de la muestra.....	40
1.7 Fundamentación legal	41
CAPÍTULO II.	45
2. ESTUDIO DE MERCADO	45
2.1 Diseño de la investigación de mercado.....	45
2.1.1 Tipo de investigación	45

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	46
2.1.3 Instrumentos de recolección	47
2.1.4 Tabulación	48
2.1.5 Resultados y discusión	68
2.2 Segmentación de mercado	80
2.3 Análisis de la oferta	84
2.4 Proyección de la competencia	90
2.5 Análisis de la demanda	93
2.6 Proyección de la demanda.....	93
2.7 Demanda insatisfecha.....	95
2.8 Demanda objetiva proyectada	96
CAPÍTULO III.	98
3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO.....	98
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	98
3.1.1 Macro localización	99
3.1.2 Micro localización.....	101
3.2 Identificación y descripción de los procesos	104
3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio	104
3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio	111
3.3 Ingeniería del proyecto.....	223
3.3.1 Distribución de la planta.....	223
3.3.2 Diseño planimétrico de la planta.....	225
3.3.3 Dimensiones de cada área que compone la hacienda	229
3.3.4 Requerimientos por áreas.....	232
3.4 Inversiones y capital de trabajo.....	269

3.4.1 Obra civil necesaria	269
3.4.2 Maquinaria y equipos.....	274
3.4.3 Capital de trabajo.....	281
3.4.4 Total de la inversión.....	289
3.4.5 Plan de financiación Recursos propios (Créditos o préstamos, subvenciones de otras entidades, capitalización).....	291
3.5 Estructura organizativa y administrativa.....	293
3.5.1 Misión	293
3.5.2 Visión	293
3.5.3 Políticas generales de la hacienda	294
3.5.4 Políticas específicas de los empleados	295
3.5.5 Políticas específicas de los clientes.....	296
3.5.6 Reservaciones y cancelaciones.....	297
3.5.7 Protocolo de Bioseguridad.....	298
3.5.8 Valores.....	305
3.5.9 Imagen corporativa (logo)	306
3.5.10 Organigrama.....	307
3.5.11 Manual de funciones.....	308
3.5.12 Flujograma de actividades	319
3.5.13 Descripción del diagrama de flujo	320
3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	321
3.6.1 Certificado de registro de turismo	322
3.6.2 Licencia Única Anual de funcionamiento	322
3.6.3 Servicios Nacionales de Derechos Intelectuales	323
3.6.4 Constitución de la Hacienda Turística Monte Verde-Sociedad por acciones simplificada S.A.S.....	324

CAPÍTULO IV.....	326
4. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	326
4.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios. Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones.....	326
4.1.1 Marca.....	326
4.1.2 Slogan.....	327
4.1.3 Descripción del logo.....	327
4.1.4 Colores del logo.....	328
4.1.5 Indumentaria.....	329
4.2 Canales de distribución.....	330
4.2.1 Canal directo.....	330
4.2.2 Canal indirecto.....	331
4.3 Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital.....	335
4.3.1 Medios Digitales.....	335
4.3.2 Medios Físicos.....	338
4.3.3 Letrero informativo de la hacienda.....	339
4.3.4 Merchandising.....	340
4.3.5 Promoción de ventas.....	341
4.4 Ampliación posible de la gama de productos en el futuro.....	342
4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.....	343
CAPÍTULO V.....	348
5. ESTUDIO AMBIENTAL.....	348
5.1 Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento.....	348

5.1.1 Factores Ambientales	360
5.1.2 Identificación de los Impactos Ambientales	361
5.2 Definición Método EIA.....	362
5.2.1 Método de Interacción	362
5.2.2 Tipología: Magnitud	363
5.2.3 Valoración de los Impactos Ambientales	363
5.3 Ampliación del método de interacción, valoración de los impactos ambientales.....	365
5.4 Aplicación de la matriz de interacción cromática.....	366
5.5 Jerarquización.....	367
5.6 Matriz de Interpretación de Resultados.....	371
5.6.1 Etapa de Construcción.....	371
5.6.2 Etapa de Operación y mantenimiento.....	372
5.7 Plan de Mitigación.....	373
CAPÍTULO VI.....	377
6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	377
6.1 Estado de situación inicial.....	377
6.1.1 Activo	377
6.1.2 Pasivo	377
6.1.3 Patrimonio.....	378
6.2 Flujo de Efectivo.....	379
6.3 Proyección de ingresos y gastos.....	382
6.3.1 Costo de Capital	383
6.4 Cálculo de VAN y TIR	384
6.4.1 El Valor Actual Neto (VAN)	384

6.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	385
6.5 Punto de Equilibrio.....	386
CONCLUSIONES.....	389
RECOMENDACIONES	391
BIBLIOGRAFÍA	393
ANEXOS	405

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	49
Figura 2 Edad.....	50
Figura 3 Lugar de Procedencia	50
Figura 4 Ocupación	51
Figura 5 Nivel de Instrucción	52
Figura 6 Nivel de Ingresos Mensuales	53
Figura 7 ¿Con quién Realiza sus Viajes de Turismo?.....	54
Figura 8 ¿Cuál es el Canal más Apropiado para Ud. para Recibir Información y Promociones Turísticas?.....	54
Figura 9 ¿Cuál es el Aspecto más Importante para Decidir Seleccionar un Establecimiento de Alojamiento en sus Viajes?	55
Figura 10 ¿Cuál fue el Principal Lugar Visitado en su Último Viaje Turístico?	56
Figura 11 ¿En qué Tipo de Establecimiento se Hospedó en su Último Viaje Turístico?.....	57
Figura 12 ¿Cuánto Pagó por Persona en el Establecimiento Seleccionado en la Anterior Pregunta?	58

Figura 13 En una Hacienda Turística como Establecimiento de Alojamiento en Zonas Rurales ¿Cuál de las Sigüientes Alternativas de Servicios Considera de su Mayor Preferencia?	59
Figura 14 ¿Cuánto Considera como Precio Adecuado para Pagar por la Actividad que Seleccionó en la Anterior Pregunta?.....	60
Figura 15 ¿Qué Tipo de Gastronomía es de su Mayor Preferencia para Consumir en un Establecimiento de Alojamiento?	61
Figura 16 ¿Cuánto Considera como Precio Adecuado para Pagar por el Tipo de Comida Seleccionado en la Anterior Pregunta?	62
Figura 17 Cruce de variables entre género y hospedaje en el último viaje	63
Figura 18 Cruce de variable entre edad y lugar visitado en su último viaje.....	64
Figura 19 Cruce de variables entre edad y en qué compañía realiza los viajes	65
Figura 20 Cruce de variables entre edad y preferencia de servicios en los cuales se basa para escoger un establecimiento	66
Figura 21 Cruce de variables entre edad y actividades preferidas	67
Figura 22 Propietario de la Finca Vásquez.....	70
Figura 23 Propietaria de Piscícola El Retorno	72
Figura 24 Propietario de la Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua	73
Figura 25 Administrador de la Eco Finca Cabrera.....	75
Figura 26 Ecología en la Finca Rosero	76
Figura 27 Mapa de Ecuador	99
Figura 28 Mapa de la Provincia del Carchi.....	100
Figura 29 Mapa del Cantón Bolívar	100
Figura 30 Mapa de la Parroquia de Monte Olivo.	103
Figura 31 Ubicación del proyecto Hacienda Turística “Monte Verde” comunidad Palmar Grande	104

Figura 32 Ejemplo sobre el diseño del interior de las habitaciones, con un toque rústico y moderno.....	117
Figura 33 Ejemplo de una habitación matrimonial.....	118
Figura 34 Desayuno de la casa	120
Figura 35 Caldo de gallina criolla	121
Figura 36 Locro de papas.....	122
Figura 37 Locro de zapallo con carne de cerdo.....	122
Figura 38 Crema de choclo con carne.....	123
Figura 39 Bistec a la plancha con puré de papas.....	124
Figura 40 Carnes coloradas	125
Figura 41 Guiso de fideo con carne.....	125
Figura 42 Fritada	126
Figura 43 Trucha frita	127
Figura 44 Desayuno de la casa	128
Figura 45 Desayuno super saludable	129
Figura 46 Crema de brócoli	130
Figura 47 Crema de aguacate	131
Figura 48 Locro de acelga	131
Figura 49 Crema de choclo	132
Figura 50 Tortitas de champiñón y queso	133
Figura 51 Totitas de quínoa y calabaza en salsa verde	134
Figura 52 Ensalada de pasta con papas	134
Figura 53 Ensalada rusa	136
Figura 54 Ceviche de chochos	137
Figura 55 Choclo con habas.....	137

Figura 56 Lasaña Ecuatoriana.....	138
Figura 57 Colada morada	139
Figura 58 Té y café.....	140
Figura 59 Jugo de chilguacán o chamburo.....	140
Figura 60 Jugo de naranja.....	141
Figura 61 Jugo de mora	142
Figura 62 Jugo de tomate.....	143
Figura 63 Jugo de granadilla	143
Figura 64 Limonada.....	144
Figura 65 Batidos de frutas.....	145
Figura 66 Dulce de chilguacán	146
Figura 67 Morocho con leche	147
Figura 68 Kiveve.....	147
Figura 69 Dulce de higos.....	148
Figura 70 Vasitos de mango con yogurt y chía.....	148
Figura 71 Mousse de fresa y chocolate blanco	149
Figura 72 Cremolada de granadilla	150
Figura 73 Postre de durazno con gelatina y leche.....	151
Figura 74 Hornado.....	153
Figura 75 Cuy asado	154
Figura 76 Pollo asado.....	154
Figura 77 Fanesca.....	155
Figura 78 Colada morada con guagua de pan	155
Figura 79 Pavo asado	156
Figura 80 Carta de la comida tradicional y comida vegetariana	157

Figura 81 Carta de entradas, bebidas y postres.....	157
Figura 82 Ejemplo del lobby que se planea implementar	201
Figura 83 Ejemplo de un sendero de piedra para los espacios de la hacienda	202
Figura 84 Tipo de sendero circuito	203
Figura 85 Modelo de pictograma de la zona de camping	206
Figura 86 Modelo de pictograma de agroturismo	206
Figura 87 Ejemplo de una piscina	208
Figura 88 Ejemplo de una sala de Jacuzzi	211
Figura 89 Ejemplo de la Sala de masaje	211
Figura 90 Diseño planimétrico de la hacienda turística	225
Figura 91 Ejemplo del diseño del huerto agroecológico	227
Figura 92 Rótulos informativos de bioseguridad que se utilizarán en el panel	302
Figura 93 Rótulos de prohibiciones dentro de la hacienda.....	303
Figura 94 Ejemplo del modelo del panel informativo	303
Figura 95 Rótulos informativos que se utilizarán en la hacienda (sanitario de hombre, de mujer y spa)	304
Figura 96 Ejemplo de nombre de un lugar tallado en madera.....	304
Figura 97 Logo de la hacienda turística.....	306
Figura 98 Logo de la Hacienda Monte Verde	328
Figura 99 Indumentaria del personal	329
Figura 100 Canal directo de la hacienda turística.....	331
Figura 101 Canal indirecto corto Trivago.....	332
Figura 102 Canal indirecto corto TripAdvisor.....	333
Figura 103 Canal indirecto corto Hoteles.com.....	333

Figura 104	Canal indirecto corto Operadora TamboRuna.....	334
Figura 105	Canal indirecto largo.....	334
Figura 106	Página de Facebook de la Hacienda Turística “Monte Verde”	335
Figura 107	Página de Instagram de la Hacienda Turística “Monte Verde”	336
Figura 108	Página Web de la Hacienda Turística “Monte Verde”.....	337
Figura 109	Flyer del establecimiento con la oferta general	338
Figura 110	Tarjeta de presentación del establecimiento	338
Figura 111	Ejemplo del letrero informativo que se plantea realizar	339
Figura 112	Diseños de los bolígrafos	341
Figura 113	Diseño de los llaveros	341
Figura 114	Matriz de la identificación de impactos	361
Figura 115	Representación de la matriz cromática	364
Figura 116	Valoración de impactos ambientales	365
Figura 117	Matriz cromática	366
Figura 118	Gráfica de la fase de construcción	368
Figura 119	Gráfica de la fase de operación y mantenimiento.....	370
Figura 120	Estado de situación inicial	378
Figura 121	Flujo de efectivo	379
Figura 122	Proyecciones de ingresos y egresos en los diez años	382
Figura 123	Cálculo del costo de capital.....	383
Figura 124	Punto de equilibrio.....	387
Figura 125	Gráfico del punto de equilibrio.....	388

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Esquema Fundamentación Legal	41
Tabla 2 Entrevista al propietario de la Finca Vásquez	70
Tabla 3 Entrevista a la propietaria de la Piscícola El Retorno.....	71
Tabla 4 Entrevista al propietario de la Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua.....	73
Tabla 5 Entrevista al propietario de la Eco Finca Cabrera	74
Tabla 6 Entrevista a la Finca Rosero (Ecológica)	76
Tabla 7 Detalle de la segmentación de mercados	80
Tabla 8 Resumen de atractivos turísticos de la parroquia para el emprendimiento de la Hacienda Turística.....	84
Tabla 9 Oferta de alojamiento-Competencia.....	85
Tabla 10 Proveedores.....	87
Tabla 11 Cantidad promedio de turistas anuales en el cantón Bolívar	90
Tabla 12 Proyección de la oferta	92
Tabla 13 Demanda Potencial.....	93
Tabla 14 Proyección de la demanda.....	94
Tabla 15 Proyección de la demanda insatisfecha.....	95
Tabla 16 Proyección de la demanda objetiva	96
Tabla 17 Atractivos de la parroquia	106
Tabla 18 Habitaciones de la Hacienda Monte Verde	115
Tabla 19 Desayuno de la hacienda turística	120
Tabla 20 Sopas y locros	121
Tabla 21 Plato fuerte.....	124
Tabla 22 Desayuno de la hacienda.....	128
Tabla 23 Locros y cremas.....	130

Tabla 24 Plato Fuerte	133
Tabla 25 Entradas.....	136
Tabla 26 Bebidas	139
Tabla 27 Postres.....	146
Tabla 28 Fechas especiales que tomará en cuenta el establecimiento para ofertar platos típicos del sector.....	152
Tabla 29 Platos que se ofrecerán en fechas especiales.....	153
Tabla 30 Actividades y servicios complementarios de la hacienda.....	200
Tabla 31 Ruta caminos agroecológicos	213
Tabla 32 Ruta turística laguna Las Garzas.....	217
Tabla 33 Ruta turística Monte Olivo Encantado.....	220
Tabla 34 Dimensiones de las áreas de la hacienda.....	229
Tabla 35 Requerimientos del área de alojamiento.....	232
Tabla 36 Requerimientos del área de alimentación	236
Tabla 37 Requerimientos del área administrativas	247
Tabla 38 Requerimientos del área de recreación	252
Tabla 39 Requerimientos del área de zonas húmedas.....	253
Tabla 40 Requerimientos del área de servicios sanitarios públicos.....	256
Tabla 41 Requerimientos del área de lavado, secado y planchado.....	257
Tabla 42 Requerimientos del área de bodega	258
Tabla 43 Requerimientos del área de campamento	259
Tabla 44 Requerimientos del área de empleados.....	261
Tabla 45 Requerimientos del área agropecuaria	264
Tabla 46 Materiales necesarios para la construcción	269
Tabla 47 Mano de obra para la construcción.....	273

Tabla 48	Presupuesto total de la construcción de la Hacienda Turística	273
Tabla 49	Maquinaria y equipo de la hacienda turística Monte Verde.....	274
Tabla 50	Descripción de la maquinaria y equipo	277
Tabla 51	Gastos pre operacionales - Constitución de la Hacienda Turística “Monte Verde”	281
Tabla 52	Aseo y limpieza	282
Tabla 53	Materia prima de alimentación	284
Tabla 54	Obligaciones a los que incurre la hacienda al momento operar.....	284
Tabla 55	Sueldo de los empleados.....	285
Tabla 56	Obligaciones de la hacienda	286
Tabla 57	Marketing y publicidad de la hacienda	287
Tabla 58	Capital de trabajo inicial	288
Tabla 59	Valor de los requerimientos por área	289
Tabla 60	Señalética informativa.....	290
Tabla 61	Total de la inversión de la Hacienda Turística	290
Tabla 62	Inversión propia y financiera	291
Tabla 63	Tabla de amortización.....	292
Tabla 64	Matriz para el puesto de Administrador de un alojamiento	308
Tabla 65	Matriz para el puesto de Recepcionista	310
Tabla 66	Matriz para el puesto de Camarera de pisos	313
Tabla 67	Matriz para el puesto de Chef de cocina.....	315
Tabla 68	Normas INEN de acuerdo con el personal de trabajo asignado en el emprendimiento.....	318
Tabla 69	Promociones de los productos y servicios de la Hacienda “Monte Verde”	342

Tabla 70 Estrategias y métodos de mercadeo para implementar en la Hacienda Turística “Monte Verde”	343
Tabla 71 Actividades del proyecto en la etapa de construcción.....	348
Tabla 72 Actividades del proyecto en la etapa de operación y mantenimiento	353
Tabla 73 Factores ambientales Hacienda Turística “Monte Verde”	360
Tabla 74 Rangos para evaluar la magnitud de los impactos	363
Tabla 75 Fase de construcción	367
Tabla 76 Fase de Operación.....	369
Tabla 77 Matriz de interpretación de resultados etapa de construcción	371
Tabla 78 Matriz de interpretación de resultados etapa de operación.....	372
Tabla 79 Plan de mitigación.....	373
Tabla 80 Valor actual neto	385
Tabla 81 Tasa interna de retorno.....	386

INDICE DE ANEXOS

Anexo A Reporte Urkund	405
Anexo B Ficha Diagnóstica del MINTUR sobre la parroquia de Monte Olivo	406
Anexo C Validación de instrumentos de recopilación de información	419
Anexo D Validación de instrumentos de recopilación de información	420
Anexo E Formato de la encuesta utilizada para el estudio de mercado	421
Anexo F Formato de la entrevista utilizada	426
Anexo G Desayuno de la casa, Hacienda Turística Monte Verde	427
Anexo H Caldo de gallina criolla de la Hacienda Monte Verde.....	427
Anexo I Locro de papas de la Hacienda Monte Verde	428

Anexo J Locro de zapallo con carne de cerdo de la Hacienda Monte Verde	428
Anexo K Crema de choclo con pollo de la Hacienda Monte Verde	429
Anexo L Bistec a la plancha con puré de papas de la Hacienda.....	429
Anexo M Carnes coloradas	430
Anexo N Guiso de fideo con carne	430
Anexo O Trucha frita	431
Anexo P Fritada.....	431
Anexo Q Desayuno súper saludable	432
Anexo R Crema de brócoli.....	432
Anexo S Crema de aguacate.....	433
Anexo T Locro de acelga.....	433
Anexo U Crema de choclo.....	434
Anexo V Tortillas de champiñón con queso	434
Anexo W Tortillas de calabaza y quínoa	435
Anexo X Ensalada de pasta con papas.....	435
Anexo Y Ensalada rusa	436
Anexo Z Cevichochos.....	436
Anexo AA Choclo con habas.....	437
Anexo BB Lasaña con carne y queso	437
Anexo CC Colada morada.....	438
Anexo DD Café.....	438
Anexo EE Agua de chocolate	439
Anexo FF Té.....	439
Anexo GG Jugo de chilguacán/chamburo	439
Anexo HH Jugo de naranja.....	440

Anexo II Jugo de mora	440
Anexo JJ Jugo de tomate.....	440
Anexo KK Jugo de granadilla.....	441
Anexo LL Limonada	441
Anexo MM Batido de mora	441
Anexo NN Batido de tomate	442
Anexo OO Batido de guanábana.....	442
Anexo PP Batido de taxo.....	442
Anexo QQ Dulce de chilguacán/chamburo.....	443
Anexo RR Morocho con leche	443
Anexo SS Kivevé de calabaza.....	444
Anexo TT Dulce de higos	444
Anexo UU Vasitos de mango con yogurt y chía	445
Anexo VV Mousse de fresa con chocolate blanco.....	445
Anexo WW Cremolada de granadilla.....	446
Anexo XX Postre de durazno	446
Anexo YY Tabla de amortización BAN ECUADOR	447

RESUMEN EJECUTIVO

La hacienda turística ubicada en la parroquia de Monte Olivo, se basará principalmente en ofrecer servicios de alojamiento en infraestructuras con estilo rústico y moderno, alimentación agroecológica donde interactuarán los turistas en la cosecha de su propio alimento, actividades agropecuarias y varias actividades de recreación como pesca, cabalgatas, caminatas, etc., aquí los turistas podrán disfrutar de la naturaleza, cultura y aventura de la parroquia, por medio de la práctica del turismo rural y agroturismo, cuyo fin es presentar algo innovador al visitante y que este se sienta cómodo, pueda disfrutar de vivencias únicas y sienta satisfacción por los productos y servicios adquiridos, los cuales serán de mejor calidad. Para la implementación de esta idea de negocio se ha tomado muy en cuenta todos los reglamentos correspondientes, con el fin de cumplir a cabalidad las condiciones de este tipo de alojamiento turístico. La hacienda busca ser una empresa líder en el agroturismo, siendo reconocido a nivel local, nacional e internacional, gracias a la obtención de un sistema de gestión de calidad, asegurando el respeto a la naturaleza y cubriendo así todas las necesidades y satisfacciones posibles del cliente, donde se sientan motivados por su gran belleza paisajística e infraestructura que la compone.

La carencia de un sitio turístico llamativo, cómodo y capaz de brindar los servicios necesarios para que el turista se sienta satisfecho han hecho que el turismo en el sector sea muy lento, debido a que, no se cuenta con el servicio de alojamiento en la parroquia, lo que limita al turista a quedarse más tiempo, dando como consecuencia una estadía muy corta y muchas veces insatisfacción. Para la implementación de dicho proyecto se acudirá a una entidad financiera para obtener un crédito y con ello ejecutar el proyecto mencionado. La implementación de este emprendimiento será factible ya que la inversión realizada alcanzará su punto de equilibrio en el quinto año pues los ingresos empiezan a ser mayores que los egresos desde el primer año de funcionamiento mostrando así ganancias por la venta de servicios turísticos.

Palabras Clave: Hacienda Turística, Agroturismo, Turismo rural, Servicios turísticos.

ABSTRACT

The tourist farm located in the parish of Monte Olivo, will be based mainly on offering lodging services in infrastructure with rustic and modern style, agro-ecological food where tourists will interact in the harvest of their own food, agricultural activities and various recreational activities such as fishing, horseback riding, hiking, etc., Here tourists can enjoy nature, culture and adventure of the parish, through the practice of rural tourism and agrotourism, which aims to present something innovative to visitors and that they feel comfortable, can enjoy unique experiences and feel satisfaction for the products and services purchased, which will be of better quality. For the implementation of this business idea, all the corresponding regulations have been taken into account, in order to fully comply with the conditions of this type of tourist accommodation. The hacienda seeks to be a leader in agrotourism, being recognized locally, nationally and internationally, thanks to the achievement of a quality management system, ensuring respect for nature and thus covering all possible needs and customer satisfaction, where they feel motivated by its great scenic beauty and infrastructure that composes it.

The lack of a tourist site that is attractive, comfortable and capable of providing the necessary services to make the tourist feel satisfied has caused tourism in the sector to be very slow, due to the fact that there is no lodging service in the parish, which limits the tourist to stay longer, resulting in a very short stay and often in dissatisfaction. In order to implement this project, a financial entity will be contacted to obtain a loan to execute the project. The implementation of this project will be feasible since the investment made will reach its break-even point in the fifth year, since the income begins to be greater than the expenses from the first year of operation, thus showing profits from the sale of tourist services.

Key words: Tourist Farm, Agrotourism, Rural tourism, Tourist services.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto titulado “Hacienda turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador”. Esta desarrollado en seis capítulos los cuales siguen los lineamientos determinados por la Facultad de la Universidad Técnica del Norte. El capítulo I, contiene el diagnóstico situacional externo de la idea de negocio, la propuesta de la idea de negocio y la innovación de esta idea, así como el análisis de diferentes variables del macro y micro entorno, los fundamentos teórico donde se desglosan todos los temas relacionados con el proyecto turístico y finalmente la fundamentación legal donde sustenta mediante normas y artículos específicos la realización de este tipo de emprendimiento el cual se debe seguir con exactitud para que sea reconocido por las entidades competentes.

En el capítulo II, se centra el Estudio de Mercado, donde se desarrollan varios puntos importantes para la recolección de datos como, el tipo de investigación utilizada que fue la descriptiva, tipo de muestreo probabilístico, el cálculo del tamaño de la muestra e instrumentos utilizados para obtener información necesaria en el estudio de mercado como son: las encuestas y entrevistas, posterior a ello las tabulaciones y análisis de los resultados obtenidos para conocer la oferta y demanda existente en el lugar, con ello tener una visión más clara de lo que necesita y desea el target, para adaptar estos gustos en el proyecto, con el fin de satisfacer las expectativas del cliente mediante un ambiente innovador y único. Dentro de este capítulo también se puede identificar el análisis de la oferta, la competencia y la demanda, como las proyecciones de la competencia y la demanda, cálculo de la demanda insatisfecha y posterior a ello el porcentaje que se pretende captar de aquella demanda la cual es la demanda objetiva, es decir los turistas a quienes se podrá satisfacer y que la competencia no ha podido beneficiarles.

El capítulo III, conlleva el Estudio Técnico y Administrativo donde ya se estructura la forma física de la hacienda turística, con todos los equipamientos como también el personal con el cual trabajará el establecimiento, es así como este capítulo se divide en varios apartados como: localización específica del

emprendimiento tomando en cuenta la macro y micro localización, la caracterización y diseño del producto donde se detalla en general el tipo de emprendimiento, los atractivos, la segmentación de mercado al cual estará direccionado, desarrollo de la infraestructura con cada uno de los equipamientos por áreas y sus respectivos costos. El proceso productivo también se encuentra en este apartado donde detalla todos los insumos, los procesos de transformación, distribución de la planta, diseño de la planta e inversiones y capital donde se describen los gastos que se incurrirán en el proyecto, se detalla también la estructura organizativa del negocio, la misión, visión, valores, políticas, organigrama empresarial con cada uno de los trabajadores y constitución legal de la empresa donde detalla todos los documentos que se necesitan realizar para que esta empresa pueda seguir en marcha.

El capítulo IV, conlleva estrategias de comercialización y marketing donde se establecen, la marca del emprendimiento, los canales de distribución, los medios publicitarios para la difusión del proyecto, la posible ampliación de la gama de productos en el futuro, y análisis de estrategias y métodos de mercado más apropiadas a utilizar para dar a conocer y promocionar la Hacienda Turística “Monte Verde” a los turistas nacionales y extranjeros.

El capítulo V, presenta el estudio de impacto ambiental que tiene como fin identificar y evaluar todos los posibles efectos ambientales, sociales y culturales que se producen por la implementación de la hacienda turística. Para este estudio se reconocen todas las actividades que se desarrollarán en cada fase como son en la etapa de construcción y la etapa de operación y mantenimiento, para identificar los posibles impactos tanto positivos como negativos que se presenten y ante ello plantear medidas de mitigación que ayuden a evitar daños en el ambiente. En este apartado se presentan las matrices utilizadas para la identificación y evaluación de impactos, los cuales son valorados, jerarquizados de acuerdo a su importancia y analizados aquellos impactos más dañinos para el ambiente para con ello buscar estrategias de mitigación y fortalecer aquellos positivos. Finalmente se muestra una tabla de las estrategias de mitigación asignadas con cada uno de sus costos para aquellos impactos negativos los

cuales deben ser ejecutados al momento de realizar el emprendimiento y con ello disminuir en gran medida los impactos negativos principalmente.

En el capítulo VI, dentro del estudio económico financiero se muestran las cuentas necesarias para reflejar la viabilidad financiera del emprendimiento planteado, en este caso de la hacienda turística Monte Verde de la provincia del Carchi. Dentro de este punto se toma en cuenta los recursos económicos disponibles, así como el proceso de producción, costos y ventas con los cuales se realiza los balances económicos necesarios. Los balances que se muestran en este capítulo con los que se realizan las proyecciones y se identifica la viabilidad o fracaso del emprendimiento son: Estado de situación inicial, Flujo de efectivo, Proyección de ingresos y egresos, El VAN y TIR, y Punto de equilibrio.

Es importante mencionar que esta investigación se la realizó durante la época de pandemia por lo que se ha tenido que ajustar el proyecto a ciertas restricciones debido a la crisis y problemas que se han causado, puesto que no solo es un problema nacional sino mundial. Por ello se ha realizado las encuestas y entrevistas utilizando los medios digitales y aprovechando herramientas tecnológicas con las que se cuenta. Se han tomado medidas necesarias y seriedad en el asunto para evitar cualquier inconveniente durante el desarrollo del presente proyecto.

OBJETIVOS

GENERAL

- ✓ Implementar una hacienda turística para la potencialización de la actividad agroecológica en la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.

ESPECÍFICOS

- ✓ Diagnosticar la situación actual en el aspecto económico, político, social y ambiental de la parroquia de Monte Olivo.
- ✓ Identificar la oferta y la demanda existente en la parroquia, mediante un estudio de mercado.
- ✓ Desarrollar un estudio técnico administrativo para el funcionamiento óptimo de la hacienda turística.
- ✓ Establecer estrategias de marketing que permita la difusión y comercialización de la hacienda turística para lograr un posicionamiento en el mercado.
- ✓ Realizar el estudio de impacto ambiental para la identificación de los impactos positivos y negativos que se generen con la implementación de hacienda turística.
- ✓ Determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto mediante un estudio económico financiero.

CAPÍTULO I.

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Diagnóstico

La parroquia de Monte Olivo está ubicada al sur oriente del Cantón Bolívar, en la provincia del Carchi, con una superficie de 65, 68 km². Posee tres pisos altitudinales: bajo (valle), medio (semiplano y pendiente) y alto (con pendientes muy pronunciadas). Fue creada el 24 de enero de 1941 y se encuentra ubicado en una loma que está circundada por los ríos El Carmen, Escudillas y San Miguel. Limita Al Norte: con las Parroquias de Bolívar y la paz; Al Oeste: con La parroquia de San Rafael; Al Sur: con la parroquia de Chuga del cantón Pimampiro; y Al Este: con las parroquias el Playón de San Francisco y la Sofía de la provincia de Sucumbíos (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

Los primeros habitantes pertenecieron a los pueblos pastos, que se extendían desde el río Chota hasta el valle del Guáy tara, en Colombia como referencia a esto existen objetos de cerámica encontrados en las diferentes excavaciones realizadas por los moradores. Las comunidades que forman esta parroquia son: Manzanal, Motilón, Aguacate, Pueblo Nuevo, Miraflores, Raigrás y Palmar Grande.

Monte Olivo presenta dos climas ya que se encuentra en un punto de interacción entre las provincias del Carchi, Imbabura y Sucumbíos, el clima Ecuatorial mesotérmico semihúmedo con una temperatura entre 12 y máximo 30 °C, y el clima Ecuatorial de alta montaña que presenta una temperatura promedio de 8 y 20 °C. La altura de la parroquia varía de 1600 a 3800 msnm. (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

El número de población de la parroquia es de 1571 habitantes de los cuales 744 son mujeres y 827 hombres, la población económicamente activa corresponde al 55.32 % del total de habitantes. El nivel de educación mayoritario corresponde al 52.73 % en básica elemental o primaria. Dentro de la cobertura de servicios básicos el 76.60 % de la población cuentan con energía eléctrica, el 70.37 % con agua potable, el 52.01 % con red de alcantarillado, el 60.53 % con el servicio de recolección de basura, el 40 % maneja los desechos de forma

adecuada, el 55.58 % cuenta con telefonía fija, el 65 % cuenta con telefonía móvil y en un porcentaje menor 16.1 % cuentan con conexión a internet, todos los demás servicios que no se especifican son escasos y requieren de ayuda de las autoridades locales para mejorar la calidad de vida de la población (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

La parroquia de Monte Olivo cuenta con dos cooperativas de transporte público que facilita la accesibilidad de los visitantes, dos centros de salud, una farmacia, cinco centros deportivos distribuidos en las diferentes comunidades, cuatro espacios recreativos, dos centros educativos, un UPC y un departamento de defensa civil, aquellos que no se detallan son inexistentes en el lugar. El costo de llegada a la parroquia de Monte Olivo desde la ciudad de Ibarra es \$ 2.65 y el tiempo de viaje es de dos horas por una vía asfaltada y lastrada cuando se llega a la parroquia.

En la parroquia de Monte Olivo no existe infraestructuras turísticas que brinden servicio de alimentación, hospedaje y recreación, aunque si cuenta con recursos turísticos naturales y culturales llamativos que se los puede potencializar para generar un desarrollo turístico en la zona, pero no han sido aprovechadas por las autoridades locales para impulsar el turismo del sector, por lo que esta actividad no forma parte importante del ingreso económico de la parroquia. Ninguno de los recursos turísticos de la parroquia forma parte del inventario de atractivos turísticos del Ecuador, por lo que se toma como referencia a los atractivos inventariados del Cantón Bolívar para identificar el número de turistas con la que se realizará el cálculo de la muestra.

El GAD Parroquial se ha planteado seis proyectos de desarrollo turístico los cuales aún no se cumplen, pero se basan principalmente en ayudar a la parroquia, para que sea más conocida, a la vez los turistas dejen recursos económicos en la zona, para que con ello se puedan cubrir las necesidades existentes en la población que permitan el crecimiento adecuado del turismo, estos proyectos se basan generalmente en el manejo de desechos, agricultura orgánica, ferias de productos locales y promoción de los recursos turísticos de la zona. Aún falta mejorar la infraestructura, señalizaciones, implementación de servicios turísticos, capacitaciones, entre otras actividades y servicios que

permitan sentirse satisfechos a los turistas e incentivar a la gente y educar sobre la importancia del turismo y la conservación de los sitios que rodean dicha parroquia (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

1.2 Propuesta de la idea de negocios

➤ ¿Por qué eligió la idea de negocio?

Se elige esta propuesta de negocio ya que se cuenta con un espacio adecuado para este tipo de emprendimiento, además en la parroquia donde se plantea implementarlo no existe un sitio llamativo, acogedor y capaz de brindar los servicios necesarios para que el turista se sienta cómodo y motivado a disfrutar más tiempo del lugar. La carencia de un espacio turístico con servicios de alojamiento, alimentación, recreación, entre otros servicios ha hecho que el turista se sienta insatisfecho, por lo que tienden a regresarse pronto a su lugar de estancia.

La hacienda turística dentro de la parroquia sería algo muy acogedor y novedoso, tanto para los visitantes como para los habitantes de la zona ya que mejoraría de alguna forma la economía del sector, además de que los visitantes se sentirían más satisfechos disfrutando de la naturaleza, cultura y aventura del sector por más tiempo, a la vez se lograría una mayor difusión y promoción de la parroquia a más turistas.

➤ ¿Qué tipo de emprendimiento es?

La hacienda turística será un emprendimiento privado que requiere de una inversión propia y financiada para constituirse, la cual tendrá características novedosas para llamar la atención y generar curiosidad de los turistas, con el fin de que conozcan el establecimiento y se lleven una buena experiencia del lugar, que genere la difusión a otros mediante el boca a boca como un medio de comunicación muy importante sin dejar de lado otras herramientas físicas y digitales que también ayudarán a la promoción y difusión del proyecto. Este emprendimiento se enfocará más en el agroturismo y turismo rural

potencializando los recursos con las que cuenta la parroquia e implementando nuevos servicios acogedores para el disfrute del visitante, todo esto con el fin de dar a conocer el lugar para aumentar el número de visitantes y por ende el ingreso de la economía.

➤ ¿Qué servicios quiere brindar?

La hacienda turística se enfocará en dos tipologías de turismo como son, el turismo rural y el agroturismo, junto con actividades de recreación que serán adecuadas para el disfrute del turista, con la mejor calidad posible.

Los servicios que se desea brindar son: Alojamiento en infraestructuras con estilo rústico y moderno, alimentación agroecológica, guianza, pesca deportiva, camping, caminatas, cabalgata, espacios de recreación, y biblioteca donde los turistas puedan distraerse si lo desea.

➤ ¿Qué necesidades desea satisfacer?

Se desea satisfacer las necesidades de alojamiento y alimentación principalmente, para que el turista pueda sentirse más cómodo y seguro de quedarse por más tiempo dentro de la parroquia y por ende disfrutar de todas las actividades que brinda la hacienda turística como la parroquia de Monte Olivo, por medio del aprovechamiento de los recursos existentes en el sector, con el fin de atraer más turistas y potencializar esta actividad como un medio de desarrollo económico de la parroquia. También se desea satisfacer la necesidad de mostrar algo diferente, nuevo e innovador al turista que permita sentirse importante, interesado y motivado a quedarse en el sector durante un tiempo más considerable, que le alcance al turista conocer los recursos culturales y naturales que ofrece la hacienda turística y la parroquia, puesto que en la zona no existe un espacio que brinde al turista el servicio de alojamiento que le permita quedarse más tiempo.

1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

➤ ¿Qué valor agregado tiene el emprendimiento?

- El valor agregado es que brindará alimentación agroecológica de los propios cultivos de la hacienda como de la parroquia, además este proceso de agricultura orgánica o agroecología será explicado a los visitantes mediante una guía por los distintos senderos que conllevan a los huertos de la hacienda, con el fin de que el turista conozca la importancia de realizar este tipo de cultivos e incentivar a que lo realicen. Con estas demostraciones el visitante se sentirá motivado a alimentarse de forma saludable y segura de lo que se le brinda dentro de la hacienda para su degustación. Dentro de este aspecto el turista también podrá cosechar su propio alimento, es decir, que se dirigirá al huerto y cogerá lo que desea degustar, lo llevará a la cocina del establecimiento donde se le dará preparando de acuerdo a lo que desee y posterior a ello degustará de un delicioso plato.

- Otro punto importante dentro de los servicios que se plantea brindar es el alojamiento en infraestructuras rústicas combinada con lo moderno donde el visitante puede disfrutar de la naturaleza que lo rodea en todo momento.

- Se plantea brindar a los turistas, a los estudiantes de la parroquia como a los habitantes charlas sobre educación ambiental incentivándolos al cuidado y preservación de la naturaleza, con el fin de reducir los impactos negativos en el ambiente por actividades que se realizan día a día dentro de la parroquia, se trabajará conjuntamente con la parroquia en proyectos de conservación que fomente la participación en actividades que se realicen cada cierto tiempo.

➤ ¿Qué lo diferencia de otros?

- Lo diferencia la alimentación del “huerto a la mesa”, pero de manera más saludable evitando en lo posible los químicos y fomentando la utilización de productos orgánicos dentro de la agricultura.

- Charlas de educación ambiental e implementación de servicios de alojamiento en espacios que permita un gran disfrute de la naturaleza.

- Contar con una biblioteca donde se exhiban libros sobre la historia de la parroquia y demás temáticas, cuadros de pinturas sobre los mitos y leyendas de la parroquia (estos serán donados por la zona), las cuales son de mucho interés por parte del turista que los lleva a imaginarse y tener un contexto fuera de común, estas leyendas serán relatadas por el guía del lugar generalmente en charlas nocturnas.

- Los demás servicios también serán diferentes y únicos ya que se les dará un toque diferenciador para que los turistas se sientan a gusto y en confianza, se les ofrecerá diferentes servicios como cabalgatas, pesca deportiva, guianza, Spa y espacios de recreación entre ellos piscina y cancha de vóley. Los cuales permitirán que el turista se sienta a gusto puesto que se tendrán promociones y descuentos dependiendo del caso.

➤ ¿A qué se alinea el emprendimiento?

Este emprendimiento se alinea principalmente al servicio de alojamiento turístico y alimentación saludable con productos cultivados en la zona de forma orgánica donde los turistas pueden visualizar los procesos que se realizan para obtener el alimento en la mesa, con lo que se pretende generar un disfrute de los servicios brindados en el lugar, a la vez del espacio rodeado de la naturaleza. Para la implementación de esta hacienda de forma legal, se tomará en cuenta las normas y reglamentos de turismo que avalen la constitución de la hacienda turística con todas sus actividades.

1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.4.1 Análisis de la industria

1.4.1.1 Situación del macro ambiente.

- Político legal,

Ecuador se encuentra en una inestabilidad política por las constantes crisis que ha atravesado actualmente el país como el mundo, tal es el caso de la

pandemia, que ha provocado una parálisis en el desarrollo de las actividades turísticas en varios sectores.

Dentro de la parroquia existe un deficiente apoyo por parte de los GAD's a las actividades turísticas de la parroquia por lo que el turismo no se ha desarrollado adecuadamente, sino de forma muy lenta, pues no existe en el sector establecimientos turísticos que brinden alimentación, hospedaje, actividades recreativas, guianza, entre otros servicios que permitan en disfrute del visitante. Ante el deficiente desarrollo turístico el GAD conjuntamente con la asociación de turismo de la parroquia de Monte Olivo han estado planeando para el año 2020 aumentar el ingreso de turistas en el sector en un 10 % mediante la implementación de programas y proyectos que permitan potencializar los recursos turísticos del lugar, pero con la crisis presentada por la pandemia, se han obligado a esperar y tratar de buscar nuevas estrategias para motivar a los turistas que lleguen a este sector.

- Socio cultural

Según el GADPMO (2020) menciona que la parroquia cuenta con 1571 habitantes mostrando un decrecimiento ante el censo realizado en el año 2010 que contaban con 1690 habitantes, esto se debe a la migración de los pobladores por motivos de educación o trabajo ya que dentro de esta parroquia se vive principalmente de las actividades agropecuarias, pues no existen otras fuentes de trabajo diferentes a las actividades agrícolas y ganaderas, además quienes salen por estudios al culminarlos deciden quedarse trabajando en aquellas ciudades o buscar trabajo en diferentes zonas urbanas, con lo que evitan así volver a la parroquia.

El espacio donde se plantea ubicar la Hacienda turística no cuenta con establecimientos turísticos que brinden servicios indispensables para los visitantes, pero si existe una demanda insatisfecha donde los visitantes tienden a regresarse pronto a su lugar de estancia por la carencia de espacios de alojamiento, esta situación ocurre en algunos sectores no solo de la parroquia sino también en algunos sitios del cantón y provincia por el escaso apoyo de las autoridades en la actividad turística. No existe una competencia directa en este

sector lo que hace más factible la implementación de este establecimiento, sobre todo porque contará con características únicas que la diferencie de otras haciendas de la provincia y país.

- Económico

Actualmente la economía se encuentra en crisis por los problemas mundiales que se ha tenido que enfrentar, llevado consigo la caída del petróleo que ha repercutido en el PIB del país, también otras exportaciones se han visto afectadas a nivel general, se tiene, el sector florícola con una disminución del 70 % en ventas, el precio del cacao con una disminución del 7 % del año 2019 y el sector camaronero que ha tenido una restricción en los mercados internacionales. Esto ha hecho que todo el país tenga problemas económicos y por ende el sector turístico no se desarrolle adecuadamente (Gerogjeva, 2020).

Con esta crisis será más difícil que las autoridades puedan potencializar el turismo debido al insuficiente capital para invertir en proyectos turísticos innovadores que llamen la atención de los turistas. Para fortalecer la actividad turística las empresas están acogiéndose a un modelo de turismo de naturaleza, turismo rural o agroturismo por lo que la hacienda turística será una buena estrategia para fomentar estas modalidades de turismo que permita al visitante un contacto más cercano con el ambiente natural.

- Tecnológico

Las nuevas generaciones han sido absorbidas por los modelos de la globalización y las tecnologías que promulgan las culturas dominantes lo que abstrae los criterios de identidad local, siendo en muchas ocasiones rechazada por los jóvenes y los adultos cuando se plantea el tema de fomentar un sentido de autodeterminación. Ante los cambios y la importancia mayoritaria a las tecnologías por parte de los jóvenes y adultos a nivel mundial, en la parroquia las autoridades han planteado la creación de espacios físicos y programas como modelos de educación y formación alternativa en diferentes temáticas como artes, oficios, agricultura y ganadería con el fin de evitar que las personas pierdan

su sentido de identidad ante la globalización. Aunque es importante establecer que la tecnología al ser usada de una manera adecuada es muy importante ya que permite conocer muchas cosas, sin embargo, la tecnología en este sector es muy escasa ya que más del 70 % no cuenta con servicios de conectividad ni con una herramienta tecnológica que le permita conectarse.

- Medioambiente

El Ecuador es el primer país en establecer los derechos de la naturaleza los cuales, si se los cumple, pero no en su totalidad puesto que las personas todavía no tienen una educación ambiental óptima que les motive al cuidado y conservación de la naturaleza. Sin embargo, existen organizaciones que cada vez tienen más fuerza para proteger al ambiente, tomando en cuenta los principios de la sostenibilidad para tener un manejo adecuado de los recursos naturales y culturales de un sector.

Monte Olivo posee una de las reservas de oro que aún no ha sido determinada en estudios oficiales pero en el 2019 fue objeto de una agresiva incursión de pobladores de sectores ajenos a este territorio que querían comenzar una fase de explotación de manera artesanal e ilegal por lo que se implementó un control comunitario en la Parroquia de San Rafael y al Ingreso de Monte Olivo para verificar los vehículos que ingresan y salen de la zona, con el fin de evitar repercusiones en el ambiente que afecten a los pobladores por esta actividad.

El Ministerio del Ambiente, bajo Acuerdo Ministerial 055 del 10 de junio de 2019, declaró a la Cordillera Oriental de Carchi, como área protegida del sistema autónomo descentralizado, correspondiente a los cantones de Bolívar, Montúfar, Tulcán y San Pedro de Huaca, la cual está incorporada al Sistema Nacional de Áreas Protegidas por lo que es prioritaria la conservación y desarrollo sostenible del sector. El área de Monte Olivo abarca 3739,05 ha. (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

1.4.1.2 Situación competitiva.

- Infraestructura

Se ha tomado como competencia algunos establecimientos turísticos del cantón Pimampiro que se encuentra cerca de la parroquia principalmente las más conocidas que son:

El GAD Pimampiro (2017) establece que el Hotel Reina del Cisne ubicado en Pimampiro es un establecimiento con categoría de tres estrellas, con capacidad para brindar comodidad y un buen servicio al visitante. Cuenta con habitaciones sencillas, dobles, triples y cuádruples para que los huéspedes puedan alojarse. Es un sitio con personal amable y atento que prometen entregarle una gran experiencia a cada usuario.

La Ruta del Vértigo ubicado a media hora de Pimampiro, sobre una meseta elevada que termina con un cañón profundo que conlleva al río Pisque, se encuentra la comunidad de San José, un lugar de temperatura media con un espectacular paisaje. En este cañón de 500 metros de largo y 300 metros de altura se encuentra La Ruta Del Vértigo, lugar donde podrá disfrutar de los mejores deportes de aventura en un entorno natural rodeado de campos fértiles (GoRaymi, 2020).

EcoFinca Cabrera, este establecimiento es la que se asemeja más a los servicios que se brindará dentro de la hacienda, sin embargo, cuenta con servicios innovadores como el temazcal que permite brindar a los turistas baños a vapor con plantas medicinales que son esenciales para fortalecer las vías respiratorias y los pulmones. Este sitio cuenta con un hostel y varias habitaciones con un bello mirador hacia la ciudad. Además, ofrece la magnífica experiencia de la finca para cosechar y producir café orgánico artesanal, tabaco, cerveza y chocolate. La EcoFinca Cabrera busca concientizar a sus clientes sobre el cuidado de las plantas y la vegetación en los ecosistemas. Se encuentra ubicado en la comunidad de San José del cantón Pimampiro.

La alimentación que brinda depende de cada paladar; entre recetas orgánicas, veganas, vegetarianas y otras. Entre los servicios que brindan están las artesanías, deportes de aventura, ecoturismo, visita a los vestigios arqueológicos, agroturismo y cabalgatas. El precio oscila entre \$10 y 50 (GoRaymi, 2020).

Los servicios que se ofrecerán dentro del establecimiento serán acordes con los gustos del visitante, los cuales se establecerán también tomando en cuenta los servicios que ofrece la competencia, los cuales serán adaptados al emprendimiento con características innovadoras ya que se insertará un plus que llame la atención de los visitantes.

- Inversiones de la industria

No se ha encontrado información de las inversiones realizadas para actividades turísticas en la zona, pero es notable que últimamente no se han realizado inversiones por turismo en la parroquia de Monte Olivo.

- Número de competidores

Se ha tomado en cuenta tres competidores principales los cuales están ubicados en el cantón Pimampiro que es uno de los sectores que cuenta con varios emprendimientos turísticos e innovadores, por lo que es bastante conocido ya que el turismo ha tomado mucha fuerza en este cantón. Los competidores que se han tomado en cuenta poseen características similares de cierta forma, en los servicios que ofrecerá la hacienda turística, a esto se le añadirá las características propias y únicas del emprendimiento que permita diferenciar los productos y servicios que se ofrecerán y con ello motivar a los turistas a su visita.

1.4.1.3 Situación del producto

- Condiciones de los productos y servicios de la industria

Los productos y servicios que brindan las entidades turísticas se han visto afectadas por la crisis sanitaria ocurrida a nivel mundial, lo que ha provocado una gran inestabilidad económica y cierre de las instituciones durante una temporada larga, para cumplir con las restricciones propuesta por el gobierno de mantener la cuarentena y así evitar el crecimiento de personas contagiadas en el país. Por lo tanto, las entidades se han mantenido paralizadas y han buscado nuevas estrategias y oportunidades de generar turismo durante la crisis donde buscan potencializar el turismo de naturaleza en los sectores rurales.

El Estado ante la situación crítica del turismo, está planteando estrategias para lograr una reactivación turística mediante la potencialización del turismo rural, de naturaleza, de aventura, y turismo vivencial como primera instancia para luego apuntar al turismo regional y finalmente internacional. Este tipo de turismo será clave para la reactivación del sector turístico ya que permitirá un intercambio de experiencias y el hermanamiento de los pueblos para mejorar poco a poco la situación actual del turismo (Ministerio del Turismo, 2020).

- Certificaciones de la calidad

El “Distintivo Q a la Calidad Turística” representa un reconocimiento a los empresarios turísticos que realizan esfuerzos para manejar sus negocios de forma sostenible ofreciendo al turista servicios de calidad. Con esta certificación las empresas ganan prestigio, fiabilidad, confianza y promoción. Los establecimientos que son certificados han pasado por distintas auditorias que aseguran que sus servicios es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad para asegurar a los clientes una experiencia turística excelente.

Esta certificación permite que los establecimientos pasen a ser los primeros actores que se articulen al Sistema Nacional de Calidad Turística SNCT. La vigencia de este reconocimiento es de un año y las empresas que

deseen renovarlo o adherirse, deben incursionar y mantener vigente su estatus de certificado, verificado y registrado dentro de los programas de Calidad Turística que actualmente existen en el país (Ecuador love life, 2015).

- Buenas practicas

Las buenas prácticas dentro de los establecimientos turísticos certificados con el Q de calidad del país se basan al cuidado y manejo de la sostenibilidad en todas las actividades que realizan, con el fin de proporcionar a los turistas servicios de la mejor calidad. Dentro de la parroquia no manejan las buenas prácticas ya que desconocen del manejo adecuado de los residuos sólidos como líquidos puesto que no cuentan con un sistema de tratamiento de aguas residuales para disminuir la contaminación antes de que estos lleguen a los ríos, con respecto a los desechos sólidos en cambio dentro de las comunidades donde no llega el carro recolector de basura los pobladores tienden a quemarlos o arrojarlos a sus terrenos cercanos, esto forma parte de la problemática actual que con el pasar del tiempo puede repercutir en la salud de las personas como el aumento de la contaminación ambiental. Esto limita a que los turistas se sientan cómodos y seguros de los servicios y productos que adquirirá en la zona.

1.5 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio

Fortalezas

- Contar con un espacio para la implementación de la hacienda turística
- Espacio donde existen abundantes recursos culturales y naturales
- Gente amable y cálida
- Contar con el apoyo del dueño del predio
- Trabajar con un profesional que conoce del tema agropecuario
- Tener conocimiento sobre la atención al cliente

Debilidades

- La accesibilidad a los sitios turísticos en invierno es casi imposible
- Escasa afluencia de turistas en el sector
- Falta de educación ambiental de los moradores
- La permanencia del turista en la parroquia es muy corta
- Inexistencia de guías nativos calificados por el MINTUR
- Falta de estrategias de promoción y difusión para el posicionamiento del sector como un destino turístico
- Desconocimiento por parte de los habitantes sobre la importancia de la actividad turística
- Desconocimiento de las necesidades y deseos de la demanda turística
- Falta de señalización turística hacia los recursos turísticos de la parroquia
- Escaso presupuesto para generar mejores servicios
- Servicio de alojamiento limitado

Oportunidades

- La parroquia forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas por ser catalogada como “Área Protegida autónoma descentralizada provincial de la Cordillera Oriental Del Carchi”
- Alianzas estratégicas con otras empresas turísticas para potencializar el sector,
- Incremento de turistas en la parroquia que permitan un desarrollo social y económico del lugar
- No existen competidores cercanos
- Apoyo de las autoridades en proyectos turísticos
- Ser reconocido por el MINTUR por la calidad de sus servicios

Amenazas

- La delincuencia a los turistas
- Inestabilidad política y económica

- Implementación de una infraestructura turística cercana que sería una competencia
- Crisis mundial y pandemias
- Falta de apoyo del gobierno local en el sector turístico
- Fenómenos naturales
- La contaminación ambiental
- No contar con los recursos económicos suficientes para la implementación de la hacienda
- Mala atención a los turistas por lo que no vuelvan al sector

1.6 Fundamentos teóricos

1.6.1 Alojamiento Turístico

El Ministerio de Turismo (2016) afirma lo siguiente:

El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría. (p.3)

Según Fernández (2015) menciona que alojamiento turístico “es aquél que comprende el uso y goce pacífico de la unidad de alojamiento y servicios complementarios a la misma. Por servicio complementario se hade entender todo aquello que no sea el alojamiento, es decir, el resto de la oferta” (p.21).

Por lo tanto, el alojamiento turístico se entiende como una actividad turística donde se presta servicio de hospedaje no permanente, el cual cuenta con servicios complementarios para el uso y disfrute del cliente.

1.6.2 Servicios Complementarios de Alojamiento

Los servicios complementarios según Fernández (2015) se clasifican en dos partes: los servicios de alojamiento ordinarios que son las comidas entre ellas el desayuno, el almuerzo y la cena, y los servicios de alojamiento extraordinarios que comprende a todos los demás servicios o servicios extras para el disfrute del visitante.

1.6.3 Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico

Según el Ministerio de Turismo (2016) los establecimientos de alojamiento turístico en el Ecuador se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

1.6.4 Hacienda Turística

El Ministerio de Turismo (2016) menciona que una hacienda turística es un:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros

poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (p.9)

Entonces, una hacienda turística es un establecimiento que brinda servicio de hospedaje en habitaciones que pueden ser privadas o compartidas dentro de sitios naturales donde su construcción puede tener valores históricos, culturales y actividades del campo, que permiten al visitante el disfrute de la naturaleza y los servicios complementarios que se proporcionen en el lugar. Su categoría es otorgada por parte de la administración turística competente.

1.6.5 Servicios que ofertan las haciendas turísticas

1.6.5.1 Alojamiento turístico. Actividad turística desarrollada por personas naturales o jurídicas que consiste en la prestación de servicio de hospedaje no permanente a cambio de un precio económico (Ministerio de Turismo, 2016).

1.6.5.2 Alimentación. Servicio de alimentos que permiten la degustación de platos a los visitantes, pueden ser platos típicos, comida vegetariana, comida vegana, comida Gourmet, entre otras.

1.6.5.3 Actividades agropecuarias. Integra el sector primario de la economía ya que explota productos de la naturaleza para actividades agrícolas, de ganadería y pesca, donde el turista puede disfrutar de la interacción y vivencia de estas actividades en espacios amigables con el ambiente. Entre ellas tenemos:

* **Agricultura mediante un manejo agroecológico.** Fomenta la creación o incremento de la siembra de productos autóctonos de la zona promoviendo una agricultura sana mediante un manejo sustentable de los agroecosistemas donde se realiza esta actividad de forma responsable manejando así los cultivos con productos orgánicos los cuales reemplazan o reducen significativamente la utilización de químicos en los cultivos (Achiña, 2020).

* **Ganadería.** Crianza de animales domésticos para el consumo humano de manera que no utilizan costosos concentrados para la alimentación de estos animales (Achiña, 2020).

* **La Pesca.** Actividad donde permite el disfrute del visitante mediante la captura de peces en criaderos.

1.6.5.4 Cabalgatas. Excursión en caballo que le permite al visitante convivir con la naturaleza usando al caballo como medio de transporte.

1.6.5.5 Área deportiva. Área específica que cuenta con todos los medios necesarios para la práctica de uno o más deportes de recreación, pasatiempo, ejercicio, etc.

1.6.5.6 Espacios culturales. Sitios donde se dé a conocer al turista la cultura, las vivencias del sector, el patrimonio, la riqueza oral del lugar, etc.

1.6.5.7 Guianza. Ofrece servicio de enseñanza, informa y acompaña al turista de tal forma que el especializado sepa responder todas las dudas del turista.

1.6.5.8 Servicios adicionales. Son servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de alojamiento que brinda el establecimiento tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros (Ministerio de Turismo, 2016).

1.6.6 Categoría

Es el nivel que ostenta un establecimiento dentro de su grupo. La categoría que se establecen a cada uno de los establecimientos turísticos

depende del cumplimiento de requisitos que les permite obtener un nivel, de acuerdo a la calidad y eficiencia en la prestación de sus servicios (Fernández, 2015).

1.6.7 Turismo

La Organización Mundial del Turismo (1994, como se citó en Organización Mundial del Turismo, 2018) define que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p. 11).

El turismo ha existido efectivamente desde los orígenes del hombre ya que las personas solían trasladarse a diferentes lugares por distintas razones, tales como caza, religión, comercio, ocio, entre otros. Los romanos, principalmente de las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales el cual tenía el nombre de Grand Tour, sin embargo, en la segunda mitad del siglo XX es cuando surge un fenómeno de masas.

Con el pasar del tiempo ha ido desarrollándose de acuerdo a diferentes factores como la aparición de transportes, mayor renta de las familias, relaciones comerciales, mayor tiempo libre, el desarrollo de las comunicaciones, entre otros, que han permitido el desplazamiento de las personas a lugares de mayor distancia con mayor facilidad permitiendo así que las personas puedan conocer muchos sitios en tiempos cortos. (Organización Mundial del Turismo, 2018).

1.6.8 Importancia del Turismo

La OMT (2018) menciona que la actividad turística se caracteriza por su gran complejidad ya que se compone de una gran cantidad de elementos e involucra a distintos sectores económicos, por el cual se ha considerado como una exportación hacia el destino donde se beneficia la creación de fuentes de empleo, aportan divisas, aumentan los ingresos públicos y se fomenta la

actividad empresarial. Esto deja en claro que tiene una gran importancia en la economía puesto que genera una gran aportación al PIB de la región receptora.

Efectivamente, los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría. (p. 17)

1.6.9 La Demanda Turística

En el artículo Introducción al Turismo, la OMT (2018) nos menciona que la demanda turística está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que se encuentran motivados a consumirlos, con el objetivo de cubrir sus necesidades. En sí es la cantidad de productos turísticos que están dispuestos a adquirir los consumidores en un tiempo y con un precio determinado (p. 64).

1.6.10 Oferta Turística

Conjunto de productos, servicios y organizaciones asociados activamente en la experiencia turística en un determinado espacio geográfico y socio-cultural, los cuales tienen por objetivo facilitar, proveer y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar a un precio y en un periodo de tiempo establecido (Socatelli, 2013).

La oferta turística, más allá de los distintos oferentes de productos y servicios, está formada por todos los componentes del patrimonio turístico de un lugar, el cual está constituido por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posibles su acceso y funcionamiento. (Socatelli, 2013, p. 2)

1.6.11 Mercado Turístico

Socatelli (2013) mencionó lo siguiente:

Mercado turístico es la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (p. 1)

Por lo tanto, se puede decir que el mercado turístico es el sector económico que engloba a todas las empresas que ofertan productos y servicios turísticos y que interactúan con los consumidores interesados que se dirigen a la oferta para satisfacer sus deseos o necesidades. En sí es el lugar donde existe una conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda.

1.6.12 Producto Turístico

Socatelli (2013) define lo siguiente:

Es la adecuada disposición y aprovechamiento de los elementos que conforman su patrimonio turístico y que se conjuntan en una gran variedad de servicios que se ofertan en el mercado, con el fin de atraer a un determinado número de consumidores, siendo éstos los turistas que potencialmente visitarán dicho lugar. (p.1)

Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico

se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (World Tourism Organization, 2019, p. 19)

Por lo tanto, es un conjunto de bienes materiales e inmateriales, que combinan todas las facilidades para el disfrute del turista y generación de experiencia, el cual se comercializa en conjunto mediante canales de distribución, los cuales ya cuentan con un precio establecido y un tiempo, su propósito es satisfacer los deseos y necesidades de los clientes y posibles clientes. Los elementos que conforman el producto turístico según Colina son: recursos turísticos, infraestructuras, empresas y servicios turísticos (Colina, s/f).

1.6.13 Recursos turísticos

Según Arnandis (2019) los recursos turísticos son lugares los cuales se mantienen intactos ya que no han sido intervenidos totalmente para realizar turismo, es decir, que no cuenta con una infraestructura, información turística ni tampoco un estudio del lugar. En sí es todo elemento natural, cultural y antrópicos que al provocar un interés turístico puede ser utilizado como una oferta.

1.6.14 Destino turístico

La Organización Mundial del Turismo (2019) define que:

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. (pp. 15-16)

Entonces, un destino turístico consiste en un sitio donde el turista pasa al menos una noche en el lugar y puede disfrutar de un sinnúmero de productos y servicios turístico que le permitan obtener una experiencia, que puede influir en la imagen y percepción del destino dentro del mercado competitivo. Un destino turístico de calidad permite que el turista pueda sentirse satisfecho en todo aspecto por los servicios brindados donde influyen muchos factores de su entorno.

1.6.15 Tipos del turismo

Entre los más generales podemos destacar los siguientes:

1.6.15.1 Turismo Rural.

El Centro Europeo de posgrado (s/f) establece que “constituye un elemento de diversificación económica en el medio rural de primer orden, constituyéndose como una herramienta de creación de empleo para jóvenes y mujeres, y en definitiva un instrumento de lucha contra el despoblamiento rural” (p. 2), por lo tanto este tipo de turismo es muy importante ya que motiva a los pobladores a trabajar dentro de su territorio evitando que migren a las ciudades y aprovechen los recursos que poseen de manera responsable.

Según la OMT (2019) el turismo rural es:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalece la agricultura y la silvicultura, y estructuras sociales y formas de vida tradicionales. (p.35)

Entonces, tomando en cuenta los dos conceptos anteriores se puede mencionar que el turismo rural es una actividad turística que se realiza en sitios naturales fuera del entorno urbano donde se genera un aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, pero de manera responsable potencializando así sector y dándole un sentido más llamativo y acogedor para los turistas mediante las vivencias del lugar.

1.6.15.2 Turismo Cultural.

Es una actividad turística donde la motivación principal del turista es conocer, experimentar y consumir atractivos culturales sean estos materiales o inmateriales dentro de un lugar o destino turístico (World Tourism Organization, 2019, p. 31).

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (2014) menciona que “el turismo cultural es aquel tipo de turismo que tiene por objeto la comprensión de la historia del hombre a través del tiempo, por medio del conocimiento de su patrimonio material e inmaterial” (p.144), en este sentido el turismo cultural busca fortalecer las identidades de un territorio, de una determinada ciudad, comunidad o de un sector.

1.6.15.3 Ecoturismo.

Actividad turística que se realiza en la naturaleza donde la motivación principal del visitante es aprender, experimentar y apreciar la diversidad biológica

y cultural de forma sostenible para proteger la integridad de la naturaleza y comunidad local. En sí este tipo de turismo genera el disfrute y respeto al equilibrio del medioambiente por parte de los visitantes (World Tourism Organization, 2019, p. 33).

1.6.15.4 Agroturismo.

De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (citada en Achiña, 2020) menciona que “es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios” (p, 29).

Es considerado como un turismo que se realiza en áreas naturales con la participación del sector y los turistas en las actividades propias de las explotaciones rurales como la cosecha, preparación, elaboración de los cultivos, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Este tipo de turismo asocia la prestación de alojamiento y/o restauración en granjas, fincas, haciendas turísticas, entre otras, haciendo partícipe a los turistas en las actividades agropecuarias (González, Iturralde, & Morales, 2016, pp. 32-33).

1.6.15.5 Turismo de aventura.

Turismo que tiene lugar en destinos con características específicas el cual se asocia con actividades físicas, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza la cual implica algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental. Este tipo de turismo incluye generalmente actividades al aire libre como el alpinismo, la escalada, el rafting, el ciclismo de montaña, entre otro (World Tourism Organization, 2019).

1.6.16 Turista

Según Álvarez (2019) menciona que “un turista es aquél visitante que permanece en el lugar o país visitado al menos durante una noche” (p, 3).

Según Quesada (2006) define turista como:

Quién viaja a otro lugar distinto al de su domicilio, regresando después al mismo sitio, la duración del viaje así como la permanencia en el destino debe ser superior a veinticuatro horas y menor a un año, es decir, hade pernoctar al menos una noche y no extender su visita más allá de lo indicado, pues de ser así sería considerado como residente o inmigrante.
(p. 6)

Según los dos autores citados anteriormente el turista es aquel que viaja a otro lugar fuera de su residencia habitual, quien permanece al menos una noche dentro del lugar visitado y que se beneficia de los servicios que le brindan, cuya permanencia debe ser superior a veinticuatro horas y menor a un año. Estos viajan por distintas razones tales como fines de ocio, negocio u otros.

1.6.17 Excursionista

Álvarez (2019) menciona que el excursionista es aquella persona que no pernocta en el destino o país visitado ya que permanece menos de veinticuatro horas en el sitio. Dentro de esta denominación están los pasajeros de cruceros, los tripulantes que no residen en el lugar visitado, los propietarios y pasajeros de yates y pasajeros que participan en programas de grupo los cuales están alojados en tren.

1.6.18 Viajero

Según Entorno Turístico (2018) menciona que el viajero es cualquier persona que realiza viajes entre dos o más lugares por cualquier motivo fuera de su entorno habitual sin importar si se viajó menos o más de 24 horas, si se

pernoctó en el sitio o no, ya que el hecho de estar realizando el desplazamiento hace que la persona, sea viajera.

1.6.19 Visitante

Según Entorno Turístico (2018) afirma que los visitantes son:

Personas que viajan a un destino principal distinto al de su lugar de residencia, por una duración inferior a un año, con cualquier propósito, excepto aquel que implique ser empleado por una organización establecida en dicho lugar o país. Pueden ser nacionales cuando viajan dentro de su mismo país e internacionales cuando lo hace fuera de su país de origen. (p.2)

Por lo tanto, se entiende por visitante a las personas que realizan viajes fuera de su entorno habitual con una duración inferior a un año, los cuales se clasifican en visitantes nacionales e internacionales, siendo así, los nacionales quienes viajan en su mismo país, e internacionales los que viajan fuera de su país de origen.

1.6.20 Plan de Marketing o Mercadotecnia

Según Kotler, García, Bowen, & Makens (2017) mencionan que un plan de marketing es “un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa aprende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia” (p. 696-698), por lo tanto, este plan se compone de estrategias con las que la empresa contará para aplicarlas de acuerdo a su etapa de crecimiento con el fin de llegar a cumplir los objetivos de la empresa contrarrestando posibles riesgos.

Según el mismo autor, el plan de mercadotecnia opera en dos niveles que son: el plan de mercadotecnia estratégica que se basa en analizar las

necesidades del consumidor y una propuesta de valor, y el plan de mercadotecnia táctico que se basa en una gestión voluntarista de conquista de los mercados existentes mediante el trabajo con el marketing mix.

1.6.21 Marketing Turístico

Sinclair & Ojeda (2016) mencionan lo siguiente:

El marketing turístico es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, deberá estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y deseos. Además, deberá conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico y las estrategias y acciones de marketing a aplicar para el aprovechamiento, el diseño, la creación, la distribución y la comunicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad. (p. 8)

Por lo tanto se puede mencionar que el marketing turístico permite conocer y comprender el mercado para formar una oferta capaz de satisfacer las expectativas de los clientes, a la vez que esta sea competitiva en el mercado.

1.6.22 Estudio de mercado

Según Correa (2015) menciona que “es la búsqueda, análisis, cuantificación, determinación y evaluación de información del mercado para la toma de decisión en marketing” (p. 7).

Según Urbina (1995, citado en Correa, 2015) el estudio de mercado “consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p. 7).

Por lo tanto un estudio de mercado identifica la oferta y la demanda, las motivaciones y preferencias del mercado, con la que se puede tomar decisiones en base de la información encontrada teniendo en cuenta los recursos disponibles. Con el fin de cubrir las necesidades insatisfechas en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que la competencia, determinar la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores estaría dispuestos a pagar, conocer los medios que emplea la competencia para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios, y tener una idea del riesgo que el producto y/o servicio corre de ser o no ser aceptado en el mercado consumidor (Barbosa, s/f).

1.6.23 Segmentación del Mercado

Identifica diferentes categorías de visitantes en los mercados por ejemplo, familias, personas mayores de 60, el mercado de jóvenes menores de 30, etc. Cada una de estas categorías de visitantes tiene diferentes motivaciones y preferencias por lo cual, serán necesarios diferentes tipos de productos y experiencias del turismo para satisfacer las necesidades de estos segmentos (Correa, 2015).

1.6.24 Producto

Kotler (2018) menciona que el producto depende tanto de un bien tangible como intangible como la experiencia, la calidad, el diseño, etc. La transacción es física pero la compra está influenciada por la experiencia. El reto para ofrecer el producto es conocer las necesidades y deseos del cliente.

1.6.25 Precio

Según Kotler (2018) el precio es costo de producción, almacenaje, transporte, etc., de un producto o servicio y como este quiere ser percibido en el mercado.

1.6.26 Plaza

Kotler (2018) afirma que en la actualidad todo se mueve mucho más rápido por lo que no se debe limitar a un espacio físico sino a un espacio global como el internet, donde el reto principal es definir si se va tener una tienda en línea o mediante una cadena física.

1.6.27 Promoción

Con el pasar del tiempo las cosas han ido cambiando, por lo que las alternativas de publicidad están sujetas al marketing digital habiendo dado un giro completo a las formas tradicionales de difusión y promoción del producto, las plataformas y dispositivos toman cada vez más fuerza y sería un error ignorarlos (Kotler, 2018).

1.6.28 Posicionamiento

Es la imagen que ocupa la marca, producto o servicio de una empresa en la mente del consumidor por lo que pueden percibir fácilmente si su oferta es capaz de satisfacerlos (Kotler, García, Bowen, & Makens, 2017).

1.6.29 Estudio de impacto ambiental (EslA)

Según Jiménez (2018) define como “el conjunto de estudios y análisis técnicos que permiten estimar los efectos que la ejecución de un determinado proyecto puede causar sobre el medio ambiente” (p, 57).

Ante esto se deben proponer medidas protectoras y correctoras para reducir los impactos de gran incidencia.

León (2002, como se citó en Soto, 2019) afirma que el EslA es:

Un documento que se somete a consideración de la Autoridad Ambiental como requisito previo a la licencia ambiental para poder ejecutar el proyecto [...] donde se analizan características ambientales existentes en

el área de influencia, se identifican y cuantifican con diferentes grados de exactitud, efectos e impactos originados por las diferentes actividades del mismo proponiendo medidas de mitigación para reducir los impactos de mayor incidencia. (p. 19)

Por lo tanto, un EIA es un documento técnico que presenta el titular de un proyecto para poder ejecutarlo, el cual permite identificar, describir, evaluar y controlar los efectos negativos que el proyecto puede causar al ambiente mediante estrategias de mitigación. La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) está orientado a los impactos provocados por obras o actividades que se encuentran en etapa de proyecto o que no han sido iniciadas con el fin de reducir los impactos negativos.

1.6.30 Impacto Ambiental

Según la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2018) define impacto ambiental como “la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza” (p. 1).

Por lo tanto, se puede hacer énfasis que cualquier modificación que se genere en el medio ambiente ocasionado por el hombre o por la misma naturaleza es llamado impacto.

1.6.31 Tipos de Impactos Ambientales

1.6.31.1 El aprovechamiento de recursos naturales renovables. Tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables, tales como la extracción del petróleo o carbón.

1.6.31.2 Contaminación. Todos los proyectos que producen residuos provocan la emisión de gases a la atmósfera o vierten líquidos contaminantes.

1.6.31.3 Ocupación del territorio. Los proyectos que modifican el territorio por acciones como desmonte, compactación del suelo, etc. (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2018).

1.6.32 Metodologías de Estudio de Impactos Ambientales

Según Erazo (1998, citado en Soto, 2019), las metodologías de EsIA se clasifican generalmente en Métodos Ad-Hoc, Matrices, Listados, Métodos de superposición, Redes, Modelos de simulación, Evaluación cualitativa de los impactos y Métodos integrales. Entre las más utilizadas podemos citar:

1.6.32.1 Matriz de Leopold. Tabla de doble entrada que permite identificar impactos a través de la interacción de los factores ambientales y sociales con las acciones del proyecto, relacionándose así causa-efecto entre acciones e impactos. (Soto, 2019)

Esta es utilizada como un *chec,-list*, donde cada "celda" es sometida a una evaluación de las interacciones entre las acciones y los factores. El desarrollo de la Matriz resulta en una lista amplia de los impactos potenciales, asimismo permite identificar la interdependencia entre los impactos.

1.6.32.2 Método Conesa- Matriz de Importancia. Valora cualitativamente los impactos donde se emplean formas de ponderación para asignar pesos de importancia en cada uno de los impactos o características ambientales, la importancia se expresa en función del grado de incidencia o intensidad de la alteración producida (Soto, 2019).

1.6.33 Medidas de prevención y corrección de impactos ambientales

Es el conjunto de acciones preventivas y/o correctoras en el proyecto con el fin de evitar grandes impactos ambientales negativos en la ejecución de este, para incrementar, mejorar y potenciar los efectos positivos que pudieran existir

para un mejor logro ambiental aprovechando las oportunidades del medio (Armenta, Daniels, Diaz, Jimenez, & Sierra, 2018). Estas acciones permiten asegurar el uso sostenible de los recursos naturales y la protección del ambiente. Entre estas medidas tenemos:

1.6.33.1 Medidas de Prevención. Evitan la aparición del efecto modificando los elementos definitorios de la actividad (Armenta, Daniels, Diaz, Jimenez, & Sierra, 2018).

1.6.33.2 Medidas de Corrección. Estas medidas están dirigidas a anular, atenuar, corregir o modificar las acciones y efectos del proyecto. Persigue la recuperación total o parcial de las condiciones existentes antes del proyecto mediante actuaciones concretas (Jiménez, 2018).

1.6.33.3 Medidas de Compensación. Estas medidas son aplicadas a impactos que no se pueden recuperar ni evitar, por lo que se tiende a compensar de alguna manera la alteración producida en el ambiente (Armenta, Daniels, Diaz, Jimenez, & Sierra, 2018). Esta es aplicada donde ya no es posible implantar medidas correctoras.

1.6.34 Inversión

La inversión total de un proyecto está determinada por los activos fijos y el capital de trabajo. Es el valor con el cual se planea empezar un negocio y el cual cubrirá todos los gastos de un periodo inicial.

1.6.35 Clasificación de los activos fijos

1.6.35.1 Activos Fijos Tangibles. Son todos los bienes adquiridos y/o construidos que se usan para la producción de otros bienes o servicios, donde su vida útil es mayor al año.

1.6.35.2 Activos Fijos Intangibles. Son aquellos que participan en la operación del proyecto, pero no tienen sustancia física. Por ejemplo, estudios,

patentes, permisos, derechos de autor, marcas registradas, etc. (Pérez & Olgúin, 2018).

1.6.36 Capital de trabajo

Saucedo (2019) define como capital de trabajo a la diferencia resultante de disminuir del activo a corto plazo el pasivo a corto plazo. También menciona que el capital de trabajo integra cuatro elementos financieros: 1) efectivo y equivalentes, 2) cuentas por cobrar, 3) inventarios y 4) cuentas por pagar. El propósito de auditar el capital de trabajo es aumentar el grado de confianza de los usuarios del componente financiero.

1.6.37 Estados Financieros

De acuerdo a Sevilla (2015), los estados financieros también son denominados cuentas anuales, informes financieros o estados contables que son el reflejo contable de una empresa donde se plasman las actividades económicas que realizan durante un determinado periodo. Entre las más conocidas tenemos:

1.6.37.1 Balance de situación. Documento contable que informa la situación de la empresa, presenta sus derechos y obligaciones, así como su capital y reservas. Dentro de este se muestra el activo, el pasivo y el patrimonio.

1.6.37.2 Estado de resultados. Compara los ingresos con los costes de la empresa y muestra si ha habido beneficios para pagar dividendos. Dentro de este se muestran los ingresos y gastos.

1.6.37.3 Estado de cambios en el patrimonio neto. Muestra las variaciones en las entradas y salidas de las operaciones empresariales entre el inicio y final del periodo que generalmente es un año.

1.6.37.4 Estado de flujos de efectivo. Muestra las fuentes, regularidad y uso del efectivo de la empresa. Muestra el efectivo neto generado por las

operaciones, permitiendo analizar la situación de la empresa ya que refleja su liquidez (Sevilla, 2015).

De acuerdo a Ortiz & Ortiz (2018) indican que el flujo de efectivo es “un estado financiero que presenta, de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un período determinado de tiempo. Y la situación del efectivo al final del mismo período” (p. 5).

Por lo tanto, el flujo de efectivo es un método que utilizan los administradores financieros para saber si las empresas cuentan con fondos necesarios para realizar sus operaciones. Este puede ser preparado para periodos de un año, un mes, un semestre, etc., teniendo en cuenta que si es más corto el período, serán más precisos los resultados.

1.6.38 Flujo de Caja Libre

Para la evaluación del inversionista, además de las actividades propias de la operación, se incluye la financiación la cual está repartida en deuda bancaria y aporte de los inversionistas, es decir el valor del capital inicial, los préstamos y el pago del mismo en término de capital e intereses. Al terminar este flujo de caja se deben haber pagado las obligaciones financieras (Ortiz & Ortiz, 2018).

Según los autores Ortiz & Ortiz (2018) el flujo de caja es utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. Permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión. Los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio.

1.6.39 Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN)

De acuerdo a los autores Ortiz & Ortiz (2018) el VAN o VPN representa:

En la evaluación del proyecto sin financiación, es la suma de los ingresos del flujo de caja libre operacional traídos a valor presente, y descontada la inversión inicial del mismo. En otras palabras, el VPN es la expresión en valores monetarios de la diferencia entre la TIR y la WACC.

En la evaluación del proyecto con financiación, es la suma de los ingresos del flujo de caja libre traídos a valor presente y descontado la inversión inicial, la cual ya está en valor presente. En otras, palabras, el VPN es la expresión en valores monetarios de la diferencia entre el TIR y la TIO. (p. 63)

El inconveniente que puede presentar VAN es la determinación de la tasa de descuento que es la tasa que permite actualizar los flujos de caja proyectados a futuro y traerlos al momento actual mediante el método de cálculo de esta tasa WAAC Costo de capital promedio ponderado (Weighted Average Cost of Capital) (Sanz, 2019).

Por lo tanto, es el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros de cada año, es decir, traer al presente los flujos de caja esperados. Se obtiene el valor neto entre el valor presente de los ingresos y el valor presente del capital invertido. Es muy importante para realizar la evaluación de proyectos y decidir si un proyecto se aprueba o rechaza. Si el VAN es mayor a cero el proyecto es rentable, si es igual a cero la inversión no generará beneficios ni pérdidas, y si el VAN es inferior a cero el proyecto generará pérdidas.

1.6.40 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Ortiz & Ortiz (2018) mencionan que:

La TIR indica la rentabilidad anual de un proyecto o inversión. Mide la rentabilidad de los recursos que se mantienen dentro del proyecto. Se calcula trayendo a valor presente todos los valores del flujo de caja libre operacional desde el año 1 hasta el año 11 y restando a ese resultado el valor de la inversión inicial (año 0). Si el resultado de la TIR es superior a

la tasa TIO, indica que la rentabilidad del proyecto es aceptable. Pero si el resultado de la TIR es inferior a la tasa TIO, en principio el proyecto no es aceptable. (p. 62)

Por lo tanto, la TIR es una herramienta que permite evaluar una inversión, se utiliza para decidir sobre la aceptación de un proyecto la cual se compara con la tasa de descuento indicada en el VAN. Si la TIR es mayor el proyecto es aceptado ya que la rentabilidad de este es mayor al rendimiento mínimo para la inversión.

1.6.41 Punto de Equilibrio

Es el punto en el que los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta del producto. Aquí se establece la rentabilidad de la venta de un producto, es decir, se establece un punto en el que la empresa no obtiene beneficios ni pérdidas por la venta de dicho producto (Robles, 2015).

Según Robles (2015) existen dos puntos de equilibrio generalmente:

1.6.41.1 Punto de equilibrio económico. Sirve para determinar el precio, debido a que es el punto donde se juntan los oferentes (compradores) y demandantes (vendedores) y se ponen de acuerdo en el precio del bien.

1.6.41.2 Punto de equilibrio financiero. Se utiliza para fijar objetivos con relación a las ventas, y que se puedan solventar todos aquellos gastos y costos que existen en la empresa, ya sean costos fijos o variables, de producción o de operación. (p. 44)

1.6.42 Estudio técnico

Según Barbosa (s/f) menciona que:

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea (funcionamiento y operatividad del proyecto). Verificar la posibilidad técnica de la

fabricación del producto que se pretende, y analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción. (p. 19)

Por lo que, el aspecto técnico operativo del proyecto comprende todo aquello relacionado con el funcionamiento y la operatividad del mismo. Donde se establecen parámetros técnicos a seguir para el funcionamiento y control adecuado del proyecto.

1.6.43 Población

Según Barbosa (s/f) la población es “el conjunto de elementos o individuos que reúnen las características que se pretenden estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita, y cuando no se conoce su número, de población infinita” (p. 30), por lo tanto, es el conjunto de individuos, los cuales son de gran importancia para realizar estudios optimos si estas obtiene las caraterísticas necesarias para ello.

1.6.44 Muestra

Barbosa (s/f) menciona que es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, los cuales son un subconjunto de la población con el fin de que se puedan generalizar a la población los resultados obtenidos en la muestra.

1.6.45 Muestreo

Según Barbosa (s/f) se puede citar algunos tipos de muestreo como:

1.6.45.1 Muestreo Probabilístico. Todos los individuos de la población tienen igual probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, asegurando su representatividad.

1.6.45.2 Muestreo No probabilístico. Barbosa (s/f) menciona que “los elementos de la muestra se seleccionan siguiendo criterios determinados siempre procurando la representatividad de la misma” (p. 31).

Esta obtiene muestras sin que todos los individuos de la población tengan iguales posibilidades de ser elegidos, por ejemplo, puede ser por las posibilidades económicas.

1.6.45.3 Muestreo aleatorio simple. Donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Este es más recomendable, pero es más difícil de llevarse a cabo, por lo tanto, es más costoso. Para esta se requiere tener una lista de todos los individuos que integran la población investigada y utilizar tablas de números aleatorios. Este tipo de muestreo selecciona un grupo de sujetos llamada muestra para el estudio de un grupo más grande que es la población.

1.6.45.4 Muestreo aleatorio sistemático o estratificado. Según Barbosa (s/f) menciona que para este muestreo “se elige un primer elemento del universo y luego se van escogiendo otros elementos igualmente espaciados a partir del primero. Consiste en dividir la población en n estratos, compuestos por las primeras k unidades y así sucesivamente” (p. 34).

1.6.45.5 Muestreo aleatorio por conglomerado. La población se integra por grupos específicos, donde el muestreo se hace seleccionando en forma aleatoria algunos conglomerados dentro del conjunto total y analizando a la población a partir de esos elementos seleccionados.

1.6.45.6 Muestreo causal o incidental. Este tipo de muestreo selecciona directa o indirectamente a los elementos de la muestra por lo que es de forma

simple, por ejemplo, cuando un profesor universitario frecuentemente utiliza sus estudiantes para integrar muestras (Barbosa, s/f).

1.6.46 Cálculo del tamaño de la muestra

Se ha afirmado que para determinar el tamaño de la muestra hay que tomar en cuenta varios aspectos, relacionados con el parámetro (evaluar la calidad de un grupo de estudiante) y estimador (promedios obtenidos), el error muestral, el nivel de confianza, entre otros (Barbosa, s/f). A continuación se muestran algunos factores:

1.6.46.1 Tamaño de la población. Es la cantidad total de personas en el grupo que se desea estudiar u del cual se sacará la muestra.

1.6.46.2 Error muestral. Existe siempre una pérdida de la representatividad al momento de escoger los elementos de la muestra. Para ello, la naturaleza de la investigación indicará hasta qué grado se puede aceptar.

1.6.46.3 Nivel de confianza. Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad; es decir, que este dentro de un intervalo basado en el estimador y que capte el valor verdadero del parámetro que se va a medir (Barbosa, s/f).

1.7 Fundamentación legal

Tabla 1

Esquema Fundamentación Legal

Norma	Artículos	Fundamentación
Constitución de la República del Ecuador	<p>Art. 281.- La soberanía alimentaria</p> <p>3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.</p> <p>Art. 13.- Reconoce y garantiza el derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos.</p> <p>Art. 24 y 66.- Derecho a una vida digna que asegure el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento.</p>	<p>Dentro de la hacienda se brindará alimentación saludable, mediante cultivos con elementos orgánicos, por el cual estos artículos sustentan al momento de poner en ejecución el emprendimiento pues se brindará a los turistas alimentos de calidad sin la utilización de químicos. Además, el disfrute de los servicios complementarios que generan el derecho al ocio y descanso de las personas.</p>

Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria	<p>Art. 14. Fomento de la producción agroecológica y orgánica.</p> <p>Art. 17.- Leyes de fomento a la producción agroalimentaria.</p>	Estos artículos sustentan al momento de tener huertos orgánicos donde no se haga el uso de químicos con el fin de fomentar la producción agroecológica y por ende los turistas consuman productos naturales.
Reglamento general de la ley de turismo	Art. 42 y 43.- Actividades turísticas y definición de las actividades turísticas.	Dentro de la hacienda no solo se brindará el alojamiento, sino también servicios complementarios que permitirán el disfrute de diferentes actividades turísticas por parte de los turistas.
Reglamento de alojamiento turístico	<p>Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura</p> <p>d) Hacienda Turística (HA)</p> <p>c.2. Hacienda turística.</p> <p>Art. 13 y 15.- Categorías según la clasificación de los establecimientos y requisitos obligatorios de categorización.</p>	La hacienda turística si está reglamentada y documentada dentro del reglamento de alojamiento turístico, por el cual su implementación no tendrá problemas al momento de nombrarlo o categorizarlo, pues cumple con los requisitos indispensables para

Art 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.

ser una hacienda turística cómoda y novedosa para el visitante.

Art. 16.- Requisitos de categorización y categoría única.

Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y las futuras generaciones.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural.

El proyecto se vincula con estos objetivos ya que la hacienda turística se enfocará en temas ambientales, específicamente en producir cultivos con productos orgánicos que de cierta forma eviten la utilización de químicos que dañan al ambiente, se implementará recorridos donde se explicará el funcionamiento de este tipo de cultivos como charlas para incentivar a que los turistas se motiven a realizar este tipo de prácticas. También se tomará en cuenta a las personas de la parroquia para incentivarles a la realización de este tipo de cultivos mediante proyectos sociales, con ello para adquirir también lo que producen las personas en sus huertos con el fin de que los habitantes

se beneficien económicamente de los ingresos de turistas.

Nota. En Este cuadro se muestran todas las normativas que se han tomado en cuenta para la elaboración del proyecto, cuyos artículos tienen referencia a la temática planteada. Elaborado por la autora, 2020.

CAPÍTULO II.

2. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de este capítulo se analizarán varios aspectos importantes que fueron tomados en cuenta para la recolección de datos como, el tipo de investigación, tipo de muestreo e instrumentos utilizados para obtener información necesaria para el estudio de mercado, posterior a ello se analizarán los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas para conocer la oferta y demanda existente en el lugar, con ello se tendrá una visión más clara de lo que necesita y desea el target, lo que es más demandado en el mercado para adaptar el producto a los gustos del consumidor, con el fin de satisfacer sus expectativas mediante un ambiente innovador y único el cual lo diferencie de la competencia.

Se realizará el análisis de la oferta mediante el inventario de atractivos turísticos del sector, la infraestructura turística y los servicios que se ofertan a la demanda, la proyección de la competencia se la realizará mediante el ingreso de turistas anuales a los establecimientos de la competencia. El análisis de la demanda y proyección de esta también serán mostrados en este capítulo donde se conocerá cual es la demanda insatisfecha y posterior a ello el porcentaje que se pretende captar de aquella demanda la cual es la demanda objetiva, cuyos turistas a quienes se puede satisfacer sus necesidades y deseos.

2.1 Diseño de la investigación de mercado

2.1.1 Tipo de investigación

Para el desarrollo de la investigación de mercado se usó la investigación descriptiva para la recolección de datos, ya que el principal objetivo de este tipo de investigación es describir las características o funciones del mercado al cual se va direccionar el estudio (Mejia, 2020).

Este tipo de investigación ayudará a obtener datos necesarios de todos los aspectos a tomar en cuenta para el estudio de mercado, como conocer el mercado consumidor y sus preferencias, conocer a los proveedores de bienes y

servicios turísticos existentes en la zona como también conocer a la competencia.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

El tipo de muestreo utilizado para recoger los datos que forman la muestra es, el muestreo probabilístico ya que este permite que todos los individuos de la población tengan igual probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, asegurando así su representatividad.

Dentro de este tipo de muestreo se ha seleccionado el método aleatorio simple el cual permite a todos los elementos que forman el universo la misma probabilidad para ser seleccionados en la muestra. El proceso que emplea este método es equivalente a hacer un sorteo entre los individuos del universo para obtener la muestra que le permita estudiar a un grupo más grande que es la población (Ochoa, 2015).

Existe una falta de información sobre la llegada de turistas de los dos últimos años por lo que se ha tomado en cuenta los turistas que llegaron al cantón en el año 2018 con un total de 432,609 turistas, con los que se realizó el cálculo del tamaño de la muestra considerando el 95% del nivel de confianza y el 5% del margen de error, que corresponde un total de 384 encuestas a realizar (GEOVIT, 2018).

2.1.2.1 Cálculo del tamaño de la Muestra.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

- **N:** tamaño de la población.
- **Z:** nivel de confianza.

- **e:** margen de error (porcentaje expresado con decimales)
- **P:** probabilidad de éxito, o proporción esperada
- **(1-P):** probabilidad de fracaso.

Aplicación de la fórmula:

- Tamaño de la población 432,609
- Nivel de confianza 95 %
- Margen de error 5%
- Tamaño de la muestra 384

2.1.3 Instrumentos de recolección

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos que permitan obtener información útil para determinar la factibilidad del proyecto turístico planteado dentro de la parroquia de Monte olivo son:

2.1.3.1 La Encuesta. Es un instrumento de investigación que contiene una serie de preguntas junto con las posibles respuestas o preguntas abiertas donde el encuestado debe dar sus respuestas. Las cuales se formulan en un orden definido y son aplicadas personalmente o enviadas por medios digitales, generalmente se utilizan las preguntas cerradas (QuestionPro, 2020).

Estas fueron dirigidas a los turistas con el fin de identificar los posibles segmentos de mercado al cual se va direccionar el emprendimiento turístico. La aplicación de las encuestas se realizó con el uso del formulario *forms*, los cuales se enviaron por canales digitales a habitantes de las ciudades de Ibarra, Quito, Tulcán, Cayambe, y otros, que cabe mencionar que al haber realizado este tipo de encuestas tuvo mayor acogida el público joven puesto que las personas mayores de los 40 años tienden a utilizar estas herramientas en menor cantidad.

2.1.3.2 La Entrevista. Es una técnica de recolección de datos a través de una conversación directa o formal y a profundidad entre el entrevistado y entrevistador, donde su principal característica es que las respuestas sean de manera oral donde el entrevistador hace apuntes de ello. Este puede ser de forma física o a través de medios digitales, generalmente las entrevistas utilizan preguntas abiertas (QuestionPro, 2020).

Se aplicó la entrevista telefónica, la cual fue direccionada a la competencia que oferta actividades de agroturismo (agroecología) y de turismo rural, con el fin de conocer cómo estas se manejan y posterior a ello conocer sus debilidades y fortalezas que de cierta forma ayuden en el desarrollo del emprendimiento donde se implanten servicios innovadores que lo diferencien de la competencia y logren llamar la atención del mercado consumidor, para lo cual se realizó entrevistas similares para ejecutarlas por medios digitales.

2.1.4 Tabulación

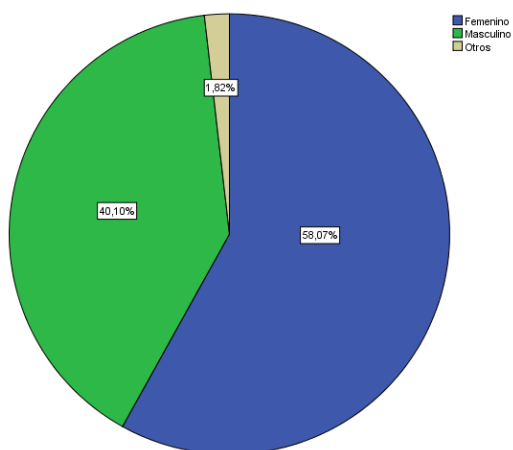
Los turistas quienes colaboraron con el llenado de las encuestas ayudaron a conocer mediante una información acertada el segmento de mercado a quienes se debe dirigir el emprendimiento con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, ya que de ellos depende si el emprendimiento se desarrollará de una forma adecuada en el mercado o no será bien acogido. También se ha realizado las entrevistas a los establecimientos considerados como la competencia.

Para esto se han planteado algunas preguntas las cuales han proporcionado datos relevantes a tomar en cuenta para el desarrollo del presente proyecto, como se verá a continuación, los gráficos estadísticos con sus respectivos análisis, y las tablas de los datos de la competencia con información obtenida.

2.1.4.1 Información obtenida de las encuestas.

Figura 1

Género



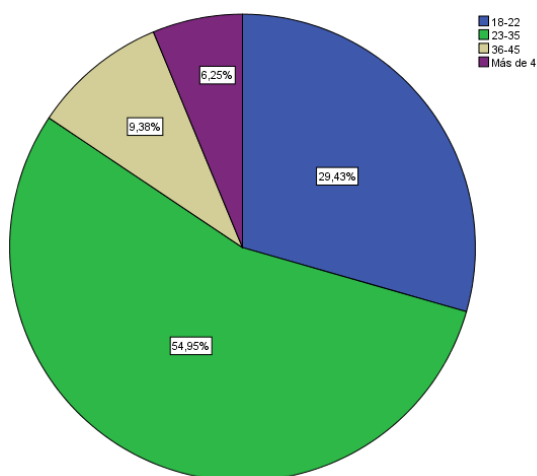
Nota. Se muestran los porcentajes de género resultantes de las encuestas realizadas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Según los datos arrojados en las encuestas el mayor porcentaje de personas corresponde al género femenino con un 58,07% debido a que últimamente las mujeres están tomando mayor fuerza en diferentes campos por ende también en las actividades turísticas donde ya se observan viajes con mujeres frecuentemente, seguido del género masculino con un 40.10% en un porcentaje menor pero sin mostrar gran diferencia con el género femenino por lo que los dos lideran en su mayoría y como última opción la opción "Otros", siendo este último el de menor porcentaje.

Figura 2

Edad



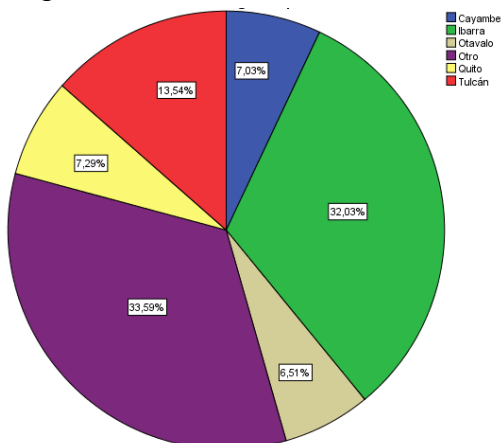
Nota. Porcentajes de edad. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

De acuerdo a los resultados de las encuestas se tiene un elevado porcentaje de personas con 23-35 años de edad con un 54.95%, siguiéndole las personas de 18-22 años con un 29.43%, en menor cantidad las personas de 36-45 años y las personas de más de 45 años, por lo tanto es importante crear una variedad de servicios enfocados a diferentes grupos de personas con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los mismos.

Figura 3

Lugar de Procedencia



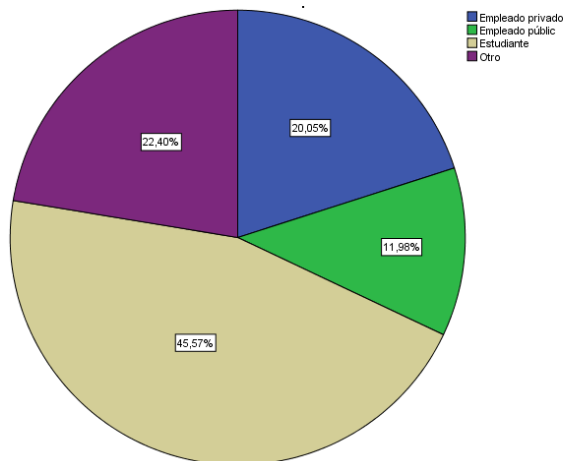
Nota. Porcentajes del lugar de procedencia. Elaborado por la autora en SPSS.

Análisis

Según los datos recolectados, se puede determinar que el lugar de mayor procedencia de las personas encuestadas es la opción “otros” con un 33,59%, que menciona a lugares diferentes a los que se ha tomado en cuenta como opciones principales, seguido de ello sin mostrar una gran diferencia se puede determinar las personas procedentes de Ibarra con un 32.03% y Tulcán con un 13,54%, y con porcentajes menores personas provenientes de Quito, Cayambe y Otavalo, por lo que se concluye que la oferta debe enfocarse a prestar servicios variados para todas las personas cercanas o lejanas al lugar del emprendimiento

Figura 4

Ocupación

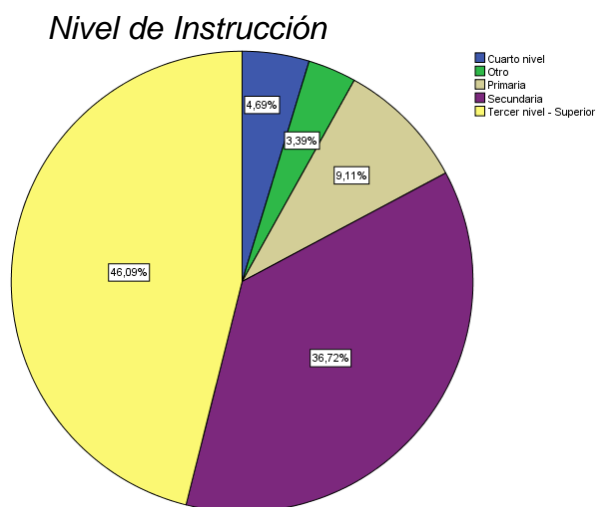


Nota. Porcentajes de ocupación de los encuestados. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Los datos obtenidos han determinado que las encuestas realizadas pertenecen en su gran mayoría a estudiantes con un 45.57%, seguido de personas que se dedican a realizar otras actividades con un 22.40% y trabajar como empleados privados con un 20.05%, siendo los de menor porcentaje los empleados públicos, entonces, para determinar el mercado a cual irá dirigida la oferta se deberá tomar en cuenta los gustos y deseos que poseen estos segmentos para ajustar la oferta a sus necesidades, y que formen parte de ello personas que se dediquen a diferentes tipos de ocupaciones capaces de pagar un valor adecuado por los servicios ofertados.

Figura 5



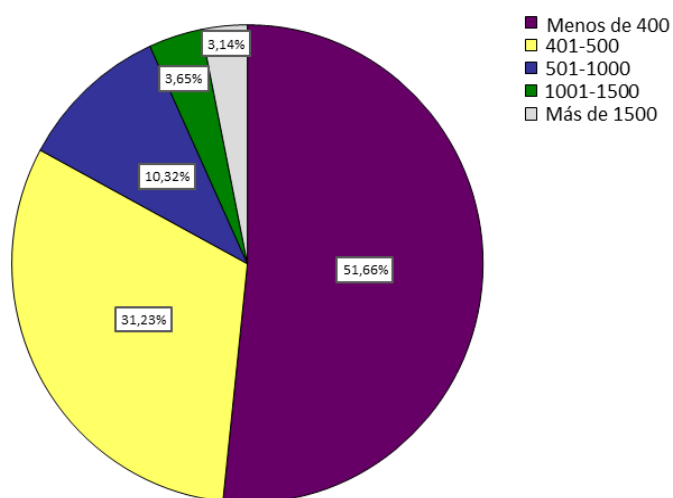
Nota. Se muestran los porcentajes de nivel de instrucción resultantes de las encuestas realizadas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Los datos obtenidos arrojan que el mayor porcentaje de encuestados con un 46,09%, son personas que están cursando o tienen un título de tercer nivel superior quienes se asume que estudian y parte de ellos trabajan los cuales buscan encontrar nuevas oportunidades e incursionar nuevos sitios turísticos. Seguido de ello con un porcentaje igual de significativo se tiene que el 36,72% pertenece al nivel secundario quienes generalmente estudian y parte de ellos han terminado sus estudios en ese nivel, y con porcentajes menores que no poseen una gran diferencia entre sí se tiene que, son personas con un nivel de instrucción primaria, de cuarto nivel y otros que de alguna manera influyen también en la selección del segmento por lo que se les debe tomar en cuenta dentro del emprendimiento pues todos son importantes para el desarrollo del mismo.

Figura 6

Nivel de Ingresos Mensuales



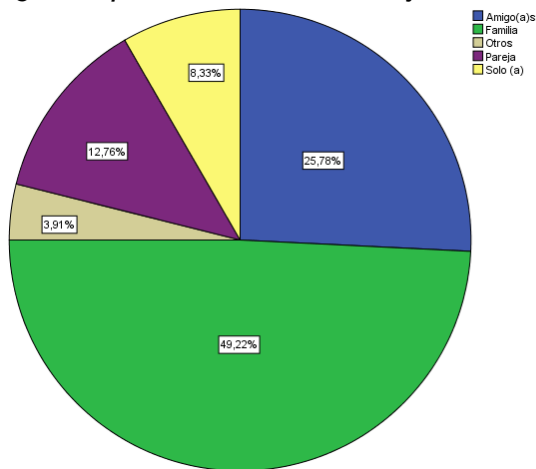
Nota. Se muestran los porcentajes de nivel de ingresos mensuales resultantes de las encuestas realizadas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017) en el Ecuador el ingreso promedio mensual es \$ 892,20 dólares, sin embargo, según los resultados obtenidos las personas encuestadas tienen en su mayoría un sueldo menor a \$ 400 dólares con un 51,66% debido a que muchos de los encuestados corresponden a estudiantes quienes aún dependen de su familia para estudiar, otros trabajan, pero no superan este valor. Seguido de ello tenemos las personas que ganan entre los \$ 401 a \$ 1000 con el 41,55% que corresponden a personas que ya estarían trabajando de manera estable en el ámbito público o privado, los demás porcentajes son muy bajos, pero corresponden a personas que superan los 1000 dólares quienes por sus ingresos ya son personas profesionales o jubilados.

Figura 7

¿Con quién Realiza sus Viajes de Turismo?



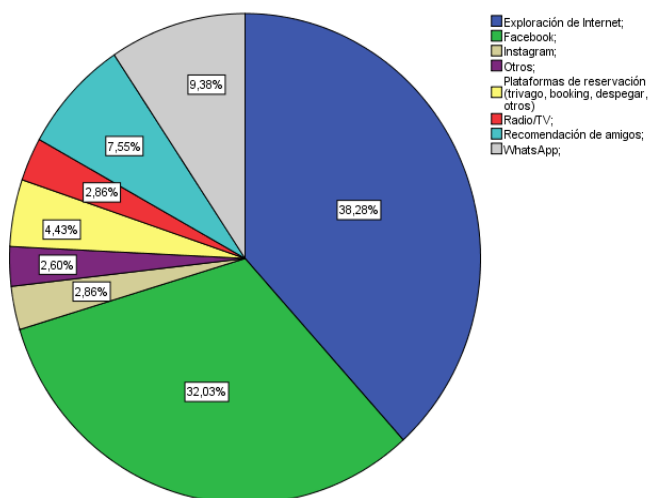
Nota. Porcentajes sobre la preferencia de compañía para realizar viajes.

Análisis

Los datos muestran que la mayoría de los encuestados realizan sus viajes con familiares en un 49,22% siendo un porcentaje significativamente elevado, seguido de ello con amigos con un 25,78%, y con porcentajes bajos, pero igualmente importantes las opciones de: pareja, solo y en compañía de otros. La mayoría se basa en familiares y amigos debido a que son quienes se encuentran cerca y con los cuales organizan viajes para divertirse y olvidar la rutina.

Figura 8

¿Cuál es el Canal más Apropiado para Ud. para Recibir Información y Promociones Turísticas?



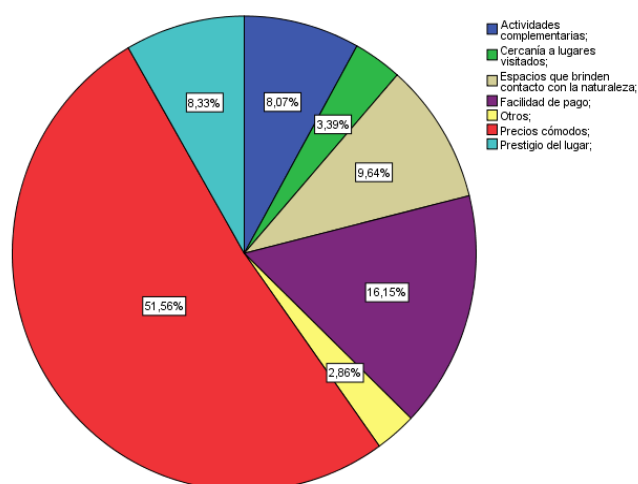
Nota. Canal apropiado por el cual reciben información turística los encuestados.

Análisis

Los datos de las encuestas arrojan que el principal canal para recibir información acerca de los lugares turísticos y promociones turísticas en su gran mayoría son: exploración de internet con un 38,28% y Facebook con 32,03% debido a que son medios muy conocidos y frecuentados actualmente, pues muchas personas hoy manejan la tecnología para cualquiera de sus actividades. Seguido de ello con porcentajes menores pero significativos se tiene que los encuestados buscan información turística a través de Instagram, plataformas de reservación, radio-TV, WhatsApp, recomendación de amigos y otros. Cabe recalcar que la tecnología es notablemente preferencial ya que buscar información acerca de paquetes y promociones turísticas les resulta fácil debido a que pueden contactarse de forma directa con las personas encargadas del lugar e informarse de todo lo que requieren.

Figura 9

¿Cuál es el Aspecto más Importante para Decidir Seleccionar un Establecimiento de Alojamiento en sus Viajes?



Nota. Se muestran los porcentajes sobre la preferencia para seleccionar un establecimiento de alojamiento. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

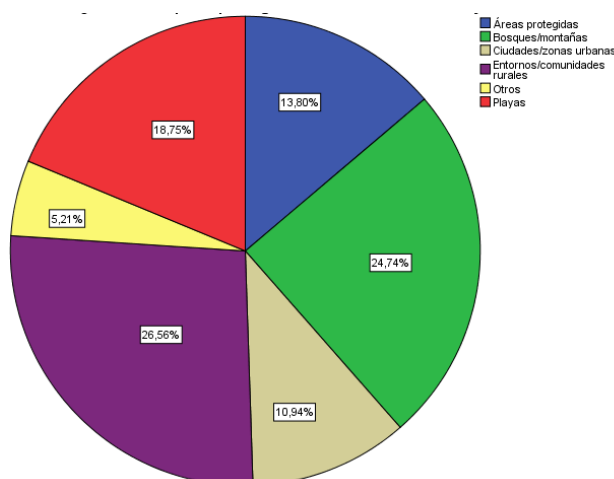
Análisis

La mayoría de los encuestados concuerdan con un porcentaje muy elevado que los aspectos para seleccionar un lugar oportuno de alojamiento

turístico son los precios cómodos con un 51,56% ya que los turistas al ver que se les cobran un precio justo y los servicios son de buena calidad no van a dudar en volver, seguido de ello con un porcentaje menor correspondiente a 16,15% los encuestados han seleccionado como aspecto importante las facilidades de pago que de cierta forma se ajusten al turista y les genere confianza. En menor porcentaje prefieren alojarse en espacios que brinden contacto con la naturaleza, prestigio del lugar, actividades complementarias, cercanía de lugares a visitar y otros aspectos, estas preferencias se deben tomar en cuenta para que los turistas lleguen al establecimiento y se sientan cómodos y satisfechos.

Figura 10

¿Cuál fue el Principal Lugar Visitado en su Último Viaje Turístico?



Nota. Se muestran los porcentajes sobre el principal lugar visitado de los encuestados. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

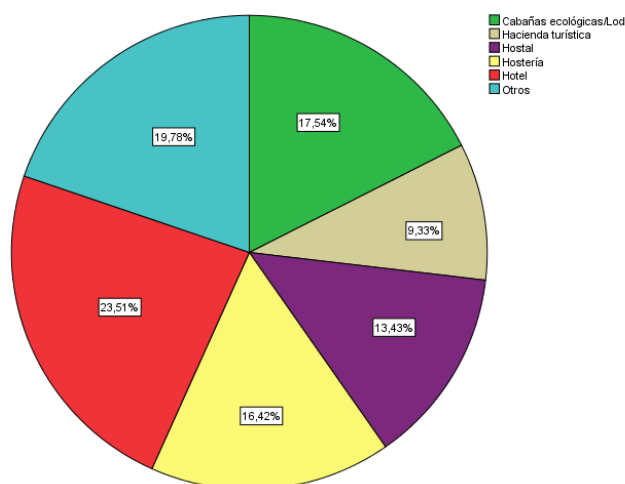
Análisis

Según los datos recolectados, los encuestados mencionan que los principales lugares visitados en su último viaje turístico son: entornos/comunidades rurales con un 26,56% sin diferenciarse de la respuesta bosques/montañas con un 24,74% debido a que muchos de los encuestados tienen preferencias por estos sitios alejados de la ciudad ya que pueden tener contacto con la naturaleza y por ende poder disfrutar de manera tranquila con

sus seres queridos. En menor porcentaje, pero con gran significancia de igual manera las opciones que muestran lugares como: playas, áreas protegidas, ciudades/zonas urbanas y otros sitios, por lo que es evidente que la mayoría de los encuestados si disfrutarían de visitar el emprendimiento el cual estará ubicado en una zona rural.

Figura 11

¿En qué Tipo de Establecimiento se Hospedó en su Último Viaje Turístico?



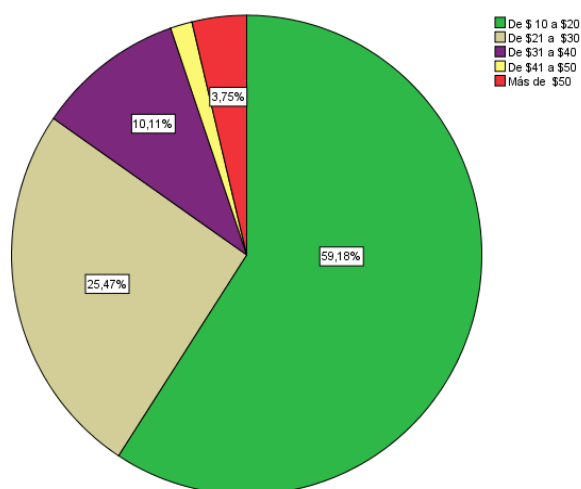
Nota. Se muestran los porcentajes sobre la preferencia de alojamiento resultante de las encuestas realizadas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Según los datos recolectados la mayoría de los encuestados respondieron sobre el tipo de establecimiento en el que se hospedaron en su último viaje turístico, con un 23,51% la opción hoteles debido a que estos son establecimientos muy conocidos los cuales se encuentran en casi todos los lugares y por ende brindan servicios comunes para el visitante por lo que es preferido. En un porcentaje de 19,78% muestra que los turistas se han hospedado en otros establecimientos diferentes a los propuestos, con porcentajes similares se tiene preferencia por cabañas ecológicas/lodge, hosterías y hostales. Mientras que, con un porcentaje bajo las haciendas turísticas, por lo que se puede entender que estos establecimientos no son muy conocidos o no existen en gran cantidad por ello se los debe potencializar ya que cuentan con una riqueza en el ámbito cultural, natural, agropecuario, etc.

Figura 12

¿Cuánto Pagó por Persona en el Establecimiento Seleccionado en la Anterior Pregunta?



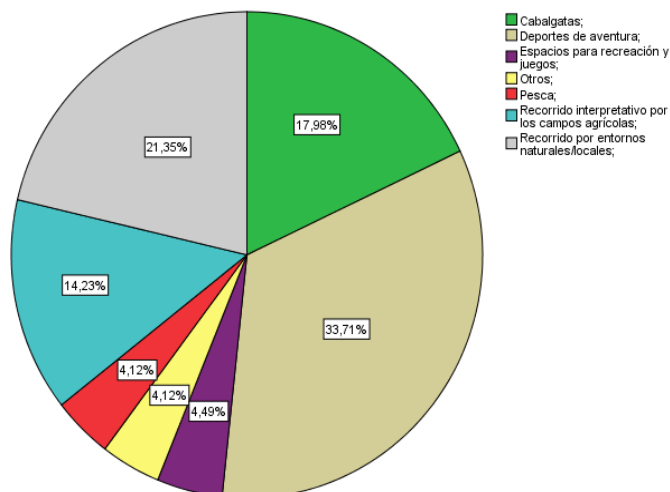
Nota. Se muestran los porcentajes relacionados con el pago realizado por el servicio de hospedaje. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Las encuestas arrojan que la mayoría de los turistas están dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento \$ 10 a 20 dólares por persona con un 59,18% debido a que generalmente son precios cómodos que van de acuerdo a su alcance, además les satisface el servicio principal que es descansar. Seguido de ello los encuestados están dispuestos a pagar un promedio de \$21 a \$40 dólares con un 35,58% por el servicio de alojamiento y con un porcentaje menor están dispuestos a pagar más de \$ 40 dólares. Aquellos que pagaron superior al valor promedio son porque buscan servicio de alojamiento más cómodo e incluso donde se les brinde actividades y/o servicios complementarios que permitan su disfrute y relajación.

Figura 13

En una Hacienda Turística como Establecimiento de Alojamiento en Zonas Rurales ¿Cuál de las Sigüientes Alternativas de Servicios Considera de su Mayor Preferencia?



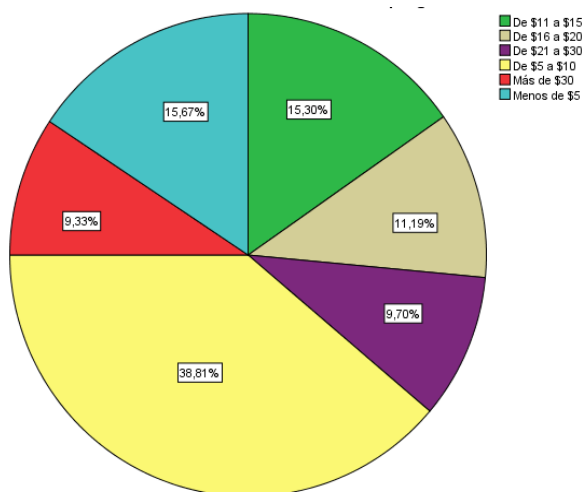
Nota. Se muestran los porcentajes de preferencia de servicio en una hacienda turística resultantes de las encuestas realizadas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Según la mayoría de los encuestados los servicios que consideran de su mayor preferencia en las haciendas turísticas como un establecimiento de alojamiento son los deportes de aventura con un porcentaje significativo de 33,71% debido a que muchos de los encuestados tienen capacidad de realizar esta actividad y disfrutar de un ambiente lleno de adrenalina, otros de los servicios que se encuentran con un alto porcentaje de 21,35% son los recorridos por entornos naturales locales que son preferidos al igual que las cabalgatas con un 17,98%. En un porcentaje menor pero que no denota gran diferencia al porcentaje de cabalgatas, se puede evidenciar que una de las actividades también preferidas por un cierto número de personas es que exista un recorrido interpretativo por los campos agrícolas que les permita conocer cómo se desarrolla la actividad agrícola dentro del lugar y en porcentajes muy bajos prefieren la pesca, espacios de recreación y otras actividades.

Figura 14

¿Cuánto Considera como Precio Adecuado para Pagar por la Actividad que Seleccionó en la Anterior Pregunta?



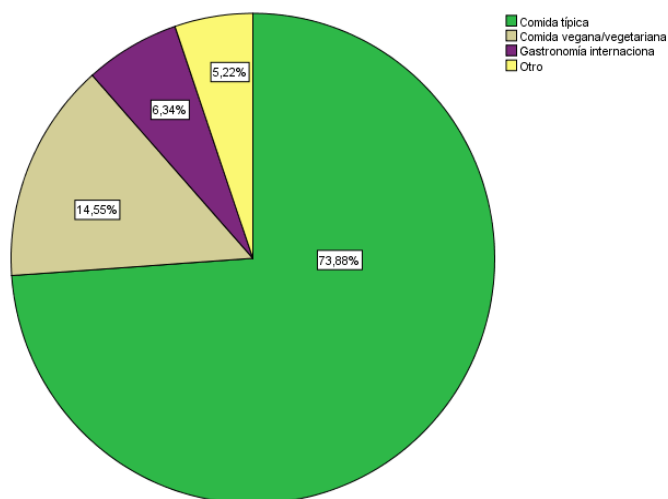
Nota. Se muestran los porcentajes relacionados con el pago que consideran conveniente por los servicios de una hacienda turística. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

Muchos de los encuestados prefieren precios cómodos para pagar por las actividades turísticas que brinda una hacienda turística puesto que la mayoría pagaría valores que van de \$ 5 a 10 dólares esto debido a que los turistas consideran un precio justo, seguido de ello consideran preciso pagar menos de \$5 dólares con un 15,67% de acuerdo a su alcance, similar a este último porcentaje aquellos que están dispuestos a pagar de \$11 a \$15 dólares con un 15,30% y con un porcentaje minoritario aquellos que estarían dispuestos a pagar más de \$16 dólares. Con esto se puede concluir que la mayoría de los encuestados si pagarían valores superiores a los \$ 5 dólares según su alcance y consideración de las actividades que desarrollarían dentro del lugar, además teniendo en cuenta que no solo realizarán una de las actividades seleccionadas, sino que tendrán otras que las complementen, con el fin de lograr un disfrute y satisfacción de los turistas.

Figura 15

¿Qué Tipo de Gastronomía es de su Mayor Preferencia para Consumir en un Establecimiento de Alojamiento?



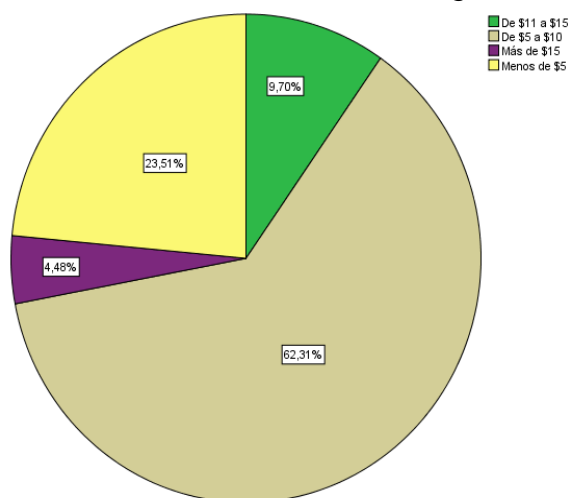
Nota. Se muestran los porcentajes relacionados con gastronomía preferida resultado de las encuestas. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

La mayoría de encuestados indican en un porcentaje muy significativo de 73,88% que prefieren consumir comida típica dentro de un establecimiento de alojamiento, por lo que se debe ajustar al emprendimiento este tipo de alimentos para lograr una satisfacción de los turistas, además, también tomar en cuenta las otras preferencias como es la comida vegetariana aunque este es significativamente minoritario con un 14,55% sin dejar de lado aquellos que cuentan con porcentajes muy bajos pero igual de importantes las preferencias por la gastronomía internacional y otro tipo de gastronomía. Para ello se debe brindar variedad de platos que cuenten con características únicas donde el turista lo vea llamativo y pueda escoger a su gusto lo que desea consumir.

Figura 16

¿Cuánto Considera como Precio Adecuado para Pagar por el Tipo de Comida Seleccionado en la Anterior Pregunta?



Nota. Se muestran los porcentajes relacionados con la disposición de pago por la gastronomía preferida. Elaborado por la autora a partir del SPSS.

Análisis

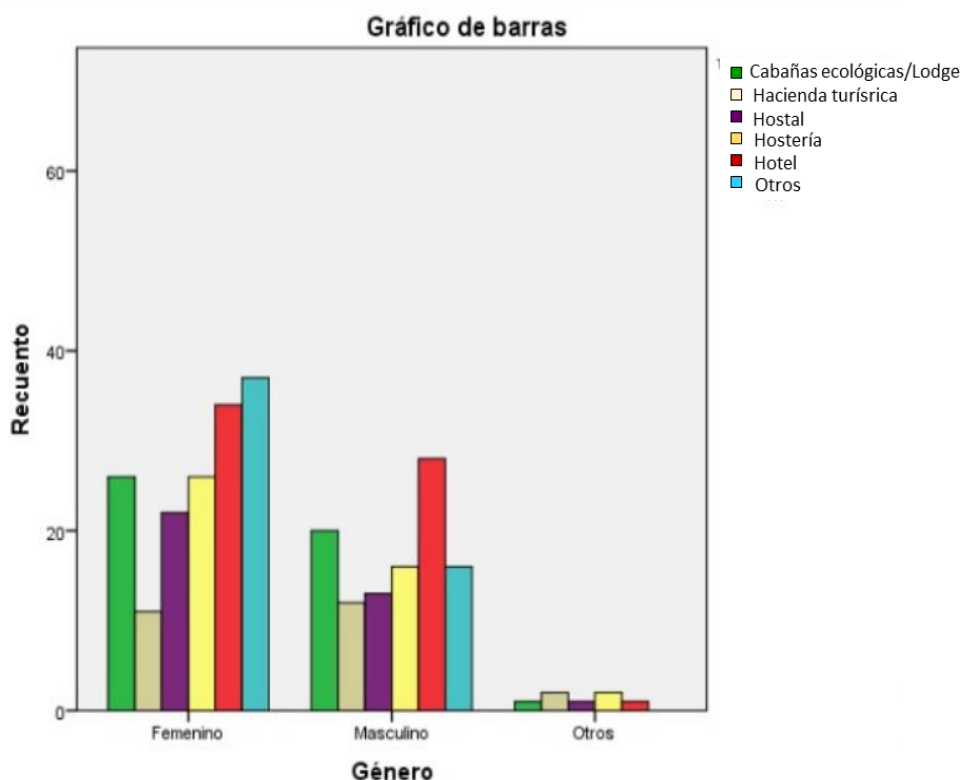
Los datos recolectados arrojan que más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a pagar por los alimentos que seleccionaron anteriormente un precio de \$ 5 a 10 dólares con un 62,31% y con un 23,51% un precio menor a \$5 dólares dado a notar que estos son los precios a los que se ajustan los turistas por lo que el emprendimiento debe contar con platos variados los cuales tengan precios diferenciados al alcance de cada bolsillo, principalmente basándose en lo que opinan los encuestados para una buena acogida del servicio. En porcentaje de 14,18% pero igual de significativo se tiene que estarían dispuestos a pagar valores que superan los \$11 dólares pues depende del gusto que posea el turista y el tipo de gastronomía que desea consumir, en este caso se podría definir que son costos de gastronomía internacional, gastronomía gourmet u otros por los valores altos.

2.1.4.2 Análisis de Mercado con Cruce de variables.

Para la realización del cruce de variables se tomó en cuenta las preguntas más representativas con respecto al emprendimiento, con las cuales se llegó a determinar cuál será el segmento de mercado al cual se debe enfocar la Hacienda Turística para satisfacer las necesidades y deseos del consumidor, a la vez conocer la factibilidad del emprendimiento en dicho lugar.

Figura 17

Cruce de variables entre género y hospedaje en el último viaje



Nota. Elaborado por la autora, a partir del SPSS.

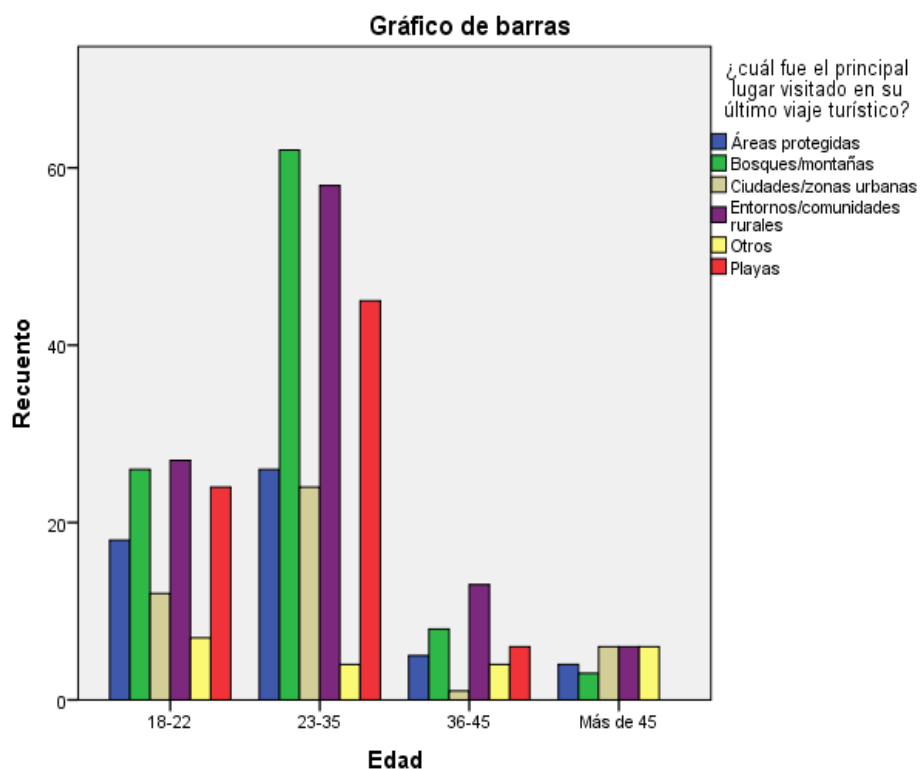
Análisis

El comportamiento de los consumidores de acuerdo al género con respecto al tipo de establecimiento en el que se han hospedado en su último viaje turístico se tiene que, el género femenino ha sido en su mayoría encuestada por lo tanto son quienes han hecho más uso de todos los establecimientos de alojamiento seleccionados en comparación con los del género masculino y otros

que tienen una afluencia menor, sin embargo el género femenino se ha hospedado en su mayoría en otros establecimientos de alojamiento turístico diferente a los seleccionados como también con un número significativo en los hoteles, el género masculino se ha hospedado en su mayoría en los hoteles y *lodge*, el género denominado otros ha tenido mayor preferencia por hospedarse en las hosterías y hacienda turística por igual, con esto se puede evidenciar que las haciendas turísticas aún no han sido potencializadas turísticamente por lo que no son conocidas y por ende no son tomadas en cuenta por los viajeros ya que son las que menos afluencias han tenido, esto se da generalmente por la falta de información de estos sitios turísticos. Por lo tanto, lo que se plantea realizar es implementar el establecimiento y difundirlo por medio de un marketing adecuado capaz de llamar la atención de todos los turistas principalmente a los grupos que han consumido este tipo de alojamiento y a las personas que no conocen o tienen interés por este tipo de turismo.

Figura 18

Cruce de variable entre edad y lugar visitado en su último viaje



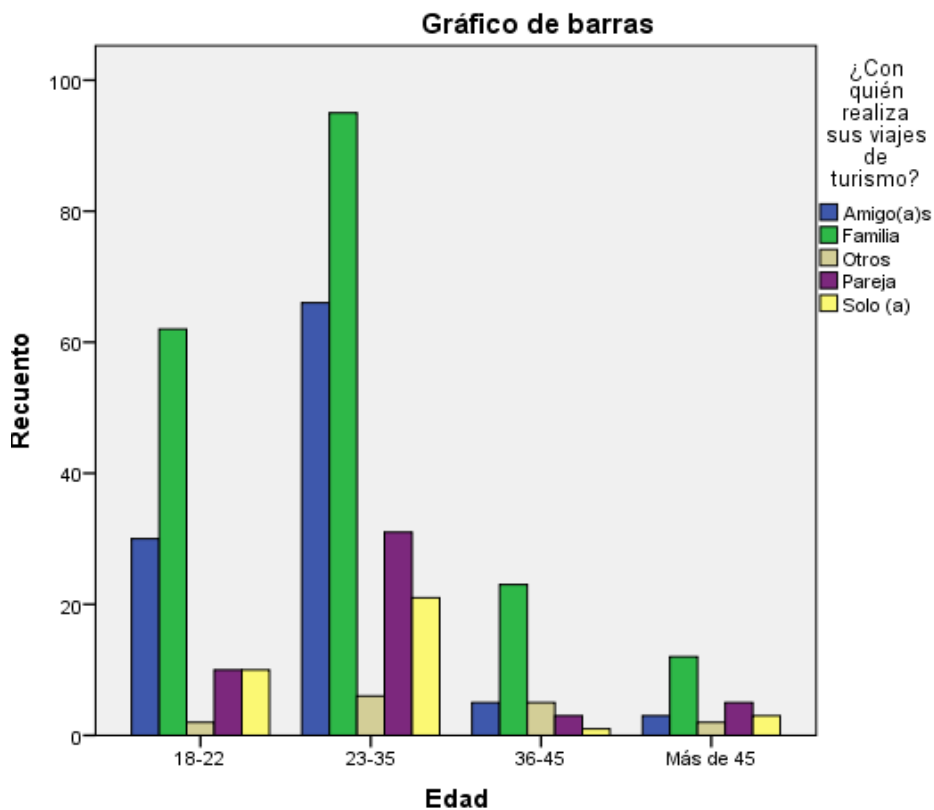
Nota. Elaborado por la autora, a partir del SPSS.

Análisis

El comportamiento de los consumidores según la edad con respecto al lugar visitado en el último viaje turístico muestra que, todas las personas sin diferencia de edades tienen una preferencia por visitar a las comunidades rurales como también a los bosques y montañas, debido a que son personas que les gusta tener un contacto más cercano con la naturaleza y disfrutar de las vivencias rurales, sin embargo las personas de más de 45 años tienen una diferencia no tan significativa en sus preferencias ya que no existe la preferencia alta por los bosques y montañas puesto que la reemplazan por las zonas urbanas debido a que son personas que no realizan actividades físicas al igual que los más jóvenes, con esto se puede evidenciar que el emprendimiento si será acogido por una gran cantidad de turistas que deseen experimentar viajes cómodos en contacto con la naturaleza, principalmente dentro de la hacienda turística con experiencias de agroturismo y turismo rural.

Figura 19

Cruce de variables entre edad y en qué compañía realiza los viajes



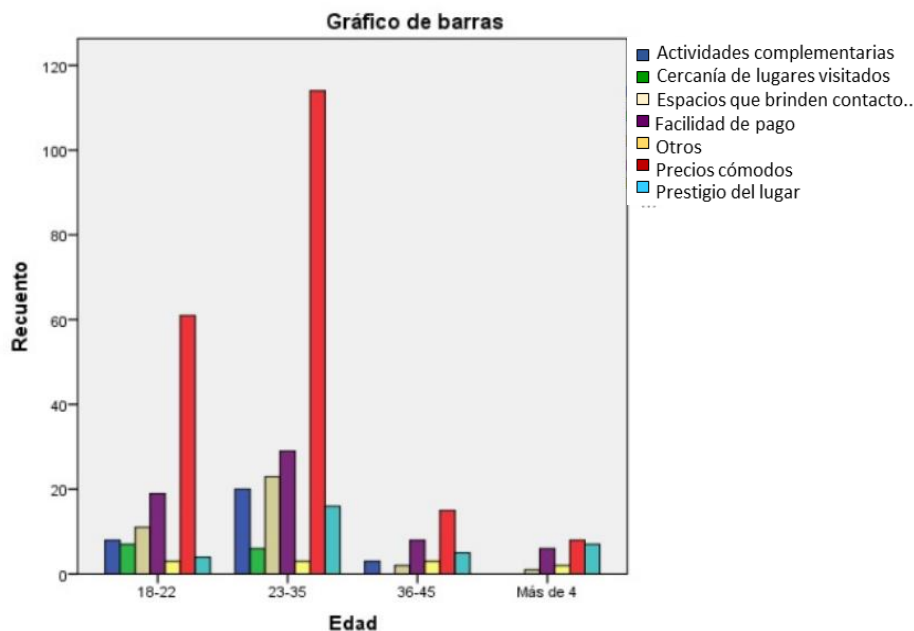
Nota. Elaborado por la autora, a partir del SPSS.

Análisis

El comportamiento de los consumidores según la edad respecto a con quién realiza los viajes de turismo muestra que, todos los grupos de edades prefieren en su mayoría hacer sus viajes de turismo con sus familiares debido a que son quienes se encuentran más cercanos y con quienes cuentan para toda ocasión, siguiéndole como otra de las opciones más preferidas la compañía de amigos, las personas que tienen más de 45 años son las únicas que tienen preferencia un poco diferenciadas donde viajan más con sus familias y parejas, esto puede ser ya que son parejas estables que se encuentran casadas. Con este análisis se puede notar que la oferta debe dirigirse a todos los grupos de edades y para todas las personas, pero se debe dar prioridad a los turistas que viajan con sus familias y amigos con el fin de satisfacer sus necesidades ya que de ellos depende una gran cantidad de ingresos de turistas puesto que viajan con algunas personas, pueden hacer del lugar un sitio reconocido por las recomendaciones que pueda realizar cada uno de ellos.

Figura 20

Cruce de variables entre edad y preferencia de servicios en los cuales se basa para escoger un establecimiento



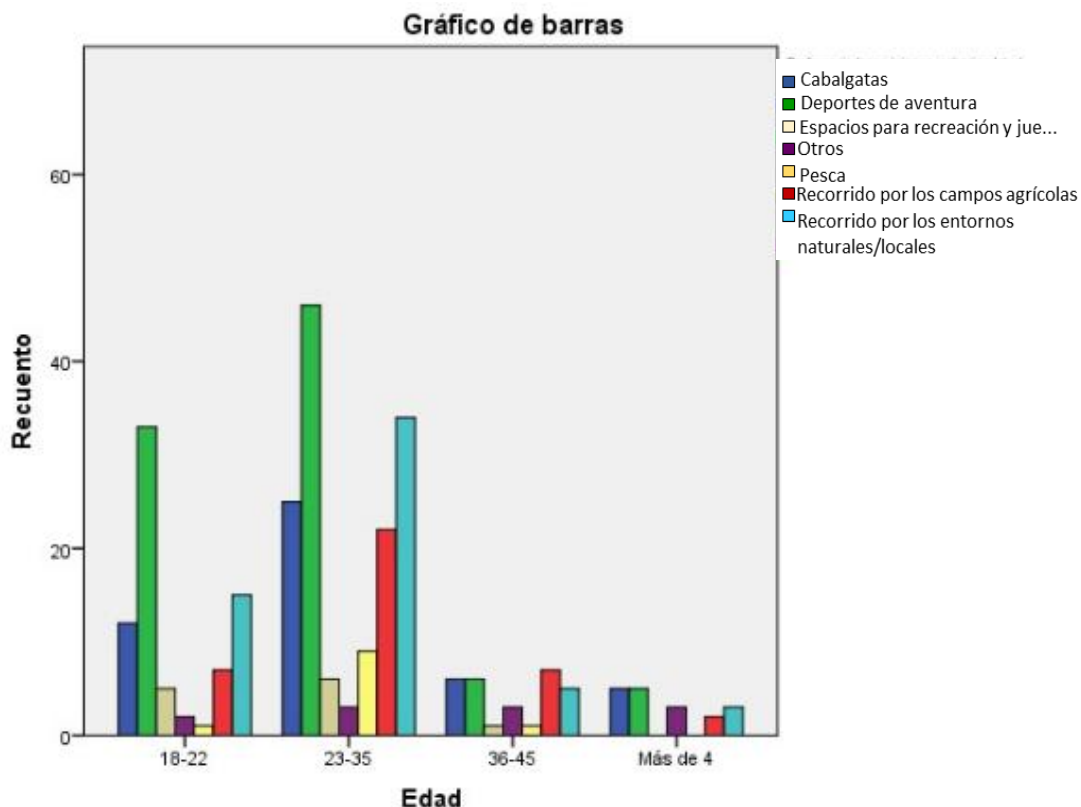
Nota. Elaborado por el autor, a partir del SPSS.

Análisis

En base a la edad y los aspectos más importantes para seleccionar un establecimiento de alojamiento turístico, la mayoría de los encuestados manifiestan que se rigen por los precios cómodos y facilidades de pago ya que buscan que se establezcan precios adecuados y justos para los servicios que se oferten dentro del emprendimiento, estas preferencias son tomadas en cuenta todos los grupos de edades los cuales concuerdan en estos aspectos. Por lo que la oferta debe ajustarse a las necesidades y deseos del consumidor como también al alcance que estos tengan para pagar por los servicios recibidos, quienes buscan que los precios sean asequibles.

Figura 21

Cruce de variables entre edad y actividades preferidas



Nota. Elaborado por el autor, a partir del SPSS.

Análisis

La mayoría de los encuestados tienen preferencias en los deportes de aventura y los recorrido por los entornos rurales, principalmente en los grupos de edades de 18 a 35 años donde su porcentaje es relativamente alto debido a

que son edades en las que las prefieren experimentar cosas nuevas llenas de adrenalina, las personas de 36 años en adelante prefieren recorridos por los campos agrícolas, deportes de aventura y cabalgatas ya que son personas que buscan hacer cosas diferentes a lo habitual y disfrutar de la naturaleza. Esto permite tener en cuenta que existen diferentes segmentos a los cuales se los debe tomar en cuenta, pero sin dejar de dar prioridad a los grupos mayoritarios.

Los deportes de aventura de alguna manera se deben tener en cuenta dentro de la oferta del lugar para satisfacer los gustos del turista, ofreciéndoles así deportes de aventura con la que cuenta la parroquia.

2.1.5 Resultados y discusión

Las encuestas fueron realizadas a diferentes grupos de turistas basándose en el cálculo de la muestra la cual fue realizada de acuerdo al número de turistas que ingresan al cantón Bolívar de la provincia del Carchi, obteniendo así un total de encuestas a realizar de 384, donde se pudo evidenciar que en su mayoría las personas encuestadas pertenecen al género femenino aunque no existe una diferencia significativa frente al género masculino, el rango de edad de la mayoría de las personas es de 18 a 35 años donde su procedencia es generalmente de otros lugares diferentes a los seleccionados en la pregunta por lo que se nota que existe afluencia de visitantes de lugares más cercanos al lugar o por el contrario de lugares mucho más lejanos, Ibarra es otro de los sitios que visita más la parroquia el cual se encuentra en segundo lugar, quienes en su mayoría son estudiantes de tercer nivel por lo que los ingresos mensuales se encuentran en un rango bajo los \$400 dólares en adelante ya que dependen aún de sus familias y/o trabajan en sitios que no están dispuestos a pagarles más del salario básico. Aunque también de forma consecutiva se tiene personas que superan los 400 dólares hasta los 1000 dólares siendo este un porcentaje significativo.

La mayoría de los turistas viajan con sus familiares y amigos ya que son los que se encuentran cerca y le generan un ambiente más confiable al turista, quienes buscan información para sus viajes a través de la exploración de internet y el Facebook generalmente ya que son medios más conocidos en la actualidad,

la mayoría de los encuestados manifiestan que para seleccionar un establecimiento de alojamiento se basan en los precios cómodos y las facilidades de pagos como también en lugares que permitan un contacto con la naturaleza como los entornos rurales y los bosques y montañas que les genere una convivencia con el medio que les rodea mediante actividades que tengan que ver con el turismo rural, la mayoría manifiesta que se hospeda en hoteles ya que son factibles para alojarse por poco tiempo con un precio considerable que va desde los \$10 a los 20 dólares.


Las preferencias de servicios según la mayoría de los turistas dentro de una hacienda turística son los deportes de aventura y los recorridos por los entornos naturales locales en su mayoría donde un porcentaje minoritario menciona que prefiere los recorridos por los campo agrícolas denotando así que los visitantes tienen de cierta forma un interés en visitar y conocer más sobre las haciendas turísticas el cual se debe potencializar ya que estará enfocado principalmente en este punto, los precios que están dispuestos a pagar por estas actividades en su mayoría son de \$ 5 a 10 dólares por lo que se debe ajustar la oferta al alcance y opiniones del consumidor.

La gastronomía de preferencia se centra en la comida típica y la comida vegetariana los cuales deben contar con un precio entre \$5 a \$10 dólares respectivamente ya que consideran como un precio justo por los platos que se ofrezcan dentro del lugar, además el implementar otro tipo de gastronomía si fuese factible porque si existen personas que pagarían más por la alimentación, pero se debe tomar en cuenta que este grupo es muy minoritario.

2.1.5.1 Información obtenida de las entrevistas.

Tabla 2

Entrevista al propietario de la Finca Vásquez

Nombre:	Sr. Danilo Vásquez
Cargo:	Administrador
Experiencia Laboral:	Campo Turístico
Edad:	36
Profesión:	Agricultor
Fotografía:	<p>Figura 22</p> <p><i>Propietario de la Finca Vásquez</i></p>  <p><i>Nota. Fotografía del señor Danilo Vásquez, 2021.</i></p>

Nota. Elaborado por la autora.

El entrevistado menciona que, en el año 2019 el turismo se ha desarrollado de una forma adecuada ya que hubo una gran afluencia de turistas el cual generó buenos ingresos económicos, al contrario del 2020 pues la pandemia ha impedido su desarrollo puesto que la afluencia de turistas ha bajado rotundamente debilitando así la economía. Dentro del establecimiento trabajan

tres personas solo los fines de semana y la llegada de turistas en su mayoría son familias, nacionales de Tulcán, Quito e Ibarra en su mayoría, aunque en el año 2019 predominaban los extranjeros. Tiene un promedio mensual de visitas de 100 personas con una ocupación de 25 a 30 % semanal. El 20% de los turistas permanecen una noche, el 80% permanecen cinco horas en el sitio.

Los servicios que ofertan son caminatas, avistamiento de osos, alojamiento, guianza, gastronomía y venta de productos artesanales. Donde el Hospedaje tiene un costo de \$10, Camping \$5, Caminatas \$20, Ingreso \$2 y Gastronomía \$5. Los medios que utilizan para su publicidad son boca a boca, las redes sociales y páginas web. Su competencia son los emprendimientos cercanos que están dirigidos hacia el ambiente ya que este lugar ofrece un turismo de naturaleza, aventura y cultura. Cuentan con el apoyo de la Fundación *Big Mammals Conservation* de Ecuador para su desarrollo (Vásquez,D.,comunicación personal,07 de enero de 2021).

Tabla 3 *Entrevista a la propietaria de la Piscícola El Retorno*

Nombre:	Sra. Berta Romo
Cargo:	Propietaria
Experiencia Laboral:	Gastronomía
Edad:	65
Profesión:	Agricultor, Ama de Casa

Fotografía:

Figura 23

Propietaria de Piscícola El Retorno




Nota. Fotografía de la señora Berta Romo, 2021.

Nota. Elaborado por la autora.

La señora Berta Romo menciona que, en el año 2019 el desarrollo turístico era bueno porque llegaban turistas en gran afluencia en comparación con el año 2020 que se mantuvo cerrado durante siete meses por la pandemia, provocando de cierta forma una gran pérdida, dentro del establecimiento trabajan seis personas generalmente en los feriados y fines de semana. Los turistas que visitan el lugar son familias y parejas nacionales en su mayoría de las ciudades de Ibarra, Pimampiro, Otavalo y Bolívar con un promedio de 30 personas mensuales quienes permanecen dentro del establecimiento de 2 a 4 horas. El lugar tiene una ocupación semanal de 20 a 30.

El establecimiento oferta principalmente la gastronomía con trucha el cual tiene un precio que varía de acuerdo con el plato entre \$3.50 a 9 dólares. Los medios que utilizan para realizar la publicidad son a través del boca a boca y las redes sociales. Su competencia son aquellos establecimientos que ofertan guianza en entornos naturales como la cascada de Don Juan. No cuenta con apoyo de ningún establecimiento que le permita desarrollarse adecuadamente (Romo,B.,comunicación personal,07 de enero de 2021).

Tabla 4 *Entrevista al propietario de la Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua*

Nombre:	Sr. Aldemar Nejer
Cargo:	Propietario
Experiencia Laboral:	Capacitador de capacitados
Edad:	50
Profesión:	Empleado privado
Fotografía:	<p>Figura 24</p> <p><i>Propietario de la Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua</i></p>  <p><i>Nota. Fotografía del señor Aldemar Nejer, 2021.</i></p>

Nota. Elaborado por la autora.

En el año 2019 el turismo dentro del sitio ha sido provechoso el cual le ha permitido tener grupos fijos cada cierta temporada por lo que sus ingresos han sido seguros, para el año 2020 estos grupos de personas ya no han visitado el establecimiento por el problema mundial, generando así una reducción significativa de los ingresos. Dentro del establecimiento trabajan tres personas. Los turistas que visitan el establecimiento son grupos de estudiantes, agricultores, investigadores y turistas que buscan conocer el lugar, quienes son


en su mayoría de Quito, Chimborazo e Ibarra dentro de lo nacional y dentro del ámbito internacional llegan investigadores de Colombia, Bolivia y Perú, que comprenden un promedio de 25 a 30 personas mensuales, generando una ocupación del 20 % semanal, los turistas permanecen generalmente un día.

Los servicios que oferta el lugar son guianza, educación agroecológica, alimentación, alojamiento a través de alianzas con otros establecimientos. Una de las degustaciones que se les da a todos los turistas es un té con plantas del mismo lugar y tortillas elaboradas en el sitio. También se realizan dentro de la finca empaquetados de granos, café de quínoa y mermeladas con frutas cultivadas en el mismo sitio, todos con producto agroecológicos. Los precios de sus servicios varían, donde alimentación tiene un costo promedio de \$ 12, guianza \$ 3, alojamiento \$ 15, té y tortillas gratis, granos \$1, café de quínoa \$1 y mermeladas de \$2.50 a \$3.

Los medios que utiliza para darse a conocer son las redes sociales, tarjetas, trípticos, el boca a boca y los medios de prensas locales como Notas Carchi, El establecimiento menciona que no tiene competencia ya que no existe un establecimiento cercano con esta temática dentro de la parroquia ni del cantón, y que si le gustaría tener competencias que incluso sean mejores que su establecimiento ya que considera que la agroecología es un tema muy importante que se debe tener en cuenta en los establecimiento ya que de esta forma estamos ayudando al ambiente a que pueda perdurar más por el tiempo evitando explotarla en su totalidad usando recursos responsables que hagan de la alimentación más saludable y consumible. Este lugar no cuenta con ningún apoyo por parte de empresas públicas ni privadas (Nejer,A.,comunicación personal,08 de enero de 2021).

Tabla 5 *Entrevista al propietario de la Eco Finca Cabrera*

Nombre:	Sr. Santiago Cabrera
Cargo:	Propietario

Experiencia Laboral:	Turismo
Edad:	36
Profesión:	Empresario
Fotografía:	<p>Figura 25</p> <p><i>Administrador de la Eco Finca Cabrera</i></p>  <p><i>Nota. Fotografía del señor Santiago Cabrera, 2021.</i></p>


Nota. Elaborado por la autora.

En el año 2019 el establecimiento si tuvo bastante acogida de turistas, para el año 2020 el turismo fue nulo por los problemas que se han venido dando, aunque ya están trabajando aún no existe un ingreso de turistas considerable por lo que el entrevistado considera al turismo como algo muerto por el momento.

Para llamar la atención de los visitantes la institución está trabajando en otras áreas como en la producción del café y chocolate. Dentro del lugar trabajan dos personas. Los turistas que llegan son nacionales en su mayoría, antes de la pandemia llegaban en su mayoría franceses y alemanes de 20 a 35 años. Llegan familias, amigos y parejas de Quito e Ibarra generalmente los cuales generan un promedio de 25 personas mensuales y permanecen generalmente una semana, dando una ocupación del 25% semanal.

Los servicios que ofertan son alimentación variada con enfoque agroecológico, bar, camping, baño a vapor (temazcal), ceremonia de San Pedro-ayahuasca, hospedaje, tours del café y recorrido guiado por la ruta de los incas. Los cuales tienen un precio de alimentación \$4, camping \$5, baño a vapor (temazcal) y ceremonia de San Pedro-ayahuasca \$12, hospedaje \$12, tours del café y recorrido guiado por la ruta de los incas \$10. Los medios que utilizan para promocionarse son las redes sociales y el boca a boca, su principal competencia es el hostel casa Jireh y el Hotel Reina del Cisne por lo conocidas que son pero que de cierta forma no ofrecen todos los servicios que brinda esta Eco finca por lo que sí existe una diferencia. La institución no cuenta con ningún apoyo por lo que se desarrolla con su propio esfuerzo (Cabrera,S.,comunicación personal,08 de enero de 2021).

Tabla 6 *Entrevista a la Finca Rosero (Ecológica)*

Nombre:	Sr. Miguel Rosero
Cargo:	Propietario
Experiencia Laboral:	Agricultor
Profesión:	Empleado privado
Fotografía:	<p>Figura 26</p> <p><i>Ecología en la Finca Rosero</i></p> 

Nota. Tomado de *Recolección de frutos en la finca*, [Fotografía], por Miguel Rosero, 2020, GAD Municipal Pimampiro <http://www.destinopimampiro.gob.ec/index.php/finca-rosero>.

Nota. Elaborado por la autora.

Dentro del año 2019 el entrevistado mencionó que ha sido un año normal donde la afluencia de turistas fue bastante buena, y en el año 2020 cambió totalmente con la llegada de la pandemia ya que no llegaron los turistas y todo se mantuvo paralizado. Este lugar es un emprendimiento familiar donde llegan turistas en su mayoría son nacionales siendo estos grupos de amigos o familias de Ibarra, Pimampiro, Quito y Tulcán, generando un promedio de 30 turistas mensuales, que ocupan un promedio del 30% semanal, por lo general se quedan de un día a dos. Los servicios que ofertan son alojamiento, zonas de camping, degustación de productos, conocimiento de la agricultura ecológica, alimentación vegetariana, fotografía y conocer la vivencia de la familia en el lugar, Los precios varían de acuerdo al servicio que por lo general va desde los \$5 dólares en guianza hasta los \$15 dólares en hospedaje incluido alimentación.

Los medios que utilizan para realizar publicidad son las páginas web y principalmente el boca a boca, la principal competencia son las fincas que se ubican en el cantón Pimampiro ya que están generando de alguna forma la agricultura agroecológica, pero de cierta forma este es un lugar muy llamativo ya que se encuentra en una comunidad rural apartada de la ciudad donde los turistas pueden tener contacto con la naturaleza. Este emprendimiento no tiene ningún apoyo por ninguna entidad (Rosero,M.,comunicación personal,19 de febrero de 2021).

2.1.5.2 Discusión y análisis de resultados.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a diferentes establecimientos considerados como la competencia, la mayoría de ellos son fincas que de alguna forma aplican el agroturismo y turismo rural por la cual se las tomó en cuenta, ya que ofrecen en cierto punto los servicios de una hacienda turística enfocada a la agroecología y actividades agropecuarias, las cuales son escasas debido a que este tipo de agricultura aún no ha tomado fuerza aunque se habla cada vez más de la sostenibilidad pues no se la practica en su totalidad.

Los entrevistados concuerdan que en el año 2019 el turismo dentro de los establecimientos ha sido satisfactorios en comparación con las del año 2020 que han generado muchas pérdidas y retrasos en los negocios por lo que están implementando nuevas estrategias de mercado con el fin de llamar la atención del mercado consumidor y generarles la confianza de visitarlos, aunque sea por un corto tiempo para lo cual se están ajustando a la economía y gustos de los turistas.

Los servicios que ofertan estos establecimientos son de mucho interés ya que cada uno tiene un aspecto diferenciador que lo hace único y diferente a los demás, tomando en cuenta eso se debe buscar un plus, algo innovador para el turista el cual le genere curiosidad e interés por visitar la hacienda turística donde puedan satisfacer sus necesidades y deseos. Además, se debe tener en cuenta que los precios también deben estar acorde a los turistas y la situación en la que estamos viviendo, con el fin de brindar la confianza necesaria a los visitantes. La mayoría de los entrevistados son de zonas rurales quienes han podido aprovechar las potencialidades del sector e implantar un emprendimiento quienes se mantienen activos a pesar de que tuvieron una caída en sus ingresos.

La mayoría de los entrevistados concuerdan en que el medio más apropiado para realizar la publicidad del establecimiento son las redes sociales y el boca a boca el cual difunde a otras personas de acuerdo con su experiencia en el lugar. Los precios para cada una de las actividades que ofrecen los emprendimientos se encuentran en un nivel promedio que no sobre pasa los \$ 15 dólares por actividad, con lo que se puede entender que los precios son justos

que no solo buscan satisfacerse a sí mismos, sino que buscan la satisfacción de los turistas que visitan el lugar mediante la demostración de un ambiente acogedor y tranquilo en contacto con la naturaleza.

Las fincas agrícolas ofrecen por lo general turismo de aventura, cultura, agroturismo y turismo de naturaleza ya que estas se encuentran ligadas unas a otras debido a que ofrecen servicios variados que generan un disfrute de los visitantes permitiendo así una satisfacción de sus necesidades y deseos en diferentes campos lo que evitan de cierta forma el aburrimiento por parte de los visitantes gracias a la variedad de actividades que pueden realizar cada que visitan el sitio.

2.2 Segmentación de mercado

Tabla 7

Detalle de la segmentación de mercados

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS						
Producto Turístico: Hacienda Turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador						
Segmentación Geográfica						
Variable		Número		Porcentaje		
<i>País:</i>	Ecuador	112153552		100%		
<i>Región:</i>	Sierra	67043976		59,78%		
<i>Provincia:</i>	Carchi	1683642		1,50%		
<i>Cantón:</i>	Bolívar	432609		0,39%		
1er Resultado: Se conocen los movimientos internos según el Geovit donde se ha tomado en cuenta al país, provincia y cantón donde se realizará dicho emprendimiento, tomando en cuenta para el estudio 432609 turistas que ingresan al cantón Bolívar.						
Segmentación Demográfica						
Variable		Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
<i>Género:</i>	Femenino	251216	58.07%	Masculino	173476	40.10%
<i>Edad:</i>	18-35	216305	50%	18-35	141982	32.82%

<i>Estado civil:</i>	Casados	99716	23.05%	Casados	65454	15.13%
	Solteros	116631	26.96%	Solteros	76529	17.69%
<i>Ocupación:</i>	Estudiantes	134066	30.99%	Estudiantes	58575	13.54%
	Otros	58575	13.54%	Empleado	49577	11.46%
				Privado		
<i>Ingresos:</i>	-400 a 500	212887	49.21%	-400 a 500	123899	28.64%
2do Resultado: <i>212887 son mujeres quienes tienen de 18 a 35 años de edad y son solteras en su mayoría, estudian y en un porcentaje menor realizan otras actividades a las mencionadas en la encuesta, poseen un ingreso mensual que va desde bajo los 400 dólares hasta los 500 en su gran mayoría, siguiéndole con un porcentaje no tan diferenciado ingresos de 500 hasta los 1000, los hombres que son 123899 tienen una edad de 18 a 35 años y son solteros en su mayoría, son estudiantes y trabajan en empresas privadas con un ingreso que va desde menos de 400 a los 500 dólares mayoritariamente, siguiéndole con un porcentaje menor ingresos de 500 dólares en adelante, estas son personas que aún dependen de sus padres ya que en su gran mayoría los turistas encuestados estudian y no cuentan con salarios que superen el básico.</i>						
Segmentación Psicográfica						
Variable				Número		Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio	Femenino		104762	49.21%	
Nivel Socioeconómico	Medio	Masculino		35485	28.64%	

3er Resultado: 104762 mujeres que visitan el lugar son de 18 a 35 años de edad, la mayoría son solteras que estudian y realizan otras actividades, tienen un ingreso mensual que va desde bajo los 400 dólares a 500 mayoritariamente siguiéndoles con un porcentaje menor, ingresos de 500 a 1000 dólares, por lo que pertenecen a un nivel socioeconómico medio, al igual que los hombres que son 35484 con una edad de 18 a 35 años, estudiantes y trabajadores en el sector privado, con ingresos mensuales similares a la de las mujeres, por lo que se puede establecer que tiene un nivel socio económico medio. Aunque en un porcentaje mucho más bajos también se obtuvo resultados en la encuesta de personas que superaban ingresos de 1000 dólares siendo así un mercado que por su poder adquisitivo puede consumir más servicios ofertados en el emprendimiento.

Segmentación Conductual

Variable		Número	Porcentaje
Estilo de vida	Gusto por visitar las zonas rurales y disfrutar de la naturaleza.	Aventureros Femenino 30287	28.91%
Estilo de vida	Amantes de la naturaleza y gusto por visitar las comunidades rurales.	Aventureros Masculino 7487	21.10%

Mercado meta: 30287 mujeres que visitan el cantón Bolívar son de 18 a 35 años quienes estudian y en otro porcentaje minoritario trabajan, tienen un ingreso mensual que va desde bajo los 400 a 500 dólares seguido en un porcentaje menor pero significativo tienen ingresos mensuales de 500 a 1000 dólares perteneciendo así a un nivel socioeconómico medio quienes se consideran aventureras, amantes de la naturaleza y les gusta visitar las zonas rurales.

7487 Personas son del género masculino, de 18 a 35 años quienes estudian en su mayoría y trabajan, son solteros y tienen un ingreso que va desde menos de 400 a 500 dólares mayoritariamente seguido en un porcentaje menor pero significativo ingresos mensuales de 500 a 1000 dólares perteneciendo así a un nivel socioeconómico medio, los cuales se consideran amantes de la naturaleza por la preferencia a visitar zonas rurales, también se consideran aventureros.

Nota. Se muestra detalladamente la segmentación de mercado de acuerdo a las encuestas y tomando como referencia el ingreso de turistas al país, región, provincia y cantón. Elaborado por la autora.

Esta tabla muestra el segmento de mercado al cuál se va dirigir el emprendimiento, para ello se ha calculado los porcentajes establecidos tomando en cuenta el número total de turistas que visitan el cantón Bolívar en el año 2018, donde se obtuvo que las mujeres con un rango de edad de 18 a 35 años son solteras en su mayoría las cuales estudian y en un porcentaje menor realizan otras actividades, por lo que poseen un ingreso mensual que va desde bajo los 400 dólares hasta los 500 dólares generalmente, seguido de 500 a 1000 dólares, los hombres con una edad de 18 a 35 años también son solteros en su mayoría, quienes estudian y trabajan en empresas privadas con un ingreso que va desde menos de 400 a los 500 dólares por lo general, consecutivo a ello sin gran diferencia ingresos que van de 500 a 1000 dólares. Con esta información se puede considerar que la gran mayoría de los turistas dependen aún de sus padres ya que estudian y poseen ingresos bajos perteneciendo así a un nivel socio económico medio. La mayoría de los visitantes son del género femenino siguiéndole el masculino ya que las mujeres últimamente están tomando mayor fuerza en estas actividades, por lo que se puede notar que al igual que los hombres tienen una gran capacidad de desenvolverse en el campo turístico, considerándose así todos estos turistas aventureros, amantes de la naturaleza y con preferencia de visita a las zonas rurales.

2.3 Análisis de la oferta

Tabla 8

Resumen de atractivos turísticos de la parroquia para el emprendimiento de la Hacienda Turística

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
Mirador de Cabras	Sitio natural	Montañas	Colinas
Laguna la Encañada	Sitio natural	Lacustre	Laguna
Cascada el Manto de la Virgen o Cascada de la niña María	Sitio natural	Sitio natural	Sitio natural
Basílica del Señor de la Buena Esperanza	Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa
Cementerio del Mastodonte	Cultural	Histórico	Sitio Arqueológico
Colección Paleontológica - Mastodonte	Cultural	Histórico	Colección Particular

Nota. Se muestran los atractivos turísticos inventariados del cantón Bolívar.
Elaborado por la autora.

Tabla 9*Oferta de alojamiento-Competencia*

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de habitaciones	Cant. de turistas anuales	Estrellas
Finca Vásquez	Casa de huéspedes/ refugio	Comunidad San José / Km13 Vía a Sigsipamba / Desvío comunidad San José	Cuatro habitaciones	1200 aprox.	
Eco Finca Cabrera	Casa de huéspedes/ refugio	En el sector de El Calvario, comunidad San José de Aloburo a 2 km del Mirador de Pimampiro, provincia de Imbabura.	Tres habitaciones compartidas	300 aprox.	
Piscícola El Retorno	Explotaciones agropecuarias	14,4 km hasta la comunidad de San Miguel desde Pimampiro	No posee, se realizó en este establecimiento debido a que ofertan servicios similares a los que se	360 aprox.	

				desean prestar.		
Hostal Casa Jireh	Hospedaje	Coop. 26 de noviembre Calle Palahurco s/n.	Ocho habitaciones	600 aprox.	4 estrellas	
Hotel Reina del Cisne	Hospedaje	Bolívar y Velasco s/n. En los pisos altos sobre el almacén la Ganga.	Siete habitaciones	700 aprox.	3 estrellas	
Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua	Explotacione s agropecuaria s	Parroquia de García Moreno, comuna Pueblo viejo, Cantón Bolívar	No cuenta con este servicio, pero tiene alianzas con algunos hoteles donde los turistas pueden quedarse	360 aprox.		
Finca Rosero	Explotación agropecuaria (ecológica)	Comunidad El sitio-Chugá Desde Pimampiro a 15 minutos en vehículo.	Cuenta con dos cabañas rurales para hospedarse	360 aprox.		

Nota. En esta tabla se muestra la competencia que tendrá la hacienda turística al ser implementada. Elaborado por la autora.

Tabla 10*Proveedores*

Nombre	Tipo de producto	Ubicación	Observaciones
Agricultores de la zona y cultivos propios del establecimiento	Hortalizas, legumbres, frutas, carnes, granos, etc.	Parroquia de Monte Olivo, Cantón Bolívar	<p>Se tratará de fortalecer de alguna forma alianzas con grupos de agricultores quienes se dediquen a entregar estos productos los cuales tendrán un cuidado minucioso porque se tratará de aplicar la ecología dentro de la actividad agropecuaria. Para así brindar productos más sanos a los turistas.</p> <p>Esto cada cierta temporada ya que se plantea realizar todo este tipo de manejo dentro del establecimiento donde los turistas puedan visualizar los alimentos que se llevan a la mesa.</p>
Alpina	Lácteos y derivados	Cantón Montufar, San Gabriel, comunidad el Capulí	Se tendrá una alianza con esta empresa que es una de las más reconocidas en el Carchi como en el país por la gran calidad en los productos que ofrece, por lo que se lo tomará en cuenta puesto que brindan productos frescos y mantienen el sentido de innovación y sabor especial en todo lo que realizan.

Supermercados como Megamaxi y Supermaxi	Materiales de aseo y limpieza, cereales, aceites, arroz, azúcar, entro otros.	En la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	Se trabajará con estos supermercados grandes ya que ahí se pueden encontrar todo lo que se busca desde alimentos hasta útiles de aseo personal.
Yessika Cabrera diseñadora y decoradora de interiores	Ayudará en el diseño y decoración de la hacienda turística con el fin de que esta se pueda ver diferente y llamativa acorde al gusto de los turistas.	En la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	Se tuvo en cuenta a esta persona ya que en su perfil muestra su gran experiencia con los diseños y decoraciones de todo tipo de establecimiento por lo que será quien ayude a decorar el sitio cuanto este haya concluido su construcción, además de que será quien remodele el sitio cada cierta temporada.
Eco Muebles	Muebles y enseres	En la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	Esta empresa proveerá los muebles a la hacienda turística para su uso, principalmente si son hechos de madera que darán un sentido más rústico al lugar además de mezclarse con decoraciones modernas que llevarán al turista a un ambiente más llamativo.

Nota. En esta tabla se muestra los proveedores de la hacienda, que generalmente serán las empresas reconocidas como los habitantes de la zona,

para productos que tengan que ver con el consumo y mantenimiento del proyecto. Elaborado por la autora.

Respecto a la información recopilada en las anteriores tablas se puede evidenciar que los atractivos turísticos con las que cuenta el cantón y de las cuales se puede aprovechar para darlos a conocer a los turistas son: Laguna la Encañada, la Cascada el Manto de la Virgen o Cascada de la niña María, la Basílica del Señor de la Buena Esperanza, el Mirador de Cabras, el Cementerio del Mastodonte y la Colección Paleontológica – Mastodonte los cuales son pocos pero a su vez muy llamativos, estos se encuentran categorizados generalmente como sitios naturales y culturales con las que se puede dar un enfoque más amplio a los turistas motivándoles a visitar los alrededores del cantón.

Con respecto a los competidores se tiene un amplio número de sitios que brindan alojamiento a los turistas aunque, no tienen el enfoque que pretende dar la hacienda turística sino otros servicios comunes ya conocidos por lo que se ha tomado en cuenta otros sitios turísticos para realizar las entrevistas los cuales estén enfocados de cierta manera en actividades acorde a una hacienda turística como las actividades agro turísticas y de turismo rural por lo que se han seleccionado algunas fincas agroecológicas para conocer cuan importancia ponen los turistas a estas actividades y si existe una aceptación adecuada a los competidores.

Dentro de esta selección se tomó en cuenta algunos establecimientos que se encuentren en zonas rurales puesto que el emprendimiento planteado también estará ubicado en una zona alejada de la ciudad y con un contacto directo con la naturaleza y vivencias de la parroquia. Todos estos establecimientos han otorgado una información muy valiosa que es la preferencia de los visitantes al llegar al lugar por lo que se pretende adoptar algunas estrategias que permitan una mejor acogida de los turistas a este proyecto. No existe una competencia dentro de la parroquia por lo que se procedió a buscar competidores más cercanos, en este caso del cantón Pimampiro que de cierta forma son los competidores, aunque se encuentran a una distancia bastante larga en consideración con el sector.

Los proveedores del presente proyecto serán seleccionados de acuerdo a la calidad tanto en el producto como en el servicio que ofrecen para lo cual se deberá tener muy en cuenta lo que la hacienda turística quiere mostrar y quiere ofrecer a los potenciales turistas, sin olvidarse de tener una empatía con los mismos para tener en cuenta lo que ellos quieren que les ofrezca para satisfacer sus necesidades y deseos. Por lo tanto se debe tener presente que lo más importante es la calidad de un producto y servicio más que el precio que se le ponga ya que un producto brindado con una pésima calidad será más arriesgado que un precio caro, arriesgado porque se corre el peligro de que el turista deje de frecuentar al lugar y además recomiende a otros que no lo hagan, haciendo que de cualquier forma el establecimiento quede mal posicionado, a diferencia de que si este cuenta con precios altos en sus servicios y productos el turista solo esperará a tener esa cantidad para adquirirlo. Por lo tanto, es importante mencionar también que la calidad no siempre va depender de un precio alto sino de lo que logra en el turista.

2.4 Proyección de la competencia

Tabla 11

Cantidad promedio de turistas anuales en el cantón Bolívar

Nombre del establecimiento Competencia	Cant. de turistas 2019	Promedio anual
Finca Vásquez	1200	171
Eco Finca Cabrera	300	44
Piscícola El Retorno	360	51
Hostal Casa Jireh	600	86

Hotel Reina del Cisne	700	100
Finca Agroecológica Familiar Mano de Agua	360	51
Finca Rosero	360	51
Total	3880	554

Nota. El promedio de turistas que ingresan anualmente a los diferentes emprendimientos fue sumado y ese total dividido para el número de establecimientos, cuyo resultado muestra un promedio anual de turistas de 554. Elaborado por la autora.

A continuación se procede a proyectar la oferta futura para los próximos 10 años mediante la utilización de esta fórmula.

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

Dónde:

C_n = Oferta futura

C_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

C_n= 1573 (es el dato obtenido con la elaboración de la fórmula de la proyección futura en el año 10)

C_o= 554 (está cantidad se obtuvo sumando los turistas por cada uno de los establecimientos y dividiéndolo para el número de establecimientos)

i= 11% (de acuerdo al ministerio de turismo la tasa de crecimiento para el año 2018 es de 11%)

n= 10 (debido a que el proyecto es de construcción se amerita realizar una proyección de 10 años)

Tabla 12

Proyección de la oferta

Años	Oferta $C_n = C_0$ $(1+i)^n$
0	554
1	615
2	683
3	758
4	841
5	934
6	1036
7	1150
8	1277
9	1417
10	1573

Nota. Elaborado por la autora.

Los años que comprenden 2020 y 2021 son años en los cuales el turismo se ha visto muy afectado por la pandemia, por lo cual se procederá a realizar la proyección sobre la implementación del emprendimiento a partir del año 2022 por lo tanto no se toman en cuenta los dos años mencionados ya que son años de crisis dentro del sector turístico. Para la realización de la proyección de la oferta se tomó en cuenta el promedio anual de turistas de la competencia el cual fue calculado de acuerdo a la fórmula planteada para obtener la proyección de cada año hasta el año diez debido a que el proyecto es de construcción por lo que se amerita realizar una proyección de 10 años.

2.5 Análisis de la demanda

Tabla 13

Demanda Potencial

Población mercado objetivo del cantón Bolívar	432609
% de intención de compra del producto	43.29%
DEMANDA POTENCIAL	187276

Nota. Elaborado por la autora.

Para determinar la demanda potencial se procedió a analizar la aceptación de este emprendimiento por parte del mercado donde se sumó tres variables significativamente ya que no se tiene una pregunta fija que mencione la aceptación de dicho proyecto, para lo cual se tomó relevancia a la pregunta sobre el lugar en el cual se ha hospedado el turista en su último viaje y se sumó las opciones hacienda turística, cabañas y hosterías las cuales se relacionan entre sí y se encuentra en la misma categoría según el reglamento de alojamiento turístico. Donde se pudo determinar con el cálculo realizado una aceptación promedio por parte de la mayoría de la población, dando a conocer la factibilidad de las personas que están dispuestos a consumir el producto propuesto.

2.6 Proyección de la demanda

La proyección se realizará para los próximos 10 años, para lo cual se aplicará la fórmula del incremento poblacional compuesto: $C_n = C_o (1 + i)^n$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = (Número de clientes iniciales por el % de aceptación del proyecto) /100%.

i = Índice de crecimiento turístico (dato del Ministerio de Turismo correspondiente al 11% según el año 2018)

n = Años a proyectar (este emprendimiento tendrá temas de construcción por lo que se amerita una aproximación de 10 años)

Entonces:

C₀= 187,276 (Obtenido de la multiplicación del número de turistas que ingresan al sector con el porcentaje de aceptación del proyecto, finalmente dividido para el 100%)

C_n= 187,276 (1+ 0,11) ⁿ = 207,876 (en este punto se aplica la fórmula propuesta anteriormente para cada año)

Tabla 14

Proyección de la demanda

Años	Demanda C_n = (1+i)ⁿ
0	187276
1	207876
2	230743
3	256124
4	284298
5	315571
6	350284
7	388815
8	431585
9	479059
10	531755

Nota. Elaborado por la autora.

Para realizar el cálculo de la proyección que permita conocer dentro de los diez años como es el movimiento de la demanda, se ha tomado en cuenta la demanda potencial con la cual se ha calculado la fórmula propuesta anteriormente, donde se conoce año tras año el avance del mismo, y de los

cuales posteriormente se realizarán cálculos para conocer la demanda insatisfecha y la demanda que el emprendimiento puede cubrir.

2.7 Demanda insatisfecha

Tabla 15

Proyección de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda potencial*	Competencia* *	Demanda insatisfecha***
Año1	207876	615	207261
Año 2	230743	683	230060
Año 3	256124	758	255367
Año 4	284298	841	283457
Año 5	315571	934	314637
Año 6	350284	1036	349248
Año 7	388815	1150	387665
Año 8	431585	1277	430308
Año 9	479059	1417	477642
Año 10	531755	1573	530182

Nota. En este cuadro se muestra el cálculo de la demanda insatisfecha de los diez años proyectados. Elaborado por la autora.

* Demanda potencial.

** Proyección de la competencia

*** Demanda potencial – competencia= Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha corresponde al cálculo entre la demanda potencial menos la competencia dándonos un resultado del grupo de turistas a quienes la competencia no ha podido cubrir sus necesidades y deseos, por lo que, son turistas a quienes se pueden tomar en cuenta para brindar los servicios de la hacienda turística, para ello se debe conocer cuanta capacidad tiene el emprendimiento para cubrir a todos o un porcentaje menor de este grupo de demanda, el cual será la demanda objetiva que se analizará a continuación.

2.8 Demanda objetiva proyectada

Tabla 16

Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha*	Demanda objetiva**
Año 1	207261	2073
Año 2	230060	2301
Año 3	255367	2554
Año 4	283457	2835
Año 5	314637	3146
Año 6	349248	3492
Año 7	387665	3877

Año 8	430308	4303
Año 9	477642	4776
Año 10	530182	5302

Nota. En este cuadro se muestra el cálculo de la demanda objetiva de los diez años proyectados. Elaborado por la autora.

*: se obtuvo en la tabla anterior.

** : depende del % que se haya fijado el emprendedor para captar la demanda insatisfecha.

Para el cálculo de la demanda objetiva se ha decidido captar el uno por ciento debido a que la demanda insatisfecha es muy alta y el emprendimiento que se plantea realizar no será tan grande por su ubicación ya que es una zona rural que no tiene grandes ingresos de turista y tampoco es tan conocido, aunque con este proyecto se generará más afluencia de turistas no tendrá la capacidad de cubrir más de lo que se plantea en la anterior tabla. Para este análisis se ha tomado en cuenta principalmente la capacidad de carga del lugar de acuerdo a la infraestructura, pues contará con ocho habitaciones, con el que se tendrán un ingreso promedio anual de 2073 turistas. De acuerdo a la capacidad de carga, el proyecto solo puede cubrir el 1%, puesto que si se aplica un mayor porcentaje resulta una demanda que no se podría cubrir.

El cálculo de la demanda objetiva se tuvo a través de la demanda insatisfecha por el porcentaje a captar de esta demanda. Dentro de este cálculo se ha tomado en cuenta una proyección para diez años que permiten conocer como va ir avanzando la demanda conforme pasa el tiempo por lo que se tiene una proyección de 5302 turistas para el año 10, aunque este puede de cierta forma ser mayor o menor de acuerdo a como se va desarrollando la hacienda en el mercado. Este número de turistas planteado fue basado en la capacidad de carga, el ingreso de turistas de la competencia y análisis de las preferencias del consumidor.

CAPÍTULO III.

3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Dentro de este capítulo se presenta el estudio técnico y administrativo donde ya se tiene la estructura física de la hacienda turística con todos los equipamientos como también el personal con el cual trabajará el establecimiento, es así como este capítulo se divide en varios apartados como: localización específica del emprendimiento tomando en cuenta la macro y micro localización, la caracterización y diseño del producto donde se detalla en general el tipo de emprendimiento, los atractivos, la segmentación de mercado al cual estará direccionado, desarrollo de la infraestructura con cada uno de los equipamientos por áreas y sus respectivos costos.

El proceso productivo también se encuentra en este apartado donde detalla todos los insumos, los procesos de transformación, distribución de la planta, el diseño de la planta, las inversiones y el capital de trabajo a través de la descripción de los bienes y servicios necesarios para la ejecución del proyecto, para lo cual se debe detallar los medios de financiamiento, si se cuenta con un capital propio y si se adquirirá un préstamo a una entidad financiera.

También se detalla la estructura organizativa del negocio, la misión, visión, valores, políticas, organigrama empresarial con cada uno de los trabajadores y constitución legal de la empresa donde detalla todos los documentos que se necesitan realizar para que esta empresa pueda empezar su funcionamiento de manera legal.

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

El sitio donde se plantea implantar este emprendimiento tiene bastante potencial turístico tanto natural como cultural que debería ser aprovechado por los pobladores y autoridades de la parroquia, sin embargo, no existe una importancia por esta actividad dentro del sector, a pesar de que con ello se podría contribuir en gran parte la economía del sector a la vez generar productos y servicios que permitan el disfrute del visitante.

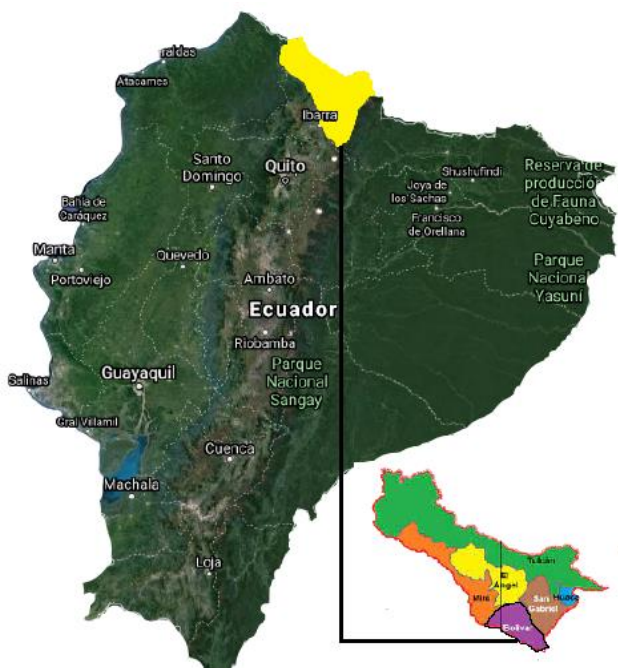
El emprendimiento tendrá que enfrentar muchos retos para que el proyecto pueda ser conocido, debido a que la llegada de turistas a la parroquia es muy limitada lo que complicará un poco que este se dé a conocer de forma rápida, pero al ser un establecimiento innovador y único en el lugar los turistas irán creciendo poco a poco. Cabe mencionar que esto dependerá mucho de cómo se maneje la promoción, la calidad del producto que se ofrezca al turista, donde pueda sentirse cómodo, satisfecho y capaz de recomendar a otros el sitio a través de la experiencia que haya logrado adquirir.

3.1.1 Macro localización

La ubicación del proyecto se encontrará en el Ecuador, en la sierra norte del país, en la provincia del Carchi dentro del Cantón Bolívar. Cuyo cantón tiene una extensión de 36034 Ha, y su población según el censo 2010 es de 14551 habitantes. Este cantón se creó el 12 de noviembre de 1985, según el Registro Oficial 318 del 20 de noviembre del mismo año. El rango altitudinal de este cantón varía entre 1500 - 4500 msnm (GAD BOLIVAR, 2014).

Figura 27

Mapa de Ecuador



Nota. Se muestra el territorio ecuatoriano en la cual sobre sale la provincia del Carchi. Adaptado de *Ecuador-Provincia del Carchi*, Google Earth y Naturalista, 2019, <https://www.naturalista.mx/places/wikipedia/Carchi>.

Figura 28

Mapa de la Provincia del Carchi



Nota. Tomado de *Mapa de la provincia del Carchi*, La Tolita Express, S/f, Transporte turismo y carga http://www.transporteturismoycarga.com/informacion-turistica-de-quito-cuenca-banos-guayaquil-otavalo-quilotoa-ibarra-ecuador.php?tablajb=informacion_turistica&p=19&t=1.-InformacionTuristica-de-la-Provincia-del-Carchi---Tulcan&.

Figura 29

Mapa del Cantón Bolívar



Nota. Tomado de *Mapa del cantón Bolívar con sus parroquias*, por GAD de Bolívar, 2019, <http://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/8-canton/101-mapa-de-sitio>.

La provincia del Carchi como cada uno de sus cantones y parroquias, tiene como principal fuente de economía la actividad agropecuaria, por lo que, este proyecto se centra en aprovechar todos estos recursos a la vez potencializar los sitios de interés turístico, con el fin de crecer como una empresa turística dedicada a prestar servicios de turismo rural y agroturismo, incentivar a que lleguen más turistas al cantón y motivar a que esta actividad se vuelva una parte fundamental en la economía de la parroquia debido a que los habitantes forman una parte importante de este proyecto pues serán quienes provean alimentos propios de la zona a la hacienda con el fin de que este sector también sea beneficiario de este proyecto, logrando así un trabajo conjunto.

3.1.2 Micro localización

El cantón Bolívar cuenta con seis parroquias, dentro de los cuales una parroquia es urbana y cinco parroquias son rurales, así:

- Parroquia Urbana: Bolívar (Cabecera Cantonal)
- Parroquias Rurales: García Moreno, Los Andes, Monte Olivo, San Rafael y San Vicente de Pusir.

El punto preciso donde estará ubicado el emprendimiento es una parroquia rural de este cantón, llamado Monte Olivo dentro de ella específicamente en la comunidad Palmar Grande. Debido a que en de este lugar existen varios recursos turísticos los cuales pueden ser aprovechados para esta actividad, siendo así una oportunidad para ofrecer a los turistas servicios diferentes a los que acostumbran recibir, además de estar en contacto con la naturaleza que permita a los visitantes sentirse fuera de su rutina diaria. Con esto se pretende de alguna manera potencializar la zona a la vez implementar este emprendimiento, dándoles un enfoque llamativo que atraiga a los visitantes a la parroquia, comunidad y por ende a la hacienda turística.

Monte Olivo es una de las parroquias rurales del cantón Bolívar, de la provincia del Carchi, se extiende en altitudes que van desde los 1600 y los 3800 msnm. Está ubicado en una loma donde le rodean tres ríos que son: El Carmen, Escudillas y San Miguel. Se encuentra entre las coordenadas 0°20'00" y 0°28'00" de latitud Norte y los 77°48'00" y 77°75'00" de longitud Oeste. Posee tres pisos altitudinales que son bajo, medio y alto (GAD Parroquial Monte Olivo, 2019).

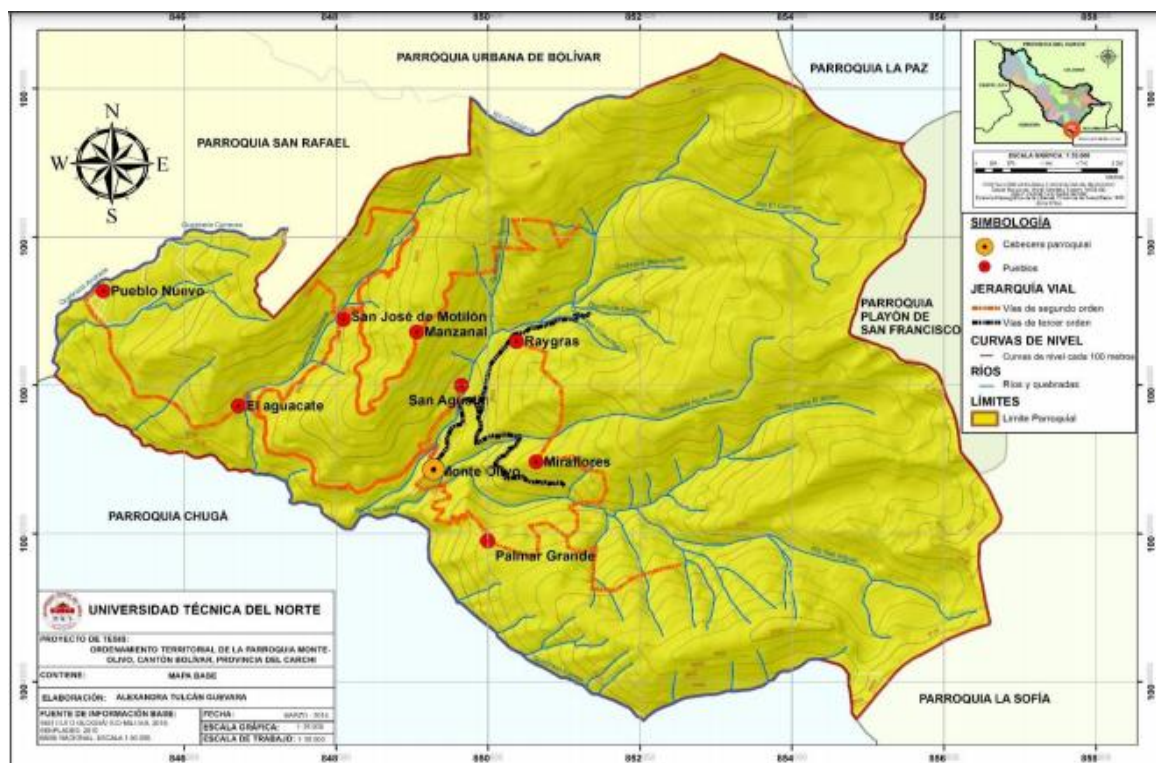
Dentro de la parroquia la actividad agropecuaria es el principal motor económico del cantón por lo que se pretende aprovechar este recurso dentro del emprendimiento mediante la implementación de huertos agroecológicos y crianza de animales domésticos. Los lugares turísticos que atraen a los visitantes y son parte de la belleza paisajística de la parroquia son: mirador el palmar, cerro gordo, vestigios arqueológicos de la cultura Pasto y Tusa, laguna las Garzas y los ríos colindantes. Posee el clima ecuatorial de alta montaña y el clima meso térmico semihúmedo. Las comunidades que pertenecen a esta parroquia son monte olivo, el motilón, el manzanal, el aguacate, pueblo nuevo y palmar grande (GAD Parroquial de Monte Olivo, 2020).

Palmar grande es una comunidad que se encuentra a 2km de la cabecera parroquial de Monte Olivo, cuya accesibilidad tiene vías de primer y segundo orden puesto que al ingresar a la parroquia se dirige por una vía asfaltada posterior a ello se toma una vía de segundo orden para direccionarse a la comunidad, para ello los turistas pueden acceder en vehículos particulares o si

son amantes de la aventura disfrutar de cabalgatas que es un servicio de alquiler que brinda la comunidad donde los habitantes dirigen a los visitantes hasta esta zona por medio de caballos, no cuentan con un transporte público que se dirija hasta esta zona ya que no existe una demanda por lo que se plantea a futuro contar con un vehículo para prestar el servicio de transporte a los turistas desde la parroquia como de otras zonas fuera de esta.

Figura 30

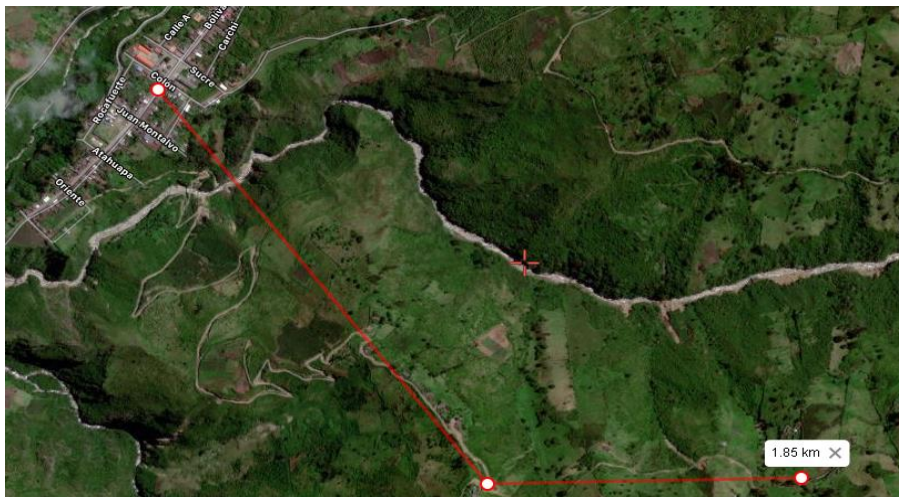
Mapa de la Parroquia de Monte Olivo.



Nota. Tomado de *Mapa de la parroquia de Monte Olivo con sus comunidades*, por Rosa Tulcán, 2014, Ordenamiento territorial de la parroquia de Monte Olivo <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6860/1/03%20AGN%20014%20TRABAJO%20GRADO.pdf>.

Figura 31

Ubicación del proyecto Hacienda Turística “Monte Verde” comunidad Palmar Grande



Nota. Se muestra la parroquia de Monte Olivo y el terreno donde estará ubicada la hacienda turística. Elaborado por la autora en Satellites pro.

La hacienda turística será construida en la comunidad Palmar grande, en un terreno que se encuentra a nombre de uno de los socios, amigo de la familia con quien se ha planteado ejecutar este proyecto, aprovechando que este se encuentra en un punto estratégico, en la zona alta de la comunidad desde donde se puede observar toda la belleza paisajística que rodea a dicho sector.

3.2 Identificación y descripción de los procesos

3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

3.2.1.1 Fundamentación.

La hacienda turística es un emprendimiento de alojamiento turístico que tendrá como principales servicios a ofertar hospedaje y alimentación agroecológica, proporcionando servicios complementarios como guianza por los senderos agrícolas dando a conocer a los turistas y habitantes la importancia de tener cultivos sanos manejados con compuestos orgánicos evitando así los químicos. Además de servicios complementarios como pesca deportiva, noche de integración donde se realizarán charlas sobre las leyendas de la localidad,

espacios de camping y fogata, espacios de recreación, caminatas, zona húmeda, cabalgatas por los alrededores de la hacienda y por los lugares de interés turístico como lagunas, montañas, ríos y cascadas cercanas a la hacienda y visitas a las comunidades aledañas pertenecientes a la parroquia.

Con esto los turistas disfrutarán de las actividades agroturísticas y de turismo rural que de alguna forma ayuden a generar ingresos que beneficien a las personas de la zona. Los turistas podrán dejar de lado su rutina y contactarse con un mundo natural, capaz de sentirse satisfechos por los servicios recibidos los cuales cumplen sus expectativas.

Esta hacienda estará compuesta por ocho habitaciones con sus respectivos baños, una cocina, un comedor, espacios de recreación y descanso, un *lobby* en el cual estará la biblioteca y oficina de recepción, espacios de zona húmeda, y finalmente el espacio dedicado a la actividad agropecuaria donde se observará la crianza de animales como cultivo de los alimentos a base de productos orgánicos. Las dimensiones de cada una de las instalaciones que forman parte de la hacienda serán diferentes, dependiendo de las características y equipamientos que contendrá cada una de estas instalaciones.

El modelo de la construcción será personalizado buscando un enfoque en el que el cliente se sienta atraído para adquirir los servicios de la hacienda, puesto que su infraestructura tendrá un modelo con estilo rústico y moderno acorde para disfrutar de la naturaleza e instalaciones llamativas. Las habitaciones como las demás instalaciones serán construidas con madera, pared de cristal y piedra laja para pared, con lo que se dará un aspecto novedoso al momento de que el turista llegue al establecimiento. El diseño de la infraestructura será mostrado en un plano por un arquitecto que ayude con ciertas recomendaciones de cómo se debería llevar a cabo la ejecución, qué materiales se van a utilizar, y posterior a ello su ejecución.

Cada una de las instalaciones de alojamiento contará con baño, camas, televisión, calefactor, sofás, escritorio, mesas pequeñas para colocar cualquier bien, entre otros equipamientos que permitan la comodidad del turista, en la parte exterior se detallará los acabados al igual que la parte interna, donde se mostrará

una pared trasera con piedra de laja, una pared delantera con cristal, y las paredes de los lados de madera. Los detalles y acabados también serán de madera dándole esto un enfoque rústico al establecimiento.

3.2.1.2 Descripción de los principales atractivos.

Los recursos con los que contará la hacienda turística para atraer visitantes y promover la visita tanto al establecimiento como a la parroquia son los siguientes:

- Alojamiento
- Alimentación
- Servicios complementarios como: piscina, pesca deportiva, cabalgatas, guianza, senderismo y campamento.

Dentro de los servicios que el establecimiento ofrezca a los clientes también se tomará en cuenta los recursos que posee la parroquia, por lo que se implementarán paquetes con recorridos a los lugares cercanos que rodean a la hacienda turística, entre los que se tomarán en cuenta para la promoción y difusión de la hacienda como de la parroquia se tienen los siguientes recursos naturales y culturales:

Tabla 17

Atractivos de la parroquia

Recursos	Descripción
Laguna Negra	Sus aguas se originan en los páramos de Miraflores el cual tiene un color oscuro, posee un canal abierto del que se puede desviar su caudal para dar riego, en este sitio se pueden encontrar frailejones en gran cantidad.

Laguna las Garzas	<p>Ubicada en el límite entre Imbabura y Carchi, desde la parroquia central hasta la laguna se tiene que cruzar diversos parajes naturales, se encuentra a 3800 msnm.</p> <p>Esta laguna forma parte del Área Protegida autónoma descentralizada provincial de la Cordillera Oriental Del Carchi.</p>
Cerro gordo	<p>Es una estructura natural que tiene una forma piramidal, se encuentra al pie de la cabecera parroquial entre los ríos Palmar y Escudillas. Es considerado como un cementerio prehispánico ya que han encontrado vestigios de la cultura capulí y Pasto.</p>
Mirador el Palmar	<p>Sitio natural ubicado en la comunidad el Palmar, permite la vista a las montañas que rodean la parroquia.</p>
Peñas blancas	<p>Ubicado en la vía al Manzanal, es un sitio que fue considerado culto por los pobladores prehispánicos, donde se han encontrado vestigios arqueológicos como restos de viviendas, petroglifos, entre otros. Existe una diversidad de flora especialmente orquídeas y fauna.</p>
Ríos colindantes	<p>Los tres ríos que rodean a la parroquia son El Carmen, Escudillas y San Miguel los cuales son visitados por los turistas ya que disfrutan de nadar en estos espacios en contacto con la naturaleza.</p>
Bosque de los arrayanes	<p>Bosque milenario, húmedo montano de arrayanes el cual cuenta con variedad de especies de árboles como aliso, canelo, laurel, etc.</p>

Nota. Descripción de los recursos turísticos de la parroquia de Monte Olivo.

Elaborado por el autor.

El cantón Bolívar ubicado en la provincia del Carchi es un lugar reconocido por sus atractivos naturales y culturales, entre ellos el museo con los restos del mastodonte, por lo que se pretende que la parroquia de Monte Olivo también sea conocida pues cuenta con muchos recursos turísticos importantes que pueden ser potencializados para el disfrute del turista, cuenta con montañas, cascadas, ríos, lagunas, vestigios arqueológicos, leyendas, entre otros.

Para la ejecución del proyecto se tomará en cuenta los reglamentos existentes para la aplicación y función del emprendimiento, entre ellos el reglamento de alojamiento turístico 2016 dónde se especifica el concepto de hacienda turística y los requisitos necesarios para la implementación de dicho establecimiento.

3.2.1.3 Segmentación del mercado.

La hacienda turística estará disponible para todas las personas sin excepción, pero el mercado al cual se dirigirá principalmente será al grupo de personas amantes de la naturaleza, aventureras y que tengan un gusto por visitar las zonas rurales, las cuales según las encuestas se encuentran entre un rango de edad promedio de 18 a 35 años quienes viajan en familia y amigos mayoritariamente puesto que al salir en grupos generarán mayor gasto lo que permitirá que haya un ingreso mayor que las personas que viajan solas. Estas personas son aventureras capaces de disfrutar todos los servicios de agroturismo y turismo rural que se ofrecen en este emprendimiento.

Este grupo de personas corresponde en su gran mayoría a estudiantes y empleados públicos y privados quienes tienen un ingreso promedio que varía desde un monto inferior a los 400 dólares mensuales hasta los 500 en su mayoría, siguiéndole con un porcentaje menor pero significativo personas que cuentan con un ingreso de 500 a 1000 dólares mensuales, quienes están dispuestos a pagar por los servicios de hospedaje y alimentación un precio promedio de \$ 5 a 20 dólares ya que buscan que los servicios que oferta el establecimiento sean a precios cómodos y con facilidades de pago.

Los turistas por lo general provienen de Ibarra y otros lugares fuera de los seleccionados en la pregunta por lo que se puede evidenciar que son turistas que se encuentran en provincias más lejanas o de lo contrario son de la misma provincia, esto debido a que dentro de las encuestas no se tomó en cuenta la provincia donde se realizará el proyecto. Quienes llegan a la parroquia son personas que visitan a sus familiares o amigos como personas que realizan turismo.

3.2.1.4 Servicios Turísticos.

Los productos y/o servicios que brindará el establecimiento para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes, serán los siguientes:

- Alojamiento: Con un enfoque entre lo rústico y moderno, cada habitación contará con baño privado.
- Alimentación (agroecológica): Se contará con un menú general y menú de comida vegetariana, estos realizados a base de productos de la zona, puesto que se tendrá huertos que se manejarán a base de compuestos orgánicos.
- Área agropecuaria: En este espacio se contará con huertos ecológicos para la producción de alimentos, también se contará con un espacio para crianza de animales domésticos de manera orgánica para su posterior venta y consumo.
- Servicio de recepción
- *Lobby*: en este espacio se dará la bienvenida a los turistas, se realizarán socializaciones, también será apto para descanso de los turistas.
- Servicio de lavandería, planchado y secado.
- Guianza: por senderos agrícolas, infraestructura de la hacienda y por sitios naturales y culturales de la parroquia.
- Pesca deportiva
- Camping y fogata: En espacios cómodos que permitan disfrutar de la naturaleza y compañía de amigos y/o familiares.
- Espacios de recreación: Espacios amplios donde los turistas pueden desplazarse y divertirse pues se contará con una cancha de vóley.

- Zonas Húmedas: se contará con una piscina de uso común y sin costo, al contrario del spa y *jacuzzi* que deben ser pagados para su uso.
- Servicio de baterías sanitarias y duchas públicas.
- Cabalgata: Se realizarán a través de recorridos guiados dentro de la hacienda como fuera de la hacienda. Los turistas podrán disfrutar de montar a caballo como también aprender esta actividad, para ello se contará con el equipo necesario para esta actividad.
- Parqueadero
- Noche de Integración: Socialización de leyendas e historias de la parroquia.
- Biblioteca: espacio para que los turistas se relajen leyendo o viendo películas.
- Servicio de wifi en el área administrativa donde se encuentra el *Lobby* y la biblioteca.

3.2.1.5 Selección de prestadores.

El sitio donde se ubicará la Hacienda Turística es de propiedad privada, de un familiar cercano quien aceptó la propuesta de que se implemente este proyecto en aquel lugar, la inversión será realizada a través de un préstamo ya que no se cuenta con el monto de inversión de la construcción de forma efectiva, el monto será alto por temas de construcción y adecuación por lo que se trabajará con la institución financiera Ban Ecuador, al ser parte del estado esta trabaja con tasas de interés cómodas con la que se puede trabajar sin problemas, a la vez esta presenta facilidades de pago de forma trimestral, semestral, y mensual, para pagos de este proyecto se acogerá de manera mensual por algunos años para que haya facilidad y así evitar inconvenientes.

El terreno tiene una dimensión de 40000 m², donde la construcción ocupará 3630 m² y el restante terreno será utilizado para implementar huertos, senderos para dirigirse a dichos huertos, espacios donde se criará animales domésticos, y corrales donde estarán los caballos, en este espacio los turistas podrán observar y aprender a montar a caballo en caso de que estén interesados, este será un servicio que brindará la hacienda como cortesía por haber visitado el lugar.

3.2.1.6 Cotizaciones y fijación de precios de los servicios.

Los precios que se fijarán a cada uno de los productos/servicios que se van a prestar dentro de la hacienda serán acordes a la capacidad de los turistas y a las cotizaciones realizadas por parte de la Hacienda Turística, ya que según las encuestas un porcentaje mayoritario tiene una preferencia por los precios cómodos y facilidades de pago.

Se ofrecerán precios justos para el alcance de todas las personas, pero sin dejar de lado la calidad en sus productos y servicios porque es de mucha importancia para que la empresa crezca, pues se desea brindar comodidad y satisfacción a los turistas en todos los servicios que consuman.

3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

3.2.2.1 Estado inicial.

Insumos

El terreno donde se plantea realizar el emprendimiento cuenta con cuatro hectáreas dentro de las cuales se destinará 3630 m² para la construcción de la infraestructura de la hacienda. El espacio sobrante será destinado a la actividad agropecuaria donde se establecerán huertos para el cultivo de productos que serán consumidos en el mismo sitio, se destinará un espacio para hacer los productos orgánicos para dichos cultivos, otro espacio estará destinado para la crianza de animales domésticos, espacio para la pesca deportiva y una pista para la exhibición y monta en caballos, estas actividades harán que los turistas se sientan en un espacio acogedor y en contacto con el entorno, donde conocerán de cerca las vivencias de las zonas rurales y con ello podrán tener experiencias únicas e inolvidables.

Suministros

La construcción de la infraestructura de la hacienda turística será con un estilo rústico y moderno por lo que se necesitarán materiales como madera, piedra laja de pared y cristal principalmente, con esto se dará un aspecto llamativo e interesante donde el turista sienta motivación por visitar el lugar, además de que se ajustará a los gustos de los turistas ya que tanto las personas adultas como las personas más jóvenes se sentirán en un ambiente cómodo y acogedor.

3.2.2.2 Proceso transformador.

Para llegar a la transformación del producto que es la hacienda turística se contará con mano de obra y un arquitecto que sepa guiar la construcción para que exista un buen desarrollo de este y se acomode a los gustos de los turistas.

La mano de obra, el arquitecto y la maquinaria necesaria serán quienes pondrán en ejecución la construcción de las instalaciones de acuerdo a los servicios que se desea prestar, los cuales tomarán en cuenta cada uno de los requerimientos que debe tener las instalaciones y el lugar adecuado para cada área. La hacienda turística contará con siete cabañas para alojamiento con sus respectivos baños, una cabaña para oficina, *lobby* y biblioteca, una cabaña donde estará el comedor y la cocina, una cabaña para el lavado, secado planchado, bodega y área de empleados, un espacio para el área de estacionamiento, un espacio para el área de recreación y cancha de vóley, una zona de camping y fogata, un espacio para el área de zonas húmedas donde estará una piscina y cabaña para el spa, jacuzzi, servicios higiénicos y duchas de uso común. Cada área contendrá instalaciones acordes a las características necesarias por lo que sus dimensiones también variarán de acuerdo con el tipo de instalación.

Además de que se destinará el espacio sobrante para hacer huertos los cuales se manejarán de manera orgánica, un espacio para la pesca deportiva, un espacio dedicado a la crianza de animales domésticos y un espacio dedicado

para la monta y exhibición de caballos donde los turistas puedan disfrutar realizando actividades agropecuarias dentro de la hacienda. Los huertos para que sean llamativos serán realizados utilizando diferentes formas geométricas para cada tipo de producto pues esto hará que sea más interactivo e interesante.

Se contará con obreros reconocidos que sepan informarse bien del proyecto a ejecutar, con un arquitecto para que ayude con los temas de planos y ubicación de los establecimientos y con un ingeniero ambiental que ayude a identificar y pueda recomendar como realizar algún tipo de instalaciones de manera que evite el gran impacto ambiental en el lugar por la construcción de la hacienda, aprovechando así todos los recursos disponibles y ante ello aplicar prácticas sostenibles que hagan ver del proyecto un espacio amigable con el ambiente.

3.2.2.3 Producto final.

Productos

El producto final de la construcción será la hacienda turística con espacios acordes al disfrute del turista dando una sensación de infraestructura con un modelo llamativo. Se tendrá espacios de alojamiento cómodo y confortable a la vista de la naturaleza, un espacio de alimentación donde se encontrará una cocina y comedor amplio y cómodo apto para preparar alimentos y servir a los turistas de manera segura y con todas las normas de higiene.

También se contará con un *lobby* en cuyo lugar se encontrará la oficina de recepción y a un lado de ello la sala biblioteca, un área de bodega amplia separada para alimentos y demás bienes del establecimiento, un área de lavandería, planchado y secado, un área para empleados, un área de estacionamiento para vehículos, un área de recreación con una cancha de vóley, se contará con un área de zonas húmedas, un área de campamento y fogata, un área de baterías sanitarias y duchas públicas, las cuales estarán disponibles para los turistas donde se les brindará servicios de calidad y se tratará de satisfacer en lo posible las necesidades que estos tengan.

Subproductos

En otra parte fuera del área de construcción de la infraestructura se realizarán huertos agroecológicos con productos para el consumo, espacios para elaboración de productos orgánicos para los cultivos, área para la crianza de truchas y otros animales domésticos como también se tendrá un espacio para la monta y exhibición de caballos. Con esto los turistas podrán disfrutar de los espacios naturales que rodean la hacienda como disfrutar de las actividades agropecuarias.

Los huertos que se implementarán serán divididos de acuerdo con el tipo de cultivo, por ejemplo, en un lado estarán las hortalizas, en otras las legumbres, en otro espacio las frutas, etc., con esto se podrá dar a conocer a los turistas los cultivos de forma ordenada y para ello se los dirigirá por senderos destinados para este fin en compañía de un guía.

Todos estos espacios forman parte completa de la construcción de la hacienda Monte Verde, la cual brindará productos y servicios enfocados a su temática agrícola y pecuaria además de estar en un espacio apto para dichas actividades con una naturaleza muy llamativa.

Residuos

Los sobrantes y desperdicios de la construcción serán colocados en los contenedores de acuerdo con sus características, en caso de que se puedan reutilizar o reciclar se las guardará para su posterior uso, y en caso de que estos sean materiales de fácil descomposición se procederá a colocarlos en un espacio donde se descompongan de forma natural, los cuales servirán para la elaboración de productos orgánicos para los huertos de la hacienda.

3.2.2.4 Área de Alojamiento.

Tendrá un precio de acuerdo con el tipo de habitación, el paquete completo de una persona en dos días y una noche es de \$ 80 dólares donde el alojamiento incluye cena, desayuno, almuerzo, guianza por los campos agrícolas de la hacienda y spa.

Tabla 18

Habitaciones de la Hacienda Monte Verde

Nombre de las Habitaciones	Descripción	Incluye	Precio
Aliso Triple	2 camas (1 ½ plaza) 1 cama (2 plazas)	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores, spa.	\$ 240 por habitación
Arrayán Triple Cedro Triple	2 camas (1 ½ plaza) 1 cama (2 plazas)	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores de la hacienda.	\$ 135 por habitación
Tusa Cuádruple	3 camas (1 ½ plaza) 1 cama (2 plazas)	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y	\$ 320 por habitación

		alrededores de la hacienda, spa.	
Pasto Cuádruple	3 camas (1 ½ plaza) 1 cama (2 plazas)	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores de la hacienda.	\$ 180 por habitación
Motilón Matrimonial	1 cama (2 plazas)	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores de la hacienda, spa.	\$ 160 por habitación
Palmar Matrimonial	1 cama (2 plazas) Habitación con jacuzzi	Desayuno, Almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores de la hacienda.	\$ 130 por habitación
Raigrás Doble	2 camas (1 ½ plaza)	Desayuno, almuerzo y cena, Guianza por los campos agrícolas y alrededores de la hacienda.	\$ 90 por habitación.

Nota. Elaborado por la autora.

Todas las habitaciones cuentan con servicio de baño privado, televisor, calefactor, ducha de agua caliente, materiales de aseo y los demás servicios mencionados en el cuadro anterior. Además, los turistas tienen derecho libremente a hacer uso del parqueadero, *lobby*, biblioteca, áreas de recreación, piscina y monta y exhibición de caballos, este último en caso que lo requieran los turistas con el fin de que conozcan y aprendan un poco a montar a caballo y sentir esa adrenalina por un momento. Se brindará el servicio de monta de caballo en un espacio específico donde los turistas se sientan cómodos y disfruten de todas las actividades que requiera consumir.

El spa, *jacuzzi*, cabalgata, pesca, *camping*, guianza dentro como fuera del establecimiento, salidas mediante itinerarios extras propuestos por el establecimiento y alimentación adicional tienen precios por separado, los cuales serán ofertados al cliente al momento que hacen las reservaciones o al momento que lleguen al lugar con el fin de que si desean algunos de estos servicios la hacienda pueda ofrecerlos sin inconvenientes.

Figura 32

Ejemplo sobre el diseño del interior de las habitaciones, con un toque rústico y moderno



Nota. Tomado de *Casa Rustica y Moderna en Piedra*, [fotografía], por el arquitecto Elías Rizo, 2013, Pinterest <https://www.pinterest.com/pin/392446555029561615/>.

Figura 33

Ejemplo de una habitación matrimonial



Nota. Tomado de *Diseño de cuarto y entrada para baño*, [fotografía], Pottery Barn, S/f, Pinterest <https://www.pinterest.com/pin/405746247675435089/>.

3.2.2.5 Alimentación (Agroecológica).

Se ofrecerá una alimentación variada por ende los precios también varían de acuerdo con el tipo de plato que solicite el turista, entre los platos que van a estar presentes es la comida tradicional fusionada con la comida internacional el cual será el menú general, otro de los platos es la comida vegetariana igualmente fusionada con la comida internacional que será el menú vegetariano. Su presentación será llamativa y con sabores únicos que motivará a los turistas a consumirlo.

Los platos que se ofrecerán dentro de la hacienda serán cultivados en la zona como en los propios huertos de la hacienda, se caracterizan porque serán producidos a base de componentes orgánicos evitando así el uso de químicos que cambian el sabor real de los alimentos, además los turistas podrán ser quienes interactúen en la cosecha de sus propios productos que serán llevados posteriormente para su preparación, esto con ayuda de un guía (chef) que tenga la receta establecida en ese día, cuyo fin es darles a conocer a los turistas que son productos frescos y saludables.


Los turistas al momento de reservar o llegar directamente al lugar especificarán los alimentos que desean consumir de acuerdo a los menús, pero si desea un plato en especial que no se encuentre en dichos menús, el turista detallará lo que desea consumir de acuerdo a los productos que existen en la hacienda para su posterior preparación. En caso de que el turista ya haya reservado lo que desea consumir y luego quiere un cambio del tipo de plato, esto se lo realizará siempre y cuando lo haga con anticipación, y si desean un plato extra a lo que reservaron se les preparará de manera eficiente dándole la facilidad de que el turista pueda consumir lo que requiera.

El valor de la guianza será pagado por separado al valor del plato a consumir, este valor dependerá del plato que desea el turista de acuerdo a los menús. Si el turista no desea visitar los campos agrícolas y pecuarios del establecimiento y ante este la recolección de los productos para su preparación, solo deberá pedir que consumirá y se tendrá a su disposición. La hacienda ofrecerá platos apetecibles tanto en el desayuno, almuerzo y cena, como para fechas especiales. Se tendrá un menú que se ofrecerá constantemente de comida tradicional como de comida vegetariana, la cual variará dependiendo del tiempo y la producción de los alimentos.

Menú General de Comida tradicional fusionada con comida internacional

Tabla 19


Desayuno de la hacienda turística

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Desayuno de la casa	Tostada o pan integral, queso, mermelada de mora, café, té o leche, huevos, jugo de tomate, naranja o chilguacán y ensalada de frutas.	\$ 4.20	<p>Figura 34</p> <p><i>Desayuno de la casa</i></p>  <p><i>Nota.</i> Tomado de <i>Desayuno saludable</i> [Fotografía], por La Vanguardia, 2019, https://www.lavanguardia.com/comprar/20190507/462096399488/desayuno-saludableelectrodo-mesticos-dieta-salud-comida.html.</p>

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 20

Sopas y locros

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Sopa de gallina criolla	Papa, zanahoria blanca, presa de pollo, cebolla y cilantro, arroz quebrado y arveja en pequeña cantidad.	\$ 3.00	<p data-bbox="1447 523 1592 555">Figura 35</p> <p data-bbox="1447 603 1771 635"><i>Caldo de gallina criolla</i></p>  <p data-bbox="1447 1050 2080 1305"><i>Nota.</i> Tomado de <i>Caldo de gallina criolla</i> [Fotografía], por Portada, 2017, https://www.diariocorreo.com.ec/2034/portada/caldo-de-gallina-criolla-tradicion-que-se-mantiene-en-los-hogares-ecuatorianos.</p>

Locro de papas

Papas, aguacate, queso, hierbas y tostado.

\$ 2.00

Figura 36

Locro de papas



Nota. Tomado de *Locro de papa* [Fotografía], por Revista Maxi, 2021, <https://www.maxionline.ec/locro-de-papa/>.

Locro de zapallo con carne de cerdo

Frejol, carne de cerdo, choclos, zapallo, cebolla y cilantro picado, acompañado con aguacate.

\$ 3.70

Figura 37

Locro de zapallo con carne de cerdo



Nota. Tomado de *Locro sin grasa* [Fotografía], por Cienradios, 2020, <https://ar.cienradios.com/locro-sin-grasa-receta-paso-a-paso-para-lograr-los-mismos-sabores/>.

Crema de choclo con pollo Crema de choclo, papas, carne de pollo, cilantro y cebolla picada. \$ 2.10

Figura 38

Crema de choclo con carne



Nota. Tomado de *Crema de choclo con pollo* [Fotografía], por Recetas Nestle, 2019, <https://www.recetasnestlecom.ec/recetas/so-pas-y-cremas/crema-de-choclo-con-pollo-y-choclo-asado>.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 21

Plato fuerte

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Bistec a la plancha con puré de papas	Puré de papas, filete de carne, zanahoria y cebolla verde picada.	\$3.80	Figura 39 <i>Bistec a la plancha con puré de papas</i>
			
			<i>Nota.</i> Tomado de <i>Bistec a la plancha con puré de papas</i> [Fotografía], por Comiendo en la ciudad, 2021, http://www.comiendoenla.com/bistec-a-la-plancha-con-pure-de-papas/ .

Carnes coloradas

Carne colorada con papas tortillas, tostado, aguacate, mote, lechuga y ensalada de cebolla y tomate.

\$ 5.35

Figura 40

Carnes coloradas



Nota. Tomado de *Carnes coloradas* [Fotografía], por Cocina ecuatoriana, S/f, <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/plato-principal/carne-colorada>.

Guiso de fideo con carne

Carne de res con fideos, cebolla tomate y cilantro salteado.

\$ 4.50

Figura 41

Guiso de fideo con carne



Nota. Tomado de *Guiso de fideo con carne* [Fotografía], por Magui Ortiz, 2019, Cookpad <https://cookpad.com/ec/recetas/6818489-guiso-de-fideocon-carne-económico>.

Fritada

Carne de cerdo, habas, choclo, queso y ensalada de tomate con cebolla.

\$ 5.00

Figura 42

Fritada



Nota. Tomado de *Fritada* [Fotografía], por Nestle, 2019, <https://www.recetasnestle.com.ec/platos-fuertes/fritada>.

Truchas frita

Trucha, papas, lechuga, ensalada de tomate con cebolla, limón y cilantro.

\$ 3.65

Figura 43

Trucha frita



Nota. Tomado de *Trucha frita* [Fotografía], por Recetas, 2019, <https://recetas.arrozconleche.info/2019/07/trucha-frita.html>.

Nota. Elaborada por la autora

Menú de Comida vegetariana

Tabla 22

Desayuno de la hacienda

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Desayuno de la casa	Tostada o pan integral, queso, mermelada de mora, café, té o leche, huevos, jugo de tomate, naranja o chilguacán y ensalada de frutas.	\$ 4.20	Figura 44 <i>Desayuno de la casa</i>  <i>Nota.</i> Tomado de <i>Desayuno saludable</i> [Fotografía], por La Vanguardia, 2019, https://www.lavanguardia.com/comprar/201

Desayuno Súper saludable Cereales, fruta, yogurt natural, té, leche o chocolate, jugo de mora, tomate o chamburo, pan integral, mermelada, huevo y queso.

\$ 8.20

Figura 45

Desayuno Super saludable



Nota: En caso de requerir un jugo de sabor diferente se le ayudará siempre y cuando el turista tome en cuenta los productos existentes en el lugar.

Nota. Tomado de *Desayuno saludable* [Fotografía], por Propatiens, 2020, <https://news.propatiens.com/prevenir-la-dia-betes-desayuno/>.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 23

Locros y cremas

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Crema de brócoli	Crema de brócoli, cebolla y cilantro picado con trocitos de papas y aguacate.	\$ 1.80	Figura 46 <i>Crema de brócoli</i>  <i>Nota.</i> Tomado de <i>Crema de brócoli</i> [Fotografía], por Recetas Nestle, 2019, https://www.recetas-nestle.com.mx/recetas/cremas-y-sopas/crema-de-brocoli .

Crema de aguacate

Crema de aguacate con papas, cebolla y cilantro picado y tostado.

\$ 2.25

Figura 47

Crema de aguacate



Nota. Tomado de *Crema de aguacate* [Fotografía], por Antojando ando, 2021, <https://antojandoando.com/recetas/sopas-y-cremas/crema-de-aguacate/>.

Locro de acelga

Acelga, papas picadas, choclos, cebolla y cilantro picado.

\$ 2.80

Figura 48

Locro de acelga



Nota. Tomado de *Locro de acelga* [Fotografía], por Receta land, <https://receta.land/locro-de-acelga-ecuatoriano>.

Crema de choclo

Choclos licuados, papas picadas \$ 1.70
en trozos, cebolla y perejil
picado.

Figura 49


Crema de choclo



Nota. Tomado de *Crema de choclo* [Fotografía], por Recetas Nestle, 2019, <https://www.recetasnestle.com.ec/recetas/cremas-y-sopas/crema-de-choclo>.

Tabla 24

Plato Fuerte

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Tortilla de champiñón y queso	Tortillas de champiñón y queso en salsa de ají y tomate.	\$ 4.00	<p data-bbox="1429 523 1570 552">Figura 50</p> <p data-bbox="1429 603 1868 632"><i>Tortitas de champiñón y queso</i></p> 

Nota. Tomado de *Tortitas de champiñón y queso* [Fotografía], por kiwilimón, 2020, <https://www.kiwilimon.com/receta/platos-fuertes/mexicanos/tortitas-de-champinones-con-queso>.

Tortillas de quínoa y calabaza en salsa verde Tortillas de quínoa, calabaza y papas en salsa verde acompañado de aguacate y cilantro picado. \$ 2.15

Figura 51

Tortitas de quínoa y calabaza en salsa verde



Nota. Tomado de *Tortitas de quínoa y calabaza en salsa verde* [Fotografía], por kiwilimón, 2020, <https://www.kiwilimon.com/receta/saludables/tortitas-de-quinoa-y-calabaza-en-salsa-verde>.

Ensalada de pasta con papas Ensalada de pasta que contiene aguacate, choclo, tomate y cebolla morada \$ 2.15

Figura 52

Ensalada de pasta con papas

acompañado con papas y cilantro picado.



Nota. Tomado de *Ensalada de pasta* [Fotografía], por Recetas de Laylita, 2021, <https://www.laylita.com/recetas/ensalada-de-pasta-con-maiz-aguacate-y-tomate/>.

Nota: Elaborado por la autora.

Los demás platos detallados a continuación serán consumidos de acuerdo a los gustos del turista, tanto para acompañar a los menús de comida tradicional como a los menús de comida vegetariana.

Tabla 25

Entradas

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Ensalada rusa	Papas, zanahorias, arvejas, cubos de manzanas, apio, cebolla y mayonesa.	\$ 2.50	Figura 53 <i>Ensalada rusa</i> 

Nota. Tomado de *Ensalada rusa* [Fotografía], por Recetas de Laylita, 2019, <https://www.laylita.com/recetas/ensalada-rusa/>.

Ceviche de chochos

Chochos, cebollas, tomates, cilantro, limón y salsa de tomate. Se sirve con maíz tostado y chifles

\$ 1.75

Figura 54

Ceviche de chochos



Nota. Tomado de *Ceviche de chochos* [Fotografía], por Recetas de Laylita, 2021, <https://www.laylita.com/recetas/ceviche-vegetariano-de-chochos/>.

Choclo con habas

Habas y choclo, con queso, aguacate y ensalada.

\$ 2.80

Figura 55

Choclo con habas



Nota. Tomado de *Choclo con queso y habas* [Fotografía], por Aneta express, <https://tienda.aneta.org.ec/product/vegetarianos-choclo-con-queso-y-habas-2>.

Lasaña

Lasaña de carne con salsa de tomate y queso mozzarella.

\$ 4.45

Figura 56

Lasaña Ecuatoriana




Nota. Tomado de *Lasaña de carne y queso* [Fotografía], por Cocina ecuatoriana, s/f, <https://www.cocinaecuadoriana.com/recetas/plato-principal/lasana-de-carne>.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 26

Bebidas

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Colada morada	Colada de mora con fresas	\$ 1.85	Figura 57 <i>Colada morada</i>  <i>Nota.</i> Tomado de <i>Colada morada</i> [Fotografía], por Recetas de Laylita, 2021, https://www.laylita.com/recetas/colada-morada/ .

Café/ Chocolate/ Té Agua y café/ agua y hierbas aromáticas/ agua y chocolate

0.50

Figura 58

Té y café



Nota. Tomado de *Té y café* [Fotografía], por El Español, 2021, https://www.elespanol.com/ciencia/salud/20180627/mejor-café-guiadefinitiva-acabar-gue-rra/318219073_0.html.

Jugo de chilguacán/ chamburo Chilguacán licuado

\$ 0.60

Figura 59

Jugo de chilguacán o chamburo



Nota. Tomado de *Jugo de chilguacán* [Fotografía], por Photofollies, 2021, shutterstock <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/babaco-milkshake-glass-on-white-background-102382135>.

Jugo de naranja

Naranja exprimida

\$ 0.60

Figura 60

Jugo de naranja



Nota. Tomado de *Análisis nutricional de un zumo de naranja* [Fotografía], por Juan Lara, S/f, Vitónica <https://www.vitonica.com/alimentos/analisis-nutricional-de-un-zumo-de-naranja>.

Jugo de mora

Mora licuada

\$ 0.60

Figura 61

Jugo de mora



Nota. Tomado de *Jugo de mora* [Fotografía], por Amelie, 2017, Ecopack <https://ecopack2017.wordpress.com/jugos/>.

Jugo de tomate de árbol Tomate licuado

\$ 0.60

Figura 62

Jugo de tomate



Nota. Tomado de *Jugo de tomate* [Fotografía], por Fruco, 2017, <https://www.facebook.com/frucoec/posts/1710234742325468/>.

Jugo de granadilla Granadilla licuada

\$ 0.60

Figura 63

Jugo de granadilla



Nota. Tomado de *Fresco de granadilla* [Fotografía], por Recetas de Costa rica, S/f, <https://www.recetascostarica.com/recetas/bebidas/fresco-de-granadilla>.

Limonada

Limón licuado con cáscara y presentación con una rodaja de limón

\$ 0.60

Figura 64

Limonada



Nota. Tomado de *Limonada brasileña* [Fotografía], por Recetas Nestle, 2019, <https://www.recetasnestle.com.mx/recetas/bebidas/limonada-brasilena>.

Batido de mora, Mora, guanábana, tomate,
tomate, guanábana, o taxo licuado en leche
taxo.

\$ 1.30

Cada vaso

Figura 65

Batidos de frutas




Nota. Tomado de *Bebidas super poderosas para subir las defensas* [Fotografía], por Luz, 2020, <http://luz.perfil.com/2020/03/17/bebidas-superpoderosas-para-subir-las-defensas/>.

Nota. Elaborado por la autora.

Se realizarán batidos de diferentes frutos según el gusto de los turistas si no desean los mostrados en el menú general, en caso que lo requieran, los cuales tendrán el mismo valor de los batidos mostrados en este cuadro. Para ello se les informará a los turistas con que frutos cuenta la hacienda para su posterior preparación.

Tabla 27

Postres

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Dulce de chilguacán/ chamburo	Chilguacán en panela	\$ 1.00	Figura 66 <i>Dulce de chilguacán</i>  <i>Nota. Tomado de Dulce de papaya de montaña [Fotografía], por Marco Antonio Correa, 2019, https://www.lifeder.com /chigualcan/.</i>

Morocho con leche/ Moroco con leche \$ 1.30
Arroz con leche semidescremada, canela y pasas.

Figura 67

Morocho con leche



Nota. Tomado de *Morocho con leche* [Fotografía], por Recetas Nestle, 2019, Nestlé S.A <https://www.recetas.nestle.com.ec/recetas/la-lechera/morocho-de-leche>.

Kivevé Calabaza con queso y dulce \$ 1.30

Figura 68

Kiveve



Nota. Tomado de Kivevé [Fotografía], por Recetas, 2021, Día <https://recetas.dia.es/receta/kiveve>.

Dulce de higos Higos cocidos en panela y queso \$ 1.75

Figura 69

Dulce de higos



Nota. Tomado de *Dulce de higos* [Fotografía], por Recetas de Ecuador, S/f, <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/reposteria/dulce-de-higos>.

Vasitos de mango con yogurt y chía Mango, yogurt y chía. \$ 2.30

Figura 70

Vasitos de mango con yogurt y chía



Nota. Tomado de *Vasitos de mango, yogur y semillas de chía. Receta saludable* [Fotografía], por Liliana Fuchs, 2016, Vitónica <http://luz.perfil.com/2020/03/17/bebidas-superpoderosas-para-subir-las-defensas/>.

Mousse de fresa y chocolate blanco y **chocolate blanco** Chocolate blanco, gelatina y fresas \$ 3.60

Figura 71

Mousse de fresa y chocolate blanco



Nota. Tomado de *Duo de mousse de chocolate blanco y mousse de fresas* [Fotografía], por Nestlé Cocina, S/f, <https://www.nestlecocina.es/receta/duo-de-mousse-de-chocolate-blanco-y-mousse-de-fresas>.

**Cremolada
granadilla**

de Granadillas

\$ 1.25

Figura 72

Cremolada de granadilla



Nota. Tomado de *Cremolada de granadilla* [Fotografía], por Recetas, S/f, <https://www.recetas.com.bo/content/cremolada-de-granadilla>.

Postre de durazno con gelatina y leche Durazno en gelatina y leche \$ 2.50

Figura 73

Postre de durazno con gelatina y leche



Nota. Tomado de *Postre de durazno* [Fotografía], por Eva López, 2018, Recetas gratis <https://www.recetasgratis.net/receta-de-postre-de-durazno-11741.html>.

Nota. Elaborado por la autora.

Menú para fechas especiales

Para fechas especiales se prepararán diferentes platos de acuerdo con las posibilidades y pedidos de los clientes.

Se ofrecerá platos típicos de la zona, en caso de que lo requieran se les servirá. En caso de que no lo deseen se les servirá los platos generales con los que cuenta el establecimiento sea de comida tradicional o vegetariana. La hacienda estará abierta para hacer platos que puedan degustar los turistas y se sientan en confianza.

Los platos que se ofrecerán en fechas especiales serán los que se encuentran detallados a continuación, los cuales serán de libre elección de acuerdo a lo que deseen consumir, para que degusten los visitantes en el horario de almuerzo o cena según lo deseen. Estos deberán ser reservados con anticipación ya que se les ofrecerá la opción de elegir al momento de la reservación, principalmente en estas fechas donde los turistas viajan junto a sus familiares y amigos, con el fin de brindar comodidad y satisfacción a los turistas.

Tabla 28

Fechas especiales que tomará en cuenta el establecimiento para ofertar platos típicos del sector

Mes	Descripción	Platos
01-enero	Año nuevo	Se ofrecerán platos típicos como el hornado, el cuy y el pollo asado.
14-febrero	Carnaval	
	Día del amor y la amistad	

Primera semana de abril	Semana santa	Se ofrecerá la deliciosa fanesca, y la colada morada.
01-mayo	Día del trabajador	Hornado, cuy y pollo asado.
Segunda semana	Día de la madre	
03-noviembre	Día de los difuntos	Hornado, cuy, pollo asado, colada morada y guaguas de pan.
25-diciembre	Navidad	Hornado, cuy, pollo asado y pavo asado.
31-diciembre	Año viejo	

Nota. Elaborado por la autora.

Cada uno de los platos tendrá sus respectivas bebidas. Estos platos se prepararán de acuerdo a las reservaciones de los turistas. Esto debe ser reservado con anticipación para evitar problemas con la logística. Cada plato tendrá diferente precio y si desean consumir adicional a lo reservado otros platos se les brindará y se les cobrará dependiendo del plato que consuman.

Tabla 29

Platos que se ofrecerán en fechas especiales

Platos	Descripción	Precio	Fotografía
Hornado	Hornado, papas, mote y ensalada.	\$ 3.00 por plato	Figura 74 <i>Hornado</i>



Nota. Tomado de *Hornado* [Fotografía], por Ama la vida TV, 2021, [https://es.wikipedia.org/wiki/Hornado#/media/Archivo:Ama_la_Vida_-_Flickr__Imbabura_Hornado_\(23\)_\(14294973591\).jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Hornado#/media/Archivo:Ama_la_Vida_-_Flickr__Imbabura_Hornado_(23)_(14294973591).jpg)

Cuy asado Cuy con papas, \$ 15.00
 aguacate y por plato
 tostado.

Figura 75

Cuy asado




Nota. Tomado de *Cuy asado con papas - Receta Ecuatoriana* [Fotografía], por Tamales Mexicanos, S/f, <https://tamalesmexicanos.net/cuy-asado-con-papas-receta-ecuatoriana/>.

Pollo asado Pollo con \$ 12.00
 papas, arroz, entero

Figura 76

Pollo asado

	ensalada y salsas.		\$ 3.00		 <p><i>Nota.</i> Tomado de <i>Pollo asado con papas</i> [Fotografía], por Hola! Cocina, S/f, https://www.hola.com/cocina/recetas/20200130159403/pollo-asado-en-horno-de-lena/.</p>
--	--------------------	--	---------	--	---

Fanesca	Mezcla de diferentes granos tiernos, su presentación será con rodajas de huevos y hierbas.		\$ 3.50	Figura 77 <i>Fanesca</i> 
---------	--	--	---------	---

Nota. Tomado de *Fanesca ecuatoriana* [Fotografía], por Recetas de Ecuador, S/f, <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/sopas/fanesca-ecuatoriana>

Colada morada con guagua de pan	Colada de mora trozos de fresa	de con de y	\$ 2.25	Figura 78 <i>Colada morada con guagua de pan</i>
---------------------------------	--------------------------------	-------------	---------	--

guagua de
pan



Nota. Tomado de *Colada morada* [Fotografía], por Recetas de Ecuador, S/f, <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/bebidas/colada-morada>.

Pavo asado

Pavo con
papas, mote y
salsas.

\$ 55

Figura 79

Pavo asado

Nota: este plato solo será preparado por entero, no se venderá por trozos. Ideal para grupos.



Nota. Tomado de *Pavo asado tradicional* [Fotografía], por Recetas Latinas, 2019, Recetario de cocina fácil <https://juegoscocinarpasteleria.org/pavo-asado-traditional/>.

Nota. Elaborado por la autora. Los platos especiales solo serán realizados si son reservados con anticipación para las fechas asignadas o en caso de requerirlo fuera de esas fechas también se estará a disposición de los clientes. Si los turistas desean platos fuera de los mencionados en este cuadro, la hacienda procederá a prepararlos siempre y cuando lo reserven con anticipación.

Cartas de los menús fusionados con toques de comida internacional

Figura 80

Carta de la comida tradicional y comida vegetariana



Figura 81

Carta de entradas, bebidas y postres



Nota. Elaborado por Autora a partir de Sparkpost.

3.2.2.6 Modo de preparación de los platos.

➤ Menú tradicional fusionado con lo internacional

✓ Desayuno de la casa

Ingredientes

- Agua
- Leche
- Café
- Hierba aromática
- Azúcar
- Queso
- Huevos
- Pan integral
- Mermelada
- Tomate de árbol, naranja y chilguacán
- Papaya
- Banano
- Sandía
- Piña
- Fresa

Preparación

Para el jugo, té o café se hará hervir el agua posterior a ellos se le ofrecerá al cliente que deguste de lo que desee sea este café o té, parte del agua se le licuará con la fruta que el cliente desee, en caso de requerir leche se le hervirá de igual forma, los huevos serán preparados al gusto del cliente y la ensalada de fruta será por lo general de sandía, piña, papaya, plátano y fresa cortados en cubos. El pan será servido con queso y una porción de mermelada.

✓ **Caldo de gallina criolla**

Ingredientes

- Agua
- Gallina criolla
- Cebolla paiteña picada
- Apio en cubos
- Zanahoria blanca y papas en cubos
- Ajo picado fino
- Comino
- Pimienta
- Sal
- Aceite de achiote
- Tomates picados
- Pimiento verde picado
- Zanahoria amarilla picada
- Arveja
- Cilantro y cebolla larga
- Arroz

Preparación

Para el caldo

1. Calentar una olla grande y agregar un chorrito de aceite, luego, agregar la gallina y dorar la piel.
2. Añadir el ajo y demás vegetales, removiendo hasta dorar.
3. Agrega el agua, removiendo la base de la olla para evitar que se peguen los ingredientes. Llevar a fuego medio y dejar cocinar por, mínimo, 2 horas.
4. Una vez listo el calor, retirar el pollo y trocearlo en octavos. Cierne o filtra el caldo, y reservarlo.

Para el refrito

5. En una olla grande y bien caliente, saltea las cebollas, ajo, pimienta y zanahorias. Cuando notes que la cebolla se empieza a caramelizar o hacer un poco transparente, agrega el tomate picado y las arvejas.
6. Añade el arroz y revuelve bien por un minuto.
7. Agrega el pollo desmenuzado, sin huesos ni piel, y luego, todo el caldo. Deja cocinar a fuego lento por 20 minutos.
8. Por último, agrega el cilantro. En un plato hondo sirve el caldo, una presa de pollo y una papa. Decora con un poco de cebolla blanca y cilantro picado.

✓ Locro de papas

Ingredientes

- Aceite de achiote
- Cebolla perla picada
- Papas picadas en cubos
- Agua
- Leche entera
- Queso fresco
- Zanahoria
- Cebolla larga
- Cilantro
- Pimiento
- Aguacate
- Tostado
- Aceite

Preparación

1. Primero deberá elaborar un refrito en aceite, con la cebolla, ajo y achiote.
2. Pelar las papas, cortarlas en cubos medianos y agregar a la preparación anterior.

3. Agregar agua y dejar cocer hasta que las papas estén ligeramente desechas.
4. Al final sazonar con sal, pimienta, agregar queso picado y leche, cocine por 15 minutos más, mezclando esporádicamente.
5. Se puede añadir al final más papas picadas en cubos, aguacate y cilantro picado (Recetas Ecuador, s/f).

✓ **Locro de zapallo con carne de cerdo**

Ingredientes:

- Carne de cerdo
- Zapallo
- Pimiento rojo
- Pimiento verde
- cebolla larga
- Cilantro
- Ajo
- Sal
- Comino
- Aceite
- Choclo
- Aguacate

Preparación

1. El primer paso, es cortar la carne de chancho en cuadrados pequeños. Y dejar reservar para usarlo después. No olvide de lavar la carne siempre.
2. Condimentar la carne de cerdo cortada en pequeño, y añadir ajinomoto, comino y pimienta). Dejamos y reservar.

3. Sobre una olla mediana, añadir los ajíes (rojo y amarillo), y un poco de aceite. Y dejar dorar hasta que suene. Añadir 2 cucharadas de ajo molido y mover.
4. Añadir el zapallo cortado en dados pequeños, y dejar dorar. Añadir un poco de agua para no dejar que la maceración se quemé.
5. Dejamos cocinar a fuego lento, y observar de vez en cuando. Apagar cuando el zapallo esté bien cocinado y esté hecho crema.
6. Probamos sabor y condimentamos si es que faltase algo (ACL Recetas, 2019).

✓ **Crema de choclo con pollo**

Ingredientes

- Huevos
- Crema de leche
- Agua, Choclo
- Papas
- Cilantro
- Pollo
- Sal y pimienta
- Leche

Preparación

- 1.- Licúa el choclo tierno y crema de leche hasta que quede una mezcla homogénea
- 2.- Prepara el caldo de pollo a fuego medio y condiméntalo con sal y pimienta.
- 3.- Cuando tenga sabor, le agregas la mezcla de choclo y leche, las pechugas de pollo, papas y las claras de huevo.

4.- Deja cocinar por 10 minutos a fuego suave y ve probando y corrigiendo con sal y si quieres puedes ponerle un poco de salsa de soya, pero no mucha.

5.- Revuelve hasta que espese y listo.

7.- Antes de servir agrega las hojas de cilantro picadas y cebolla larga (Lechera Andina, S/f).

✓ **Bistec a la plancha con puré de papas**

Ingredientes

- Filete de res
- Papas
- Zanahoria
- Ajo
- Cebolla larga
- Cilantro
- Pimiento
- Aceite
- Sal y pimienta

Preparación

1. Precalentar el horno a 425 grados. Lavar todas las verduras. Pelar y cortar las zanahorias en diagonal en trozos gruesos. Cortar las papas en trozos de ½ pulgada. Cortar en rodajas finas las cebollas, separando las partes blancas de las verdes. Pelar y picar el ajo.
2. Mezclar las zanahorias en una bandeja para hornear con una gran cantidad de aceite. Sazonar con sal y pimienta. Poner la bandeja en la rejilla superior

del horno hasta que estén tiernas y doradas en los bordes, cerca de 20-25 minutos. Retirar del horno.

3. Poner las papas en una olla grande con suficiente agua con sal. Hervir y cocinar. Reservar ½ taza de agua para cocinar las papas; escurrir. Derretir 1 cucharada de mantequilla en una olla vacía a fuego medio. Agrega el ajo y cocinar por, 1 minuto. Regresar las papas a la olla; tritura y mezcla con la crema agria hasta que quede suave y cremosa, agregando poco a poco el agua de cocción reservado. Condimentar con sal y pimienta.
4. Mientras las papas se cocinan, sazonar los filetes de carne con sal y pimienta. Calentar una cucharada de aceite en una sartén a fuego medio-alto. Agrega el bistec y cocinar a la temperatura deseada. Retirar del calor y cortar.
5. En la sartén donde se cocinaron los filetes, derrite mantequilla. Agrega las cebolletas blancas y cocina de 1-2 minutos. Sazonar con sal y pimienta
6. Corta los filetes. Dividir el bistec, el puré de papas y las zanahorias entre los platos. Verter la salsa sobre el bistec y las papas y servir (Themes, 2021).

✓ **Carnes coloradas**

Ingredientes

- Carne de cerdo
- Ajo
- Cebolla colorada
- Achiote en polvo
- Comino
- Orégano
- Limón
- Cerveza
- Aceite
- Sal
- papas
- maíz
- Aguacate

- Mote
- Lechuga
- Tomate riñón

Preparación

1. Licuar los dientes de ajo, la cebolla colorada, el achiote molido, el orégano, 2 cucharaditas de sal, el jugo de limón y la cerveza hasta obtener un puré.
2. Colocar los trozos de carne y el licuado en un tazón de vidrio o plástico, cubrir y dejar reposar en la refrigeradora durante unas 2 horas.
3. Calentar el aceite en una sartén de buen tamaño, agregar las semillas de achiote y cocinar a fuego lento durante unos 15 minutos hasta que el color de las semillas se haya transferido al aceite. Retirar las semillas del aceite.
4. Anadir la carne al mismo sartén con el aceite de achiote. Cocinar hasta que todo el líquido se haya reducido y la carne se empiece a dorar. Revolver con frecuencia y ajustar la sal.
5. Servir la carne colorada acompañada con aguacate, curtido de cebolla, chulpi y otras guarniciones ecuatorianas (Recetas de ecuador, S/f).

✓ Guiso De fideo con carne

Ingredientes

- Paquetes de fideo
- Tomates
- Cebolla colorada
- Carne de ternera
- Comino
- Orégano
- Ajo
- Aceite
- Sal

- Pimiento
- Zanahoria

Preparación

1. Picar la cebolla y el pimiento en pequeños trocitos. Y la carne como más prefiera (en trozos grandes o bocados pequeños).
2. En una olla agregar un chorrito de aceite, la cebolla y el pimiento hasta que se dore.
3. Cuando la cebolla está dorada agregar la carne, y los condimentos/sal al gusto. Agregar el puré de tomate y agua hasta que ésta tape la carne. Dejar cocinar a fuego lento.
4. Una vez que hierve agregar el fideo y, en caso de necesitar agregar también más agua hervida, por lo general la pasta se cocina diez minutos. Apagar el fuego y dejar reposar con la olla tapada antes de los 10 minutos de servir (Ortiz M. , 2019).

✓ Fritada

Ingredientes

- Habas
- Choclos
- Queso
- Carne de chancho
- Comino
- Orégano
- Ajo
- Sal
- Pimiento
- Zanahoria

- Tomate
- Cebolla colorada

Preparación

1. Sazone la carne de chanco con el comino molido, ajo machacado, sal y pimienta. Si tiene tiempo deje reposar en la refrigeradora por un par de horas.
2. Ponga la carne de chanco, la cebolla, el chalote, los dientes de ajo enteros y el agua en una sartén grande y cocine hasta que ya casi no quede nada de agua.
3. Añada el jugo de naranja y cocine hasta se reduzca todo el liquido
4. La carne se empieza a dorar, con una cuchara de palo revuelva la carne de vez en cuando para evitar que se queme. Cocine la carne hasta que todos los trozos estén dorados.
5. Servir con habas, choclos, queso y encurtido (Pujol, Fritada de chanco, 2021).

✓ Trucha Frita

Ingredientes

- Truchas
- Papas
- Lechuga
- Comino
- Cilantro
- Ajo
- Sal
- Pepinillo
- Limón
- Tomate

- Cebolla colorada

Preparación

1. Primero se le quita la escama, se limpia el pescado, luego se le quita la menudencia y se procede a cortarlo; se sazona con ajo, sal, pimienta y comino; lo dejamos que se macere por un espacio de media hora luego se embadurna con harina y se procede a freírlo en abundante aceite bien caliente hasta que quede bien dorado.
2. Mientras tanto se sancocha las papas o pueden ser fritas. Una vez listo se sirve el pescado frito con la papa, acompañado de una ensalada de lechuga (Recetas ecuador, S/f).

➤ **Menú vegetariano fusionado con lo internacional**

✓ **Desayuno Súper Saludable**

Ingredientes

- Agua
- Leche
- Chocolate
- Hierba aromática
- Splenda
- Queso
- Pan integral
- Tomate de árbol
- Mora
- Chamburo
- Sandía
- Piña

- Kiwi
- Cereales
- Yogurt natural Tony

Preparación

1. Hervir el agua para el té o chocolate si lo desean los comensales o la leche, preparar el pan integral con queso, el jugo y la ensalada de fruta acompañada con yogurt y cereales. El jugo será de la fruta que el cliente desee y como lo desee, siempre y cuando sea de posibilidad de la hacienda.

✓ Crema de brócoli

Ingredientes

- Brócoli
- Cebolla larga
- Zanahoria
- Ajo, Comino y Orégano
- Sal y Pimiento
- Aceite
- Papas en cubos
- Agua
- Cilantro
- Aguacate

Preparación

1. Preparar la crema lavando bien el brócoli, luego escurrir bien y trocear en trozos, quitar las partes más gruesas del tallo, y dejar solo las partes más

tiernas. Pelar la zanahoria y la cebolla, picar las dos en trozos no muy grandes. Pelar los dientes de ajo y cortar en forma de láminas.

2. Al acabar de preparar todos los ingredientes, coger una cacerola de buen tamaño y proceder a calentar con un chorreón de aceite. Comenzar sofriendo los dientes de ajo y la cebolla, y a los dos o tres minutos agregar la zanahoria picada y el brócoli picado, junto a un poco de sal por encima. Cuando empiecen a dorarse estos ingredientes cubrir todo con el caldo de pollo o verduras y dejar cocinar a fuego medio hasta obtener todas las verduras bien blanditas.
3. Enseguida batir todo el contenido de la cacerola para que quede todo bien triturado. Salpimentar al gusto y volver a cocinar a fuego medio unos 5 o 6 minutos para que se espese un poco la mezcla y se integren bien todos los sabores. Al finalizar ya se tendrá la rica crema de brócoli lista para comer en caliente, o bien para reservarla hasta la hora de comer (Receta brocoli, 2017).

✓ **Crema de aguacate**

Ingredientes

- Aguacates Hass
- Mantequilla
- Zanahoria
- Ajo
- Comino
- Orégano
- Sal
- Pimiento
- Aceite
- Papas en cubos
- Agua
- Cilantro
- Cebolla

- Leche baja en grasa
- Maíz

Preparación

1. Abrir los aguacates por la mitad, pelarlos y quitarles la semilla.
2. Hacer un puré con la pulpa de los aguacates.
3. Poner en una olla a fuego medio-alto el aceite y la mantequilla hasta que derrita.
4. Agregar la cebolla picada. Dejar hasta que la cebolla esté transparente.
5. Agregar el orégano, pizca de sal y pimienta. Revolver con una cuchara.
6. Incorporar el puré de aguacate, seguir revolviendo.
7. Agregar la leche, las papas picadas, sal y pimienta.
8. Cocinar a fuego medio-bajo 15 minutos o hasta que la papa esté cocida. Revolver con frecuencia.
9. Verificar sabor. Pasar la mezcla por el procesador, batidor de mano o licuadora solo un poco hasta obtener la consistencia deseada. Esta es una mezcla caliente por lo que se debe tener precaución.
10. Servir caliente decorándola con tajadas de aguacate muy delgaditas y un toque de cilantro picado (Stern, 2021).

✓ **Locro de acelga**

Ingredientes

- Papas en cubos
- Aceite
- Zanahoria
- Ajo
- Comino
- Queso

- Sal
- Acelga
- Aceite
- Agua
- Cebolla morada
- Cilantro
- Cebolla larga
- Choclo

Preparación

1. En una olla agrega las papas cortadas, cilantro picado, ajo, zanahoria y sal, cocina durante 15 min hasta que las papas estén ligeramente cocidas.
2. En un sartén añade un poco de aceite de girasol y sofríe la cebolla cortada en pluma durante 5-10 min.
3. Añade el sofrito a la olla junto con la acelga y deja cocinar las papas.
4. Mientras las papas se van cocinando ve ligeramente aplastándolas para que se forme el locro.
5. Cuando las papas estén cocidas, agrega el cilantro, el queso desmenuzado y la leche, deja hervir durante 5 min más.
6. Listo, el locro de acelga típico del ecuador está listo para servir (Receta.Land, S/f).

✓ Crema de choclo

Ingredientes

- Choclo
- Pimiento
- Agua
- Cebolla larga
- Papas
- Perejil

- Comino
- Pimienta
- Sal
- Maíz
- Zanahoria
- Aceite

Preparación

1. Pelar y picar la cebolla, colocar en una olla a sofreír con aceite sal y pimienta.
2. Cuando la cebolla este transparente añada las papas picadas en dados y el choclo.
3. Cubra con agua y coloque media cucharadita de comino.
4. Cuando las papas estén blandas retire del fuego, y licue.
5. Al servir adorne con unos granos de choclo entero, pimienta y perejil (Recetas vegetarianas, S/f).

✓ Tontillas de champiñón con queso

Ingredientes

- Champiñón
- Queso fresco
- Fécula de maíz
- Huevo
- Ajo en polvo
- Sal
- Aceite
- Cebolla paiteña
- Cilantro
- Ají

- Tomate

Preparación

1. Pica los champiñones finamente y mézclalos en un recipiente con el queso fresco, la fécula de maíz, la crema, el huevo, el ajo en polvo, la nuez moscada y la sal.
2. Licúa el jitomate, la cebolla, el ajo, el cilantro, el chipotle y el caldo de verduras. Cocina durante 15 minutos.
3. En una sartén con aceite caliente, con ayuda de una cuchara, vierte la mezcla de los champiñones y forma las tortitas. Fríe por 5 minutos; quita el exceso de grasa.
4. Una vez que tienes las tortitas listas, mezcla con la salsa caliente y sírvelas en un plato. Decora con queso fresco y cilantro (González Y. , 2021).

✓ Tortillas de quínoa y calabaza

Ingredientes

- Quínoa
- Calabaza
- Cilantro
- Cebolla larga
- Papas
- Choclo
- Comino
- Pimienta
- Sal
- Ají
- Ajo en polvo
- Tomate verde

- Agua
- Aguacate
- Aceite

Preparación

1. Para las tortitas, procesa la papa en un procesador para alimentos hasta obtener un puré.
2. En un recipiente, mezcla el puré de papa con la quínoa, la calabaza, el cilantro, los granos de elote, la cebolla en polvo, el ajo, el pan molido, la sal y la pimienta.
3. Forma tortitas con las manos y fríe en una sartén a fuego medio con aceite vegetal hasta que estén doraditas por ambos lados. Escurre sobre papel absorbente y reserva.
4. Para la salsa, en una ollita a fuego medio calienta una cucharada de aceite vegetal, fríe los tomates, el ajo, la cebolla y los ajíes. Agrega el agua y cocina 15 minutos. Enfría.
5. Licúa la preparación anterior junto con el cilantro. Regresa a la olla y cocina alrededor de 10 minutos o hasta que espese. Sazona.
6. Sirve las tortitas bañadas con la salsa, decora con perejil y granitos de choclo amarillo (Ávila, 2021).

✓ Ensalada de pasta con papas

Ingredientes

- Ingredientes
- Pasta
- Aguacate
- Choclo
- Tomate y limón

- Cebolla paiteña
- Sal
- Aceite
- Comino
- Cilantro
- Papas

Preparación

1. Cocinar las pastas de acuerdo a las instrucciones del paquete. Puede agregar los granos de choclo tierno durante los últimos 4-5 minutos de cocción de la pasta. Si el choclo necesita más tiempo de cocción cocinarlo aparte.
2. Escurrir la pasta y el choclo. Deje que se enfríe un poco.
3. Para el aderezo, poner el jugo de limón, el aceite de oliva, la sal y la pimienta en un recipiente o en frasco pequeño. Mezclar bien.
4. Poner la pasta en una ensaladera grande. Agregar los tomates picados, las cebollas rojas picadas, el comino y el cilantro picado.
5. Añadir el aderezo a la ensalada y mezclar bien.
6. Si se va a servir inmediatamente agregar el aguacate. De lo contrario, se puede guardar la ensalada en la refrigeradora y agregar el aguacate justo antes de servir, servirlo con papas (Pujol, Ensalada de pasta con maíz, aguacate, y tomate, 2021).

➤ **Entradas generales para los dos menús**

✓ **Ensalada rusa**

Ingredientes

- Arveja
- Zanahoria
- Papas

- Cilantro
- Lechuga
- Sal
- Ajo
- Choclo
- Tallos de apio
- Manzanas en cubos
- Cebolla larga
- Limón
- Mayonesa

Preparación

1. Cocer los granos junto a las papas y los tallos de apio previamente cortados.
2. Cuando ya estén listos mesclar con todos los condimentos en una fuente.
3. Refrigerar hasta que esté listo para servir (Pujol, Ensalada rusa, 2021).

✓ **Cevichochos**

Ingredientes

- Chochos
- Cebolla paiteña
- Tomate
- Cilantro
- Limón y naranja
- Sal
- Salsa de tomate
- Maíz
- Verde

- Aceite

Preparación

1. Ponga las rodajas de cebolla colorada en un recipiente, espolvoree con sal y cubra con agua tibia. Deje remojar durante unos 10 minutos, luego cierna el agua y enjuague las cebollas con agua fría.
2. Mezcle la cebolla lavada, las rebanadas de tomate, los chochos, la salsa de tomate, el cilantro picado, el jugo de limón, el jugo de naranja, la aceite de oliva y la sal.
3. Deje macerar o marinar al ceviche de chochos durante un par de horas en la refrigeradora antes de servir.
4. Sirva el ceviche bien frío con maíz tostado, chifles o chips de plátano verde (Pujol, Ceviche (vegetariano) de chochos, 2021).

✓ Choclo con habas

Ingredientes

- Choclos
- Habas
- Queso
- Aguacate

Preparación

1. Cocer las habas y los choclos en ollas diferentes.
2. Luego preparar el queso cortándolo.
3. El aguacate cortarlo igual en rodajas al momento de servirlo.

✓ **Lasaña de carne y queso**

Ingredientes

- Queso mozzarella
- Carne de res
- Carne de cerdo
- Mantequilla
- Harina
- Sal
- Aceite
- Salsa para pizza
- Vino blanco
- Romero
- Albahaca
- Pasta para lasaña

Preparación

1. Comenzar colocando la mantequilla en una olla. Una vez derretida agregar harina, leche, sal, pimienta y nuez moscada. Mezclar bien hasta espesar y dejar reposar por un momento.
2. Aparte en un sartén realizar la salsa boloñesa. Comenzar colocando el aceite, la carne molida de res y de cerdo, revolver hasta que se cocine, agregar la salsa para pizza y revolver hasta mezclar bien.
3. Luego agregar vino blanco, una ramita de romero, cocinar y dejar reducir. Seguido agregar la sal, pimienta, albahaca y revolver hasta que reduzca más. Una vez lista retirar del fuego.
4. En una bandeja colocar la pasta, la salsa bechamel por encima, el queso mozzarella, y la carne. Repetir el proceso y por último colocar bastante queso. Cocinar por 200 grados C por 40 minutos (Recetas de Ecuador, S/f).

➤ **Bebidas**

✓ **Colada Morada**

Ingrediente

- Harina de maíz morado
- Pulpa de naranjilla
- Moras, mortiño
- Frutilla
- Piña
- Canela en funda
- Clavo de olor
- Pimienta dulce
- Anís estrellado
- Panela
- Hierbas aromáticas
- Agua

Preparación

1. Poner las cáscaras de piña, el centro de la piña, la canela, clavo de olor, pimienta dulce y la panela en una olla grande con agua. Hervir esta mezcla durante unos 20-25 minutos.
2. Añadir la hierba luisa, el cedrón y la cáscara de naranja.
3. Reducir la temperatura y cocinar a fuego lento durante 10 minutos. Retirar y cernir.
4. En una olla aparte, añadir más agua con los mortiños y las moras, hervir durante unos 20 minutos. Retirar del fuego y dejar enfriar. Luego licuar esta mezcla y cernirlo.
5. Mezclar la taza de la harina de maíz morado con una taza del líquido de piña hasta que esté bien diluido.

6. Agregar la mezcla las frutas licuadas y cernidas, el jugo de naranjilla, el líquido de piña con especias y la harina morada diluida a una olla grande.
7. Cocinar a fuego medio, revolviendo constantemente para evitar que se pegue, hasta que hierva.
8. Agregar los cubitos de piña y cocinar a fuego lento durante unos 10 minutos.
9. Retirar del fuego y agregar las rodajas de fresa (y frutas adicionales).
10. Servir caliente o fría (Pujol, 2021).

✓ **Café**

Ingredientes

- Agua
- Café
- Azúcar
- Leche

✓ **Chocolate**

Ingredientes

- Agua
- Chocolate
- Azúcar
- Leche

✓ **Aguas aromáticas**

- Agua
- Sobres de aromáticas
- Splenda – Stevia

Preparación

1. Hervir el agua y leche para servir a los clientes
2. Luego servirles para que los clientes puedan prepararse su propio café, chocolate o té.
3. Servirles azúcar para que puedan endulzar su bebida o endulzantes naturales como splenda o stevia.

✓ **Jugos de diferentes frutas de la zona**

Ingredientes

- Agua
- Chilguacán
- Chamburo
- Naranja
- Mora
- Tomate
- Granadilla
- Azúcar
- En caso de que el cliente desee endulzantes naturales se les servirá sin problema.

Preparación

1. Hervir el agua suficiente a utilizar. Dejar enfriar el agua y licuar con las frutas a utilizar, entre las disponibles que se servirán a nivel general están: chilguacán, chamburo, naranja, mora, tomate y granadilla.
2. Estas frutas deben estar previamente lavadas y picadas para ser licuadas.
3. Colocar el azúcar necesario porque la fruta ya tiene su propio endulzante.
4. Pasarlo por un colador para evitar las pepas como grumos.

5. Servirlo con cubos de hielo para que puedan degustar los clientes o previamente cuando se licua las frutas.
6. Los jugos serán preparados de acuerdo al gusto del cliente, en caso que requieran un jugo mixto, es decir con diferentes frutos, se le preparará sin problema siempre y cuando tome en cuenta las frutas disponibles de la hacienda.

✓ **Limonada**

Ingredientes

- Agua
- Limón
- Azúcar

Preparación

1. Lavar muy bien los limones, quitarle un poco la cáscara y ponerla en el vaso de la licuadora.
2. Antes de licuar si los limones tienen pepas quitarle. Añadir agua previamente hervida.
3. Licuarlo con azúcar y cernirlo.
4. Servirlo con cubitos de hielo o licuar estos cubos al momento de licuar los limones.

✓ **Batidos de diferentes frutas de la zona**

Ingredientes

- Leche

- Mora
- Tomate
- Guanábana
- Taxo
- Azúcar

Preparación

1. Hervir la leche suficiente a utilizar. Dejar enfriar y licuar con las frutas a utilizar, entre las disponibles que se servirán a nivel general están: mora, tomate, guanábana y taxo.
2. Estas frutas deben estar previamente lavadas y picadas para ser licuadas.
3. Colocar el azúcar necesario porque la fruta ya tiene su propio endulzante.
4. Pasarlo por un colador para evitar pepas y grumos que aun puedan quedar.
5. Cuando esté listo servirlo y si desean los clientes cubos de hielo se les servirá.

➤ **Postres**

✓ **Dulce de chilguacán o Chamburo**

Ingredientes

- Chilguacán/ Chamburo
- Panela
- Canela en funda
- Agua

Preparación

1. Pelar los chilguacanes o chamburos, quitar las pepas, cortar en trozos y poner a cocinar en agua hasta que queden blandas, colocar la panela y canela.
2. Dejar cocer muy bien quitando la espuma que se puede formar.
3. Cuando ya esté listo servirlo acompañado de un trozo de queso.

✓ **Morocho con leche**

Ingredientes

- Leche
- Morocho
- Canela en funda
- Pasas
- Azúcar
- Agua

Preparación

1. Coloca en un recipiente grande el agua y colocar el morocho a remojar desde la noche anterior a su preparación.
2. Tomar una olla y colocar los dos litros de leche semidescremada, aumentar el morocho remojado. Poner las ramas de canela y lleva a cocinar a fuego lento hasta que el morocho este suave, remover de vez en cuando para evitar que se pegue al fondo de la olla.
3. Una vez suave, agregar el azúcar y las pasas. Continuar la cocción durante unos 15 minutos adicionales, removiendo con mayor frecuencia. Una vez listo, servir caliente (Meylin, 2019).

✓ **Kivevé de calabaza**

Ingredientes

- Calabaza o zapallo
- Agua
- Azúcar
- Sal
- Mantequilla
- Harina de maíz
- Queso mozzarella rallado

Preparación

1. Pelar la calabaza y cortar en trozos. Desechar las semillas.
2. Cocinar la calabaza con agua, una pizca de sal y azúcar, hasta que ablande.
3. Escurrir la calabaza y hacer un puré. Reserve el agua.
4. En una olla agregar el puré y añadir parte del agua donde se cocinó. Llevar a cocción a fuego mediano.
5. Incorpore la margarina y la harina de maíz poco a poco y sin dejar de remover.
6. Luego añada el queso y remueva todo muy bien. Retire del fuego y servirlo
(Recetas de Paraguay, S/f).

✓ **Dulce de higos**

Ingredientes

- Higos
- Panela
- Canela-clavo de olor
- Agua

- Queso

Preparación

1. Colocar los higos en un tazón, cubrirlos con agua y dejarlos remojar.
2. Colar los higos en una olla y cubrirlos con agua.
3. Hervir el agua con los higos. Cocinarlos hasta que estén suaves.
4. Retirar del fuego y dejar los higos en el agua en el que se cocinaron.
5. Colocar en una olla grande la panela y las especias. Cocinar a fuego lento hasta que la panela esté completamente disuelta y convertida en almíbar.
6. Añadir los higos y continuar cocinando a fuego lento durante 2 horas hasta que el almíbar se espese. Servir el dulce de higos caliente o frío acompañado con queso (Ecuador, S/f).

✓ Vasitos de mango con yogurt y chía

Ingredientes

- Mango mediano
- Lima
- Yogur natural
- Esencia de vainilla
- Semillas de chía
- Miel

Preparación

1. Lo primero es hidratar las semillas de chía, pues se busca su poder “gelatinoso”. Colocar las semillas de chía en un vaso, dejar reposar como mínimo 30 minutos.

2. Pelar el mango, cortándolo por la mitad y sacando la piel. Cortar el hueso y terminar de sacar toda la pulpa posible, sin desperdiciar los jugos.
3. Colocar en una batidora y triturar muy bien. Añadir un poco de miel y triturar un poco más.
4. Mezclar el puré de mango y repartir en vasitos.
5. Escurrir el yogur, añadir la vainilla y batir hasta dejar una textura cremosa. Colocar encima de mango.
6. Terminar poniendo semillas de chía, dejar reposar y luego servirlo en frío (Fuchs, 2016).

✓ **Mousse de fresa con chocolate blanco**

Ingredientes

- Fresas
- Crema de leche
- Gelatina sin sabor
- Leche entera
- Azúcar
- Zumo de limón
- Hojas de menta
- Chocolate blanco

Preparación

1. Lavar las fresas, cortar e introducir en el *bowl* de la batidora junto con el zumo de un limón y el azúcar. Batir y reservar.
2. Poner la gelatina neutra en un *bowl* con agua fría, por un tiempo de 10 minutos aproximadamente. Escurrir y colocar en un recipiente para microondas con la leche y meter a baja potencia 2 minutos. Retirar y mezclar bien con las fresas.

3. Incorporar suavemente la crema a la mezcla de la gelatina. Poner sobre los vasos que se vayan a servir. Meter los vasos a refrigerar de manera inclinada para que queden el mousse con esta forma. Refrigerar 4 horas.
4. Para el mousse de chocolate blanco, fundir el chocolate al fuego con dos cucharaditas de agua o al microondas al baño maría. Reservando para que se enfríe. Montar hasta mientras la crema y hacer lo mismo que con las fresas, añadir el chocolate fundido suavemente.
5. Verter este mousse sobre los vasos refrigerados cubriendo el restante que se ha dejado libre para rellenar y volver a refrigerar por 3 horas más. A la hora de servir poner alguna fresa por encima y alguna hoja de menta fresca. Listo para servir (Recetinas, 2021).

✓ **Cremolada de granadilla**

Ingredientes

- Granadillas
- Agua
- Azúcar

Preparación

1. Licuar las granadillas rápidamente, dándole solo un par de toques para evitar licuar la pepa.
2. En otra olla calentar a fuego lento el azúcar con agua, moviendo constantemente hasta que este forme un almíbar. Luego dejarlo enfriar totalmente.
3. Agregar el jugo de las granadillas al almíbar y colocar la mezcla en un recipiente de metal para proceder a congelarlo por dos horas.
4. Luego volverlo a licuar y llevarlo nuevamente al congelador. Hasta obtener la consistencia deseada para proceder a servirlo (Recetas, S/f).

✓ **Postre de durazno**

Ingredientes

- Duraznos
- Leche condensada
- Gelatina sin sabor
- Leche entera
- Azúcar
- Agua
- Hojas de menta

Preparación

1. Colocar un poco de azúcar en una olla y ponerlo a fuego lento hasta que se haga un almíbar. Cuando este ya está listo sacarlo y dejarlo enfriar.
2. Colocar los duraznos en rebanadas a cocer aparte, y cuando ya estén listos ponerlos en la olla del almíbar. Aparte, verter en la licuadora la leche condensada, la leche entera y una taza del almíbar previamente reservada, licuarlo.
3. Disolver la gelatina sin sabor en el agua caliente y añadir a la mezcla anterior. En un tazón de vidrio, agregar los duraznos troceados, sobre ellos la mezcla de leches y gelatina. Reservar el postre en el frigorífico durante una hora, o hasta que cuaje completamente.
4. Una vez cuajado, servir este delicioso postre de duraznos. Se lo puede decorar con crema chantilly (López E. , 2018).

➤ **Platos para las fechas especiales**

✓ **Hornado**

Ingredientes

- Cerdo 5 lb
- Sal
- Pimienta
- Comino
- Ajo
- Cerveza
- Achiote

Preparación

Para 16 porciones

1. En un recipiente grande y hondo agregar todas las especias y mezclar bien.
2. Meter la carne de chanco y dejar reposar durante 20-25 min.
3. Machacar los ajos y lo esparcir por toda la carne, tapar el recipiente con papel film o una tapa y dejar reposar durante 1 día o toda la noche.
4. Una vez haya reposado y el cerdo haya absorbido el aliño, agregar una cerveza y dejar reposar durante 3-5 horas más.
5. En una bandeja para hornear agregar el cerdo y hornearlo a 350-400 grados durante 1-3 horas, dependiendo del grosor de la carne.
6. Después de 1 hora de hornear, sacar el cerdo y bañarlo con los propios jugos que ha soltado en la bandeja, repetir este paso varias veces durante todo el tiempo de horneado.
7. Cuando se haya terminado de hornear, retirar la piel y volver a hornear la piel durante 20 min para que quede crocante.
8. Listo, cortar el hornado y desmenuzarlo. Finalmente servirlo con papa, mote, ensalada y lechuga (Receta.Land, S/f).

✓ **Cuy asado con papas**

Ingredientes

- 1 cuy
- 1 cucharadita de achiote
- 1 cucharadita de comino
- 8 dientes de ajo
- 2 cucharadas de sal
- Pimienta negra
- 2 cucharadas de manteca de cerdo
- Papas
- Maíz
- Aguacate

Preparación

Para 1 a 2 personas

1. Batir el achiote con el comino, sal y pimienta. Mezclar con la manteca.
2. Adobar el cuy por dentro y por fuera con la mezcla ya hecha. Dejar reposar por tres o cuatro horas.
3. Ensartar el cuy con un pincho grande, atándole las patas.
4. Asarlo con carbón, voltearlo y bañarlo continuamente con el adobo hasta que esté bien asado.
5. Finalmente servirlo con papas, tostado y aguacate (Comida ecuatoriana, S/f).

✓ **Pollo asado**

Ingredientes

- 1 pollo (de unos 1.600 g. aproximadamente)

- 1 limón
- 60 ml. aceite de oliva
- 1 cucharada sopera de tomillo seco
- dientes de ajo
- Sal y pimienta negra
- Papas medianas
- Tomate
- Cebolla paiteña
- Arroz
- Salsa de tomate y mayonesa

Preparación

Rinde 6 porciones

1. Lo primero es limpiar el pollo de posibles restos de grasa y vísceras que pueda tener.
2. Machacar la pimienta negra y la sal. Con esta mezcla untar bien el pollo por todas partes, tanto dentro como fuera. Cortar el limón por la mitad y exprimir un poco de su jugo por encima y dentro del pollo. Reservar el resto del limón.
3. En un vaso mezclar el aceite con el tomillo. Con la ayuda de un pincel de cocina pintar el pollo con la mezcla por dentro y por fuera. Reservar el aceite.
4. Colocar el pollo en la bandeja de horneado y meter las mitades de limones en su interior. Añadir también los dientes de ajo pelados y aplastados dentro del pollo.
5. Pelar las papas, cortar en rodajas y repartirlas por la bandeja. Regar al pollo como a las papas con el aceite y tomillo sobrante.

6. Con el horno previamente caliente a 190° C hornear durante 1 hora y 15 minutos. Tapar con papel aluminio cuando el pollo lleve 30 minutos aproximadamente.
7. Los últimos 15 minutos quitar para tostar la piel y que quede súper crujiente. Antes de servir el pollo dejar reposar fuera del horno tapado de nuevo con el papel de aluminio.
8. Trinchar el pollo con cuchillo. En seis piezas.
9. Servirlo acompañado de las patatas asadas, arroz, ensalada con salsa de tomate y mayonesa (López A. , 2021).

✓ **Fanesca ecuatoriana**

Ingredientes

- 1 kilo de bacalao seco
- 6 tazas de calabazo fresco cortado en cubos
- 6 tazas de zapallo
- 2 tazas de col cortada finamente
- tazas de habas cocinadas y peladas
- tazas de choclo desgranado y cocinado
- tazas de arvejas cocinadas
- 2 tazas de habitas blancas cocinadas
- 2 tazas de alubias o frijol blanco cocinado
- 2 tazas de chochos pelados
- 2 tazas de arroz cocinado
- 8 cucharadas de mantequilla
- 1 cucharadita de achiote molido
- 1 cucharada de comino molido
- 1 cucharada de orégano seco
- 1 cucharadita de pimienta molida
- 1 taza de cebolla cortada

- 10 dientes de ajo machacados
- 2 tazas de maní tostado
- 12 tazas de leche
- 1 taza de crema de leche
- 12 onzas de queso crema
- 1 taza de queso rallado
- cucharadas de cilantro o perejil cortado finamente
- Sal al gusto

Preparación

Rinde 20 porciones

1. Remojar el bacalao seco durante 24 horas, cambiar al agua cada 6 a 8 horas, el agua de remojo debe ir quedando cada vez menos salada, al final del remojo cortar el bacalao en pedazos medianos.
2. Cocinar el calabazo y el zapallo, con sólo un poco de agua. Cocinar hasta que estén suaves y tiernos, colar el agua y licuarlos hasta obtener un puré.
3. Hervir un poco de agua con la col durante 3 minutos, colar y añadir la col al puré de calabazo y zapallo.
4. Derretir la mantequilla en una olla grande y agregar la cebolla, el ajo, el achiote, el comino, el orégano y pimienta. Cocinar durante unos 5 minutos hasta que las cebollas estén tiernas.
5. Añadir el arroz y tritararlo hasta que se haga un puré o una salsa espesa. Agregar el puré de calabazo, zapallo y col y mezclar.
6. Agregar 4 tazas de leche y las habas, los choclos, las habas y las alubias, mezclar bien y dejar cocinar a fuego lento durante 15 minutos, removiendo.
7. Aparte hervir durante 10 minutos 6 tazas de leche con el bacalao y añadir esta mezcla a la sopa.
8. Licuar el maní tostado con 2 tazas de leche y agregar esto a la sopa.
9. Antes de servir la fanesca, añadir los chochos, la crema de leche y los quesos. Agregar el cilantro o perejil y rectificar si la sal está bien.

10. Finalmente servir la fanesca con pedazos de bacalao frito, rodajas de huevo duro, plátanos maduros fritos, queso fresco, un ají criollo y cebollas blancas cortadas (Recetas de Ecuador, S/f).

✓ **Colada morada con guagua de pan**

Ingredientes

- ¼ oz levadura instantánea
- ½ taza de leche tibia
- ½ taza de azúcar
- 2 cucharaditas de sal
- 4 tazas de harina
- 1 cucharadita de canela en polvo
- 4 oz de mantequilla, sin sal, a temperatura ambiente
- 4 huevos
- 1 cucharadita de esencia de vainilla
- Sabores y extractos adicionales a su gusto
- Opciones de rellenos: chocolate dulce de leche, mermelada o dulce de guayaba, etc.
- 2 yemas de huevo batidas para pintar las guaguas antes de hornearlas
- Glaseado de colores distintos pasas, grageas para decorar

Preparación

Rinde 12 porciones

1. Diluir la levadura en la leche tibia.
2. Añadir ½ taza de harina y mezclar hasta obtener una pasta cremosa. Dejar leudar hasta que la masa se haya elevado, aproximadamente 1 hora.

3. Agregar los huevos, el azúcar, la canela, la vainilla, la sal y el resto de la harina a la mezcla de la masa levada. Mezclar bien todos los ingredientes.
4. Agregar la mantequilla y amasar hasta que la consistencia de la masa esté suave y homogénea.
5. Formar una bola con la masa, cubrir y dejar leudar en un lugar cálido hasta que el volumen de la masa se haya duplicado, aproximadamente 2 horas.
6. Golpear la masa y amasarla un poco más

Método sencillo para formar las figuras o guaguas de pan:

1. Estirar la masa sobre una superficie ligeramente enharinada hasta que tenga un grosor de casi una pulgada o 2 cm. Usar un molde de cartulina en forma de “guagua” para cortar las figuras de masa de pan. El peso ideal de cada figura es de 3 oz a 4 oz.
2. Con las manos darle la forma de una guagua o bebe envuelto, primero se le da una forma ovalada larga y luego se puede formar la cabeza.

Método para hacer las guaguas de pan con relleno:

1. Hacer las bolas individuales de masa, cada una de aproximadamente 3.5 onzas.
2. Usar un rodillo para extender la bola hasta obtener una capa fina de forma ovalada.
3. Poner una cucharada del relleno que quiera usar en la parte superior de la masa estirada.
4. Doblar la parte superior de la masa encima de la parte con el relleno, como si estuviera haciendo una empanada.
5. Envolver el relleno con el resto de la masa estirada, como si estuviera envolviendo un dulce o caramelo. Al mismo tiempo presionar y girar los

bordes de la figura, estas partes se convertirán en la cabeza y los pies de la figura de pan.

6. Puede darle forma más redonda a la cabeza y agregar ojos, labios, cabello, y una separación en la parte del cuello.

Para hornear las guaguas de pan:

1. Colocar las figuras de pan en una lata para hornear, ligeramente engrasada o forrada con papel manteca/papel pergamino. Dejar leudar en la lata durante 15-20 minutos.
2. Calentar el horno a 350 F (~175C).
3. Pintar las figuras de pan con las yemas de huevo batidas, esto les dará un brillo al hornearse.
4. Hornear las guaguas de pan hasta que estén doradas.
5. Para que las guaguas de pan se mantengan suaves y esponjosas poner en una canasta al momento de sacar del horno.
6. Cuando estén frías decorarlas con las grageas.
7. Servir las guaguas acompañadas de una taza de colada morada (su preparación se encuentra en la parte superior en el grupo de bebidas) (Pujol, Guaguas de pan {Figuras de pan ecuatorianas}, 2021).

✓ **Pavo asado**

Ingredientes

- 3 barras de mantequilla o 12 onzas de mantequilla a temperatura ambiente
- 1 manojo grande de tomillo fresco sin tallo
- 1 limón el jugo y la ralladura
- 10 dientes de ajo machacados

Para el pavo asado:

1. 1 pavo entero de 18-20 libras + las menudencias del pavo cuello, corazón, mollejas
2. 1 limón cortado en rodajas
3. 2 cucharadas de aceite de oliva

Para la salsa o gravy:

1. 1 taza de vino blanco
2. Sal y pimienta al gusto

Preparación

Rinde 15 porciones

1. Mezclar la mantequilla, las hojas del tomillo, el jugo de limón, la ralladura de limón, el ajo triturado, y un poco de sal.
2. Quitar las menudencias del pavo, y secarlo bien (dentro y por fuera).
3. Calentar el horno a 325 F (160-165 C).
4. Untar la mantequilla dentro de las cavidades del pavo. Rellenar el espacio entre la piel y la carne con la mantequilla de hierbas.
5. Colocar las ramitas adicionales de tomillo y las rodajas de limón dentro de la cavidad del pavo.
6. Frotar la piel del pavo con aceite de oliva y sal, meter las alas debajo del pavo y atar las piernas junto con hilo de cocina. Poner el pavo en una bandeja para hornear.
7. Colocar el pavo en el horno y hornear a 325 F (160-165 C) durante 2 horas y treinta minutos.
8. Cubrir las partes ya doradas del pavo con papel aluminio para evitar que se doren demasiado. Agregar las menudencias a la bandeja para hornear.
9. Hornear durante 1 hora a hora y media.

10. Una vez sacado el pavo del horno, inclinarlo para que los jugos o caldos del interior caigan a la bandeja.
11. Para hacer la salsa, sacar el pavo de la bandeja de hornear. Agregar el vino blanco a la bandeja y ponerlo en el horno durante unos 15-20 minutos.
12. Luego, sacar la bandeja del horno, verter la salsa en una cacerola y cocinar a fuego medio hasta que la salsa se espese y se reduzca, más o menos unos 20 minutos.
13. Finalmente servir el pavo con los acompañantes preferidos (Pujol, 2021).

3.2.2.7 Actividades complementarias.

Tabla 30

Actividades y servicios complementarios de la hacienda

Servicios- Actividades	Descripción
Recepción y Biblioteca	Se contará con un espacio de <i>lobby</i> donde los visitantes podrán reunirse para relajarse, comunicarse con otras personas, ver tv y leer libros, esta última en la sala biblioteca con la que también contará la hacienda en una parte del <i>lobby</i> , este tendrá una variedad de libros de diferentes temáticas para el disfrute del visitante, principalmente para los amantes de la lectura. Además, en la misma cabaña del <i>lobby</i> se tendrá una oficina de recepción, en el cual se prestará un adecuado servicio de <i>check in</i> , <i>check out</i> , se dará la bienvenida a los visitantes y se les informará sobre todos los servicios que ofrece el emprendimiento, con el fin de generarles confianza y ellos se sienta satisfechos desde su primera impresión.

Figura 82

Ejemplo del lobby que se planea implementar



Nota. Tomado de *Lobby* [Fotografía], por Hotel Rústico Samaña, 2021, <https://sites.google.com/site/hotelrusticosamana/instalaciones/lobby>.

Guianza por los senderos agrícolas

El precio de guianza por los senderos que llevan a los huertos será de \$3 dólares, según lo manejan la competencia y demás instituciones, este será incluido en el costo de alojamiento de los turistas. En caso de que no se alojen y lleguen solo para conocer el establecimiento y actividades extras se les cobrará por separado este costo asignado.

La guianza se realizará por un sendero que lleva a los huertos orgánicos de la hacienda, donde el turista podrá conocer cómo se maneja la agroecología en la hacienda, podrá degustar de las frutas del lugar, conocer cómo se realizan los compuestos orgánicos para los cultivos y también tendrá la experiencia de cosechar los productos que desea consumir de acuerdo con el plato a degustar. Además, en la guianza que se realice se interpretará la flora y fauna con la que cuenta el emprendimiento.

Otro de los senderos que también se darán a conocer es aquel que lleva a la parte donde se encuentran los animales de granja, donde

los turistas podrán interactuar con estos animales y saber más de ellos. A la vez disfrutar de la monta de caballos. En caso de que los turistas deseen hacer el recorrido completo, estos dos senderos se unirán formándose así un sendero circuito.

Los senderos de la hacienda dirigirán los sitios por donde deben caminar las personas para dirigirse a diferentes áreas que lo requieran, ante ello se establecerán señaléticas sobre estos espacios para, evitar daños que se pueden provocar por la afluencia de turistas, como por las diferentes actividades que se realicen en el emprendimiento.

Figura 83

Ejemplo de un sendero de piedra para los espacios de la hacienda



Nota. Tomado de *Construir un camino de cemento con forma de losas en el Jardín* [Fotografía], por Guía de Jardín, 2016, <https://guiadejardin.com/diy-construir-un-camino-de-cemento-con/>.

En el terreno que se plantea implementar la hacienda sí existen senderos por los espacios agrícolas, lo que se implementará son las señaléticas y se arreglará los senderos existentes, además de que se

abrirán otros senderos puesto que se implementará la infraestructura del emprendimiento, cultivos nuevos y animales de granja. Los senderos que rodearán a la infraestructura de la hacienda serán a base de piedra de la zona, y los senderos que llevarán a los huertos, la parte de la pesca deportiva, espacio de los animales de granja y corral de caballos serán de tierra. Este será un único sendero que recorre todas las áreas agropecuarias mencionadas, la cual tiene una distancia aproximada de 1.5 km, con la posibilidad de regresar por el mismo lugar o a través de un camino que conecta a la hacienda, el ancho del sendero será de un metro y medio aproximadamente, el terreno donde estará ubicado presenta pendientes muy pronunciada en algunas partes.

El tipo de sendero dentro de la hacienda es circuito, ya que el inicio y final coinciden en la misma zona, aunque si los turistas no desean hacer todo el recorrido puede ser un sendero tipo lineal. Para el disfrute de este recorrido los turistas serán acompañados de un guía.

Figura 84

Tipo de sendero circuito



Nota. Adaptado de *Diseño de un producto agro turístico en la hacienda la morenita, parroquia de Nanegalito*, Paula Correa, 2015, <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>.

Señalización

Para la señalización se utilizará la normativa del Manual de Señalética del Ministerio de Turismo del Ecuador para el correcto uso y aplicación de las señaléticas dentro de los senderos de la hacienda.

En sí las señaléticas buscan que los senderos y cualquiera de las áreas de la hacienda tengan marcado el límite y uso restringido de las actividades permitidas en el espacio. Por lo que es de gran utilidad implementarlo en cualquier tipo de emprendimiento principalmente en este proyecto ya que se necesitará mucho de estos direccionamientos para mantener todo en orden, a la vez evitar que los turistas invadan un territorio ajeno al señalado.

Las señaléticas serán realizadas con materiales de la zona donde se ubicarán los nombres de cada espacio, principalmente en el sendero que lleva a los huertos agroecológicos en el cual se encontrará diferentes tipos de cultivos y espacios de realización de productos orgánicos, el sendero que llevará donde los animales de granja y el corral donde los turistas pueden disfrutar de esa adrenalina por montar a caballo o por los menos conocer como es el proceso de montar a caballo, en el cual se les dará una explicación de esta actividad.

Diseño de las señaléticas

Para la realización de las señaléticas, en el sendero se utilizarán, letras y pictogramas que permitan direccionar a los turistas al lugar de destino. Siendo estas de fácil comprensión.

Los colores que se utilizarán son: fondo azul para restricciones, servicios y actividades turísticas y fondo café para atractivos naturales. Para restricciones se utilizarán círculos con una diagonal roja en el pictograma.

Sustrato: Constituido por segmentos de madera de teca lijada e inmunizada de 40 mm de espesor. Si la señal requiere 2 o más tableros, deben ser unidos mediante ensamblajes fijados, las dimensiones del ensamble deben ser de 40 mm x 20 mm x el largo de la señal. Los parantes serán de 2000 mm de alto x 40 mm de diámetro.

Pantalla: Será de 500mm x 700mm, debajo del pictograma se colocará el nombre corto, por ejemplo, el pictograma de Camping, tendrá como texto = Zona de Acampar (Correa, 2015).

Las señalizaciones serán específicamente para los siguientes puntos:

- Pesca deportiva
- Zona de camping
- Huertos agroecológicos
- Zona de composición orgánica
- Animales de granja
- Monta de caballo

Estos serán los puntos que tendrán señaléticas, mientras que en la parte de la infraestructura del establecimiento tendrán su propia identificación, a través del nombre, en un trozo de madera el cual se encontrará en cada una de las cabañas para su identificación.

Figura 85

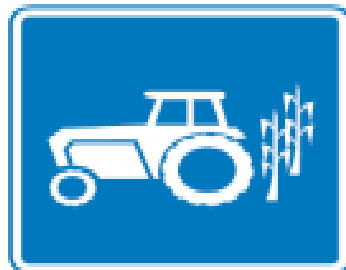
Modelo de pictograma de la zona de camping



Nota. Tomado de *Diseño de un producto agro turístico en la hacienda la morenita, parroquia de Nanegalito*, Paula Correa, 2015, <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>.

Figura 86

Modelo de pictograma de agroturismo



Nota. Tomado de *Diseño de un producto agro turístico en la hacienda la morenita, parroquia de Nanegalito*, Paula Correa, 2015, <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>.

Guianza fuera de la hacienda-senderismo	Se establecerá precios de acuerdo con el sitio que el turista desee visitar, este precio será incluido en el itinerario que la hacienda ofrece, por ejemplo, para recorridos a entornos naturales como
---	--

bosques, montañas y lagunas tendrá un costo de \$ 10 la guianza por persona en un día.

El costo de \$ 55 incluido desayuno, box lunch y alquiler de carpa para quedarse una noche fuera de la hacienda. En caso de hacer recorridos por las comunidades de la parroquia y los sitios turísticos de los mismos tendrá un costo de \$25 *full day* incluido desayuno, almuerzo, transporte y tarabita.

Pesca: Esta actividad se la realizará dentro de la hacienda, ya que se va a contar con un criadero de truchas donde los turistas podrán divertirse logrando atrapar una trucha, el cual también será preparado si los turistas desean, en este punto las truchas también estarán a la venta por kilos con un costo de \$5 dólares desean llevar los visitantes.

Camping: El costo para acampar en el establecimiento será de \$5 dólares sin carpa para casos de turistas que deseen solo el espacio y disfrutar del establecimiento, incluido un té de plantas aromáticas de la zona. Todos los demás servicios complementarios deberán ser pagados por separado de acuerdo con lo que deseen consumir.

Alquiler de carpas

En el caso de que los turistas deseen alquilar una carpa dentro del establecimiento, se les ofrecerá carpas de la marca Coleman Darwin, de cuatro estaciones y su valor varía de acuerdo con la capacidad que estas tengan (valores incluido espacio):

Carpa con capacidad de 4 personas \$ 25

Carpa con capacidad de 3 personas \$ 20

Campa con capacidad de 2 personas \$ 15

Carpa con capacidad de 5 personas \$ 30

Sleeping \$ 3

Aislantes \$ 2

Espacios de recreación: Los espacios de recreación serán de uso libre para todos aquellos que llegan al establecimiento a adquirir algún tipo de servicio, con el fin de que los turistas puedan sentirse cómodos en el lugar, sin ninguna restricción, donde podrán disfrutar de hacer deportes como el vóley, también descansar en los espacios verdes que estarán a libre disposición.

Lavado, secado y planchado Se ofrecerá a todos los que necesitan este servicio sin ningún costo, este servicio será ofrecido como cortesía por su visita.

Zonas Húmedas: ✓ La piscina será de uso libre, el cual estará disponible para cualquier persona que desee adquirir este servicio, tanto para niños como para adultos. Para el fácil acceso de todas las personas a la piscina se implantarán gradas para que entren de forma cómoda.

Figura 87

Ejemplo de una piscina



Nota. Tomado de *Piscina* [Fotografía], por Hotel Rústico Samaña, 2021, <https://sites.google.com/site/hotelrusticosamana/instalaciones/piscina>.

✓ El *jacuzzi* y spa tendrán que ser pagados por separado de acuerdo a lo que deseen los turistas. El Spa tiene un precio de \$ 35 dólares.

El Spa será un espacio para ofrecer tratamientos y actividades relajantes, con terapias de agua de plantas medicinales como: la ortiga, manzanilla, matico, hierba mora, hierba luisa y flores silvestres. Cuyas aguas serán contenidas en el jacuzzi, los cuales tendrán un olor muy característico y natural, con el que los visitantes podrán descansar y relajarse, a la vez mejorar su espíritu y energía como su imagen física. De cierta forma le llevará a conectarse a un mundo diferente fuera del estrés y las actividades habituales. A este servicio se le suma un masaje con aceites, cremas y lociones naturales.

Entre los beneficios físicos del Spa tenemos:

- Adecuada relajación muscular
- Previenen el cansancio e insomnio
- Aumentan la flexibilidad de los músculos
- Activan la circulación de la sangre
- Estimulan el sistema inmunológico
- Aceleran el metabolismo
- Evitan la hipertensión
- Hidrata la piel
- Posee efectos antiinflamatorios
- Mejora la respiración
- Favorecen la digestión y el funcionamiento de sistema digestivo.
- Disminuye las dolencias de los problemas óseos

Entre los beneficios psicológicos tenemos:

- Disminuye el estrés y aumenta la autoestima
- Incrementan la energía corporal y mental
- Combate la ansiedad y nervios
- Permite tener un mejor humor

Entre los beneficios estéticos tenemos:

- Reduce el envejecimiento de la piel
- Tonifica y elimina las células muertas
- Piel hidratada y nutrida
- Combate la celulitis y retención de líquidos
- Limpieza facial
- Cuidado especial de pies y manos (Hospess Hotels, 2021)

Degustación de la gastronomía del lugar:

Luego de darse un buen Spa, al turista seguramente se le abrirá el apetito, para ello el restaurante tendrá platos a la carta disponibles, que puede consumir de acuerdo a su elección, con materias primas de calidad obtenidas de la granja por lo que estarán frescas y deliciosas. Se presentará un menú con comida tradicional fusionada con comida internacional, con los cuales se obtendrá un plato llamativo y al gusto de los comensales quienes podrán degustar los platos que deseen de acuerdo a su gusto. Otro de los menús que se ofrecerán es la comida vegetariana, para personas que deseen degustar de alimentos que no tengan que ver con carne, pero si con derivados de animales.

Figura 88

Ejemplo de una sala de Jacuzzi



Nota. Tomado de *Sala de Jacuzzi* [Fotografía], por Bluebay Resorts, S/f, <https://www.bluebayresorts.com/es/hoteles/ecuador/tena/arahua-na-jungle-resorts-spa/>.

Figura 89

Ejemplo de la Sala de masaje



Nota. Tomado de *Hotel Villa Retiro* [Fotografía], por David Losa, 2015, <http://viajes.elmundo.es/2015/07/28/hoteles/1438099590.html>.

Cabalgatas: El precio del servicio de cabalgatas será de \$ 17 dólares, por lo general serán utilizados para visitar los sitios naturales que se encuentran fuera de la hacienda, mediante los recorridos asignados que tiene el establecimiento. Dentro de la hacienda también podrán realizar un recorrido por sus alrededores con un costo de \$ 3 dólares (este último no superará la hora y media, si supera deberá pagar nuevamente el valor). Se prestará también servicio de monta y exhibición de caballos, en el cual se les hará montar a los turistas con todas las normas de seguridad y se les dará una explicación de cómo realizar esta actividad, este servicio no tendrá costo.

Parqueadero: Para los vehículos que lleguen al lugar este no tendrá costo. Se prestará servicio de transporte en caso que los turistas deseen este servicio tanto de llegada como de salida del establecimiento, debido a que no existe un vehículo público que llegue al sector, el precio por este servicio será de \$ 5 dólares por carrera que se deberá pagar adicionales a lo que consuman en el establecimiento, en caso de no requerirlo el turista podrá llegar al sector directamente en su vehículo, caminando o alquilando un caballo que estará por el mismo valor.

Para seguridad del turista los habitantes de la zona con quienes se realicen acuerdos, serán quienes presten este servicio de transporte ya que no se cuenta con un vehículo propio por el momento. Para los amantes de la adrenalina será un espacio ideal para visitar.

Noche de Integración: Los turistas podrán disfrutar de charlas, donde se comentará las leyendas, mitos e historias que tiene la localidad, con el fin de generar un ambiente armonioso y de confianza con los turistas. Para ello se les brindará como cortesía de la casa una bebida como té, café o hervido (cantidad limitada).

Nota. Elaborado por la autora.

Para aquellas personas que solo desean visitar el lugar y no acoger el servicio de hospedaje tendrá un costo de \$ 4 para adultos y \$ 2 para niños el cual incluye una ensalada de frutas de bienvenida.

La hacienda se encontrará en un espacio armonioso lleno de naturaleza donde los turistas pueden realizar varias actividades, para lo cual estos deben ser reservados con anticipación, en caso de que lleguen de manera directa de igual forma se les brindará los mejores servicios posibles. Sería conveniente que los visitantes reserven anticipadamente para que puedan estar tranquilos y la hacienda tenga listo sus requerimientos.

3.2.2.8 Recorridos de la Hacienda Monte Verde.

El establecimiento cuenta con recorridos fuera de la hacienda para dar a conocer a los turistas los recursos naturales y culturales de la parroquia, para ello se ha planteado realizar itinerarios de acuerdo con los recorridos que ofrece la hacienda dentro y fuera, como se observará en el siguiente cuadro, donde su principal oferta son los servicios de la hacienda turística. Los itinerarios son para aquellos turistas que les gusta disfrutar de actividades de turismo rural y agroturismo. Estos tienen la factibilidad de ser movidos de acuerdo con los gustos del visitante si esto lo hacen con anticipación.

Tabla 31

Ruta caminos agroecológicos

Ruta Turística caminos agroecológicos

Dos días una noche

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
------	-----------	-------

13:00	<p><i>Check In</i> y bienvenida</p> <p>Se les ofrecerá una ensalada de frutas</p>	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo
14:00	<p>Guianza por los huertos agrícolas (agroecología) de la hacienda, observación de animales domésticos que posee el establecimiento e información sobre la elaboración de productos orgánicos para los cultivos de los huertos.</p>	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo
16:00	<p>Recorrido a caballo dentro de la hacienda, interpretación de flora y fauna, fotografía (mirador natural).</p>	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo
17:30	<p>Espacio abierto para que los turistas deseen hacer adquisición de cualquiera de los servicios que ofrece esta hacienda.</p>	Hacienda-Monte Olivo
19:30	<p>Cena</p>	Hacienda turística Monte Verde.
20:45	<p>Noche de integración y animación turística mediante juegos de interacción</p>	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo
22:00	<p>Descanso</p>	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo

DÍA DOS

08:30	Desayuno	Hacienda Monte Verde- Monte Olivo
09:45	Caminata hacia el mirador Natural de la comunidad	Monte Olivo- El Palmar
10:05	Guianza-senderismo Fotografía grupal-observación de flora y fauna	Mirador natural El Palmar
10:45	Caminata hacia dos ríos que se unen en un punto estratégico	Ríos Los balsos, El Palmar-Monte Olivo
11:00	Los turistas podrán disfrutar de nadar si lo desean	Ríos Los balsos, El Palmar-Monte Olivo
12:00	Pesca deportiva	Hacienda Monte Verde- Monte Olivo
13:00	Almuerzo	Hacienda Monte Verde- Monte Olivo
14:00	<i>Check out</i>	Hacienda Monte Verde- Monte Olivo

Nota. Elaborado por la autora.

Este itinerario es general, el que se ofrecerá en la hacienda para dar a conocer la parte interna del establecimiento, el cual tiene un costo de \$ 80 dólares si se realizan todas estas actividades propuestas, en caso de que los turistas deseen adquirir otros servicios complementarios que no estén especificados en el presente itinerario tendrán un costo adicional de acuerdo al

servicio que se demande, y en caso de que los turistas no deseen realizar un servicio de los ya especificados se les restará el valor de la actividad, si el turista lo confirma a tiempo.

Este paquete está dirigido para personas amantes de los sitios naturales a la vez quienes deseen realizar actividades agropecuarias que permitan el contacto con animales y plantas de la hacienda, personas que disfruten también del deleite de frutas que se encuentren por su recorrido en los cultivos de la hacienda. El propósito es que los visitantes disfruten del lugar y conozcan más sobre la importancia de consumir productos sanos sin la utilización de químicos en los cultivos.

¿Qué llevar?

A nivel general si desean disfrutar de otras actividades que posee el establecimiento deberán tomar en cuenta lo que van a desarrollar y ante ello lo que necesitarían para sentirse seguros, para este recorrido y conocimiento de la institución solo será recomendable:

- Utilizar ropa cómoda para realizar el senderismo
- Gorra
- Repelente
- Bloqueador solar
- Zapatos cómodos
- Traje de baño
- Cámara fotográfica
- Libreta para anotaciones en caso de requerirlo
- Poncho de agua en caso de que el clima este lluvioso
- Botas de caucho (el establecimiento cuenta con este servicio)

Tabla 32*Ruta turística laguna Las Garzas*

Ruta turística natural “Laguna las Garzas”				
Tres días dos noches				
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR		
13:00	<p><i>Check In</i> y bienvenida</p> <p>Se les ofrecerá una ensalada de frutas de bienvenida</p>	Hacienda Monte Verde-	Monte	Verde-
		Monte Olivo		
14:00	<p>Guianza por los huertos agrícolas (agroecología) de la hacienda, observación de animales domésticos que posee el establecimiento e información sobre la elaboración de productos orgánicos para los cultivos de los huertos.</p>	Hacienda Monte Verde-	Monte	Verde-
		Monte Olivo		
16:00	Recorrido a caballo dentro de la hacienda	Hacienda Monte Verde-		
		Monte Olivo		
17:30	Espacio abierto para que los turistas deseen hacer adquisición de cualquiera de los servicios que ofrece esta hacienda.	Hacienda-Monte Olivo		
19:30	Cena	Hacienda turística Monte Verde.		
20:30	Descanso			

DÍA DOS

8:00	Desayuno	Hacienda Monte Verde
------	----------	----------------------

9:00	Salida hacia la laguna las Garzas Senderismo	Hacienda-Monte Olivo
------	---	----------------------

12:00	Box Lunch	Sendero vía a la laguna
-------	-----------	-------------------------

13:30	Llegada a la laguna	Laguna las Garzas
-------	---------------------	-------------------

14:00	Pesca deportiva y fotografía	Laguna las Garzas
-------	------------------------------	-------------------

17:00	Guianza por los alrededores de la laguna Interpretación de flora y fauna	Laguna las Garzas
-------	---	-------------------

18:00	Integración - preparación de cena	Laguna las Garzas
-------	-----------------------------------	-------------------

18:30	Armado de carpas	Laguna las Garzas
-------	------------------	-------------------

19:30	Cena	Laguna las Garzas
-------	------	-------------------

20:30	Noche de integración donde se relatarán historias, leyendas, mitos y realización de juegos de integración	Laguna las Garzas
-------	---	-------------------

22:00	Descanso	Laguna las Garzas
-------	----------	-------------------

DIA TRES

8:00	Box Lunch	Laguna las Garzas
9:00	Levantamiento de carpas y fotografías	Laguna las Garzas
10:00	Retorno a la hacienda	Laguna las Garzas
13:30	Llegada a la hacienda	Hacienda-Monte Olivo
13:45	Almuerzo	Hacienda-Monte Olivo
14:00	<i>Check out</i>	Hacienda Monte Verde

Nota. Elaborado por la autora.

Este paquete tiene un costo de \$ 100 incluido el valor del alquiler de la carpa, en caso de que no se requiera la carpa se le restará un promedio de \$ 15 dólares, los demás servicios adicionales que el consumidor decida adquirir tienen un costo adicional, dependiendo del tipo de actividad que se requiera. Cabe mencionar que en caso de que el turista no desee cualquier servicio se le restará el valor correspondiente siempre y cuando lo anticipe. Este paquete también podrá ser realizado mediante recorridos a caballo donde el valor correspondiente a cabalgata que es \$ 20 dólares por día se le añadirá a este valor de paquete asignado, depende mucho de lo que el turista desea realizar.

Este paquete está dirigido para personas amantes de los sitios naturales y la adrenalina, personas que disfruten del senderismo y cabalgata, que deseen estar fuera de su sitio de confort y sobre todo estar en contacto con la naturaleza entre familiares y amigos. El propósito es que los visitantes disfruten del lugar y salgan a contemplar la maravillosa vida natural.

¿Qué llevar?

A nivel general si desean disfrutar de otras actividades que posee el establecimiento deberán tomar en cuenta lo que van a desarrollar y ante ello lo que necesitarían para sentirse seguros, para este recorrido será recomendable:

- Utilizar ropa cómoda
- Gorra
- Repelente
- Bloqueador solar
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica
- Libreta para anotaciones en caso de requerirlo
- Poncho de agua en caso de que el clima este lluvioso
- Botas de caucho (el establecimiento cuenta con este servicio)
- Golosinas para que disfruten durante el recorrido

Tabla 33

Ruta turística Monte Olivo Encantado

Ruta turística Monte Olivo Encantado		
Full Day		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:30	Desayuno	Hacienda-Monte Olivo
09:10	Guianza por los huertos agrícolas (agroecología) de la hacienda, observación de animales domésticos que posee el establecimiento e información sobre la	Hacienda Monte Verde-Monte Olivo

	elaboración de productos orgánicos para los cultivos de los huertos.	
10:30	Salida hacia la iglesia de Monte Olivo	Hacienda-Monte Olivo
10:45	Guianza en la iglesia de la parroquia	Iglesia de Monte Olivo
11:30	Salida hacia el cerro gordo Información sobre los vestigios encontrados, historia y recorrido por los frutales que se encuentran alrededor del cerro	Cerro gordo-comunidad el aguacate
12:30	Almuerzo	Comunidad El Motilón
13:40	Deporte de aventura (tarabita)	Monte Olivo
14: 15	Charlas de la cultura y vivencias que han tenido en el tiempo y aquellas costumbres que ya se han perdido con el pasar de los años en la casa de un habitante del sector.	Monte Olivo
14:55	Llegada a la hacienda donde se les ofrecerá una degustación por cuenta del establecimiento (un postre)	Hacienda turística Monte Verde
15:10	Pesca deportiva y tiempo para disfrutar de los servicios que oferta la hacienda	Hacienda turística
16:30	Despedida	Hacienda turística

Nota. Elaborado por la autora.

El valor del *full day* es de \$ 25 dólares incluido transporte desde la hacienda a las comunidades aledañas. En caso de que los turistas deseen servicios adicionales se les cobrará por separado.

Este paquete está dirigido para personas amantes de la naturaleza, cultura y aventura, sobre todo para aquellas personas que están de paso y desean conocer el establecimiento y la parroquia a nivel general, en donde disfrutarán de diferentes actividades en un día. Personas que conocerán del agroturismo y turismo rural donde existirá un contacto con plantas, animales y otras personas, a la vez disfrutarán de degustar frutas que se encuentren en sus recorridos. El propósito es que los visitantes disfruten del lugar y conozcan sobre la importancia de consumir productos sanos, la importancia de conservar la cultura y el cuidado del ambiente.

¿Qué llevar?

Si desean disfrutar de otras actividades que posee el establecimiento deberán tomar en cuenta lo que van a desarrollar y ante ello lo que necesitarían. Para este recorrido que es conocer la hacienda y parroquia se recomendará:

- Gorra
- Repelente
- Bloqueador solar
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica
- Libreta para anotaciones en caso de requerirlo

A medida que, para llegar al establecimiento no existe un servicio de transporte público con el que los turistas puedan llegar con facilidad, la hacienda contará con un transporte (camioneta) aliado de la comunidad el cual cobrará por el servicio desde Monte Olivo hasta la hacienda \$ 5 dólares la carrera y para aquellos que deseen disfrutar del servicio de cabalgata los habitantes prestarán este servicio con un valor de \$ 10 por persona incluido equipaje, ida y vuelta.

Con esto se brindará seguridad de que los turistas lleguen al sector sin preocupación. El valor del transporte irá incluido en los paquetes planteados en caso de realizar la reserva con anticipación y en caso de no realizar la reserva lo pagarán por separado ya que el transporte estará disponible en todo momento en el parque de la parroquia.

Se realizará una alianza con una camioneta y una furgoneta, la camioneta solo estará pendiente de la llegada y salida de turistas y la furgoneta para realizar recorridos por las comunidades según los itinerarios planteados. El servicio de camioneta contará con el 100% de sus ganancias y el servicio de furgoneta se le pagará por días (\$ 20 por día) ya que dependerá si los turistas requieren de un *full day* por las comunidades aledañas o no.

Se toma en cuenta estos itinerarios para que el turista pueda disfrutar de todos los recorridos que están a su gusto, sin excepción, para ello elegirán cuál está a su alcance y condición ya que cada recorrido tiene una diferencia significativa, uno de ellos se centra en la cultura y dos de ellos en la naturaleza que rodea a la parroquia. Los sitios establecidos en estos itinerarios son todos los que la hacienda ofrecerá. En caso de que los turistas sientan el interés de visitar más sitios de la parroquia se procederá a ampliar la oferta en el futuro, de acuerdo cómo vaya avanzando el turismo en la parroquia y emprendimiento.

3.3 Ingeniería del proyecto

3.3.1 Distribución de la planta

La hacienda turística estará distribuida en áreas como se verá a continuación:

3.3.1.1 Área de Alojamiento. Contará con siete cabañas para alojamiento, una de las cabañas será compartida ya que cuenta con dos

habitaciones. El total de habitaciones de la hacienda Monte Verde son ocho, cada uno de estos con sus respectivos baños privados y otras comodidades.

3.3.1.2 Área administrativa. Contará con una cabaña distribuida en dos espacios, una de oficina y la otra un *lobby* el cual contará con una pequeña sala biblioteca.

3.3.1.3 Área de alimentación. Se contará con una cabaña distribuida en un espacio de cocina y comedor.

3.3.1.4 Área de recreación. Contará con una cancha de vóley y áreas verdes de descanso al aire libre.

3.3.1.5 Área de zonas húmedas. Esta área estará distribuida en dos espacios, una en piscina y otra en *jacuzzi* y *spa*, cada uno ubicados en un espacio determinado donde los turistas podrán hacer uso de estos de acuerdo con su alcance ya que el *jacuzzi* y *spa* tendrán un precio adicional.

3.3.1.6 Área de lavado, planchado y secado. Se construirá un espacio amplio para que se realicen este tipo de trabajos dentro de la hacienda, tanto para el aseo de algunos materiales de la hacienda como de los turistas que lo requieran. A un lado de este se colocará la bodega donde estarán ubicados todos los bienes que se usarán en el sitio.

3.3.1.7 Área de estacionamiento. Este espacio estará ubicado al ingreso de la hacienda donde los turistas puedan estacionar sus vehículos con facilidad.

3.3.1.8 Área de empleados. Se construirá una cabaña con una habitación compartida la cual estarán al servicio de los empleados donde podrán descansar y tener su propia privacidad, esta habitación tendrán su propio baño.

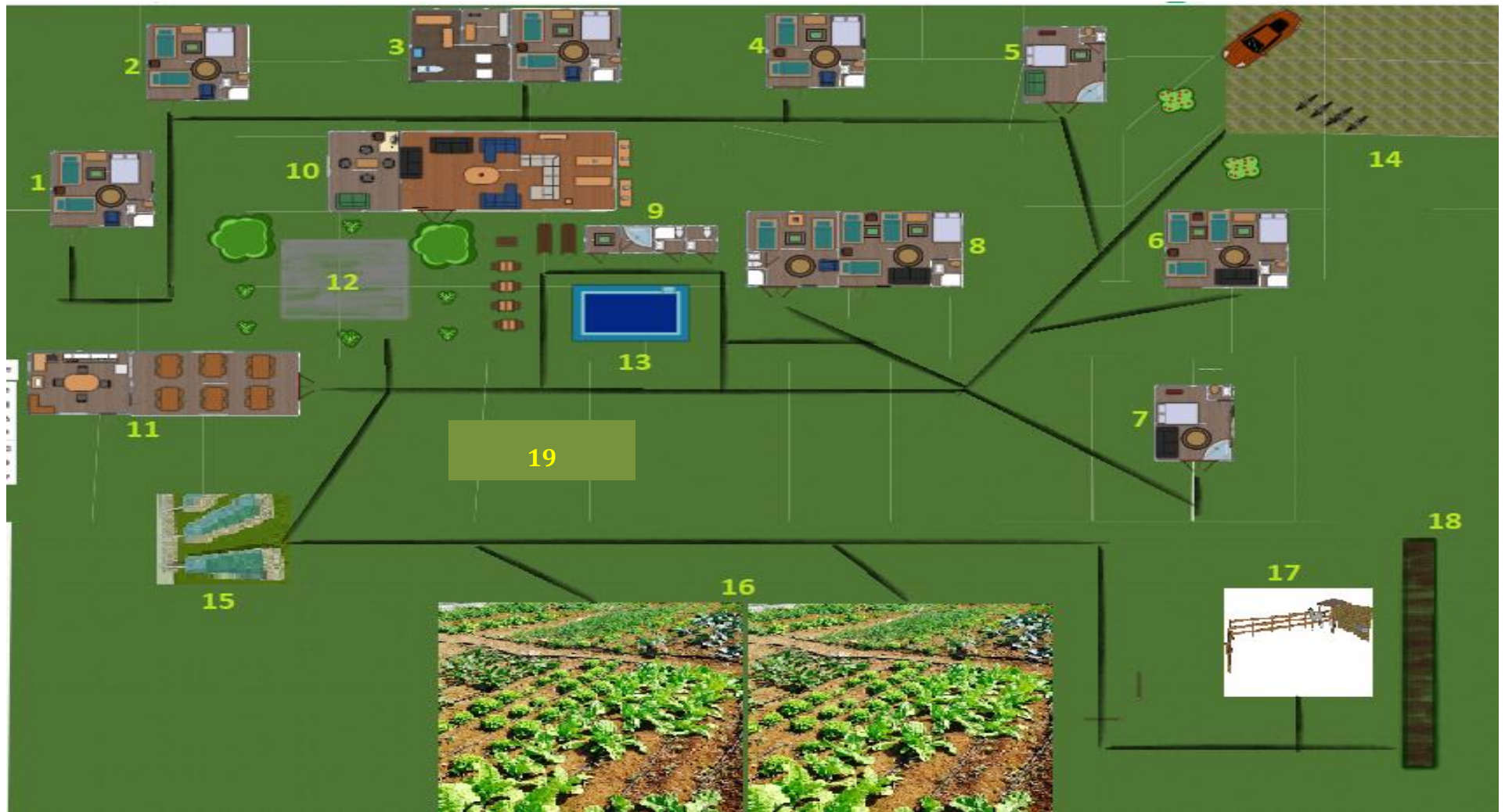
3.3.1.9 Área de camping y fogata. Se dejará un espacio abierto en una zona específica para los turistas que requieran este servicio con capacidad de seis carpas de tres personas.

3.3.1.20 Área agroturística. Este espacio estará distribuido por zonas, una parte dedicada a la agricultura orgánica, otra parte dedicada a la composición de materia orgánica para los cultivos de los huertos, un espacio para exhibición y monta en caballos y otra parte a la crianza de animales para su posterior consumo, entre ellos las truchas para la actividad de pesca deportiva. Los senderos agrícolas dirigirán a los turistas a cada uno de los huertos los cuales tendrá diferente temática de cuidado ya que se tendrá cultivos variados. Estas áreas contarán con espacios de descanso donde los turistas podrán degustar de las deliciosas frutas que han adquirido en su recorrido.

3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

Figura 90

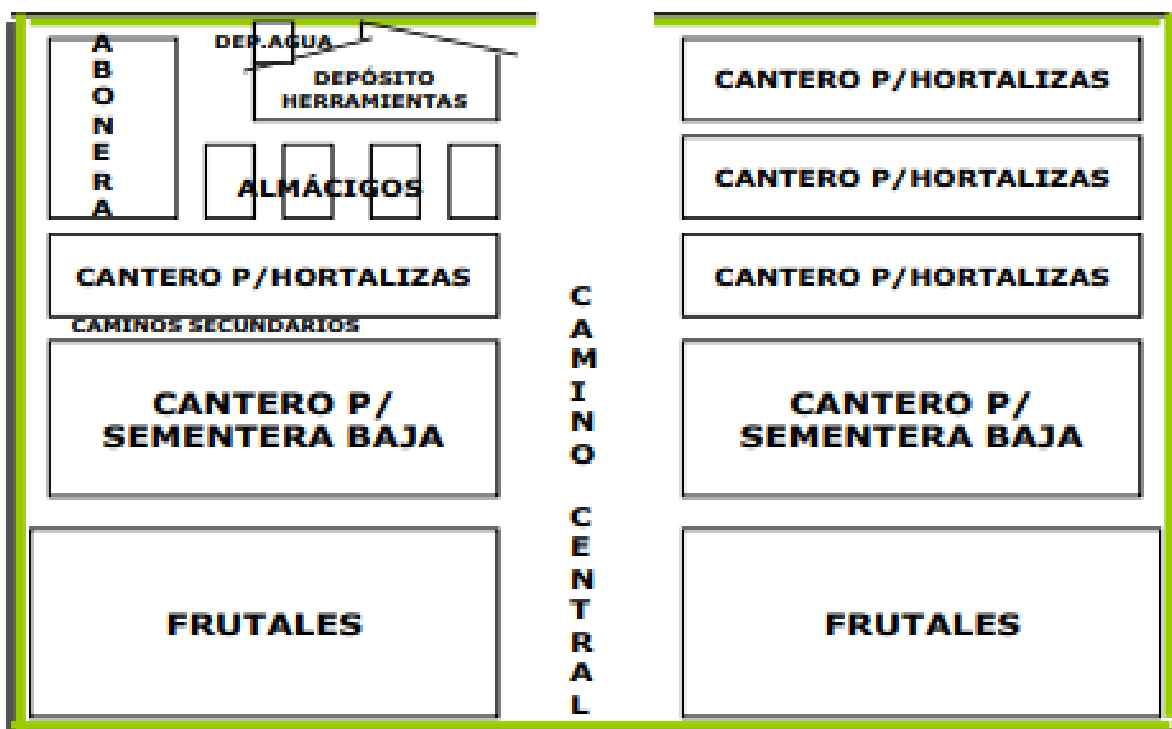
Diseño planimétrico de la hacienda turística



Nota. Elaborado por la autora

Figura 91

Ejemplo del diseño del huerto agroecológico



Nota. Adaptado de *Huerta agroecológica*, Centro Regional Chaco Formosa, 2020, INTA https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta_la_huerta_agroecologica_de_autosustento_tannfeld.pdf.

Modelo que se tomará en cuenta para el área agrícola, de acuerdo al diseño planimétrico punto disisésis. Para que los huertos sean llamativos tendrán variedad de plantas, en tamaños distintos y coloridos, sus diseños serán cuadrados, rectangulares y redondos por el momento y a futuro según como este se vaya desarrollando se implementarán huertos con diferentes formas; tales como la chacana andina, un caracol, figuras geométricas, entre otros.

3.3.2.1 Descripción de las áreas de la hacienda

- 1) Cabaña 1: habitación triple
- 2) Cabaña 2: habitación triple

- 3) Cabaña 3: área de lavado, secado, y planchado; bodega y habitación triple para empleados.
- 4) Cabaña 4: habitación triple
- 5) Cabaña 5: habitación matrimonial
- 6) Cabaña 6: habitación cuádruple
- 7) Cabaña 7: habitación matrimonial
- 8) Cabaña 8: habitación doble y habitación cuádruple
- 9) Cabaña 9: habitación para spa y *jacuzzi*; baterías sanitarias y duchas.
- 10) Cabaña 10: área administrativa oficina, *lobby* una pequeña sala de biblioteca.
- 11) Cabaña 11: área de cocina y comedor
- 12) Área de recreación con una cancha de vóley y espacios de descanso.
- 13) Piscina.
- 14) Área de estacionamiento
- 15) Área de pesca
- 16) Área agroecológica: huertos y espacio para la preparación de productos orgánicos para los cultivos.
- 17) Área para monta y exhibición de caballo
- 18) Área pecuaria: espacio para la crianza de animales domésticos.
- 19) Área de campamento y fogata.

3.3.3 Dimensiones de cada área que compone la hacienda

Tabla 34

Dimensiones de las áreas de la hacienda

Área	Descripción	Dimensión	Dimensión total
Alojamiento	1 habitación doble	45 m ²	45 m ²
	2 habitaciones matrimoniales	45 m ²	90 m ²
	3 habitaciones triples	60 m ²	180 m ²
	2 habitaciones cuádruples	70 m ²	140 m ²
Área administrativa	Oficina	30 m ²	110 m ²
	Lobby y biblioteca	80 m ²	
Área de alimentación	Cocina	45 m ²	115 m ²
	Comedor	70 m ²	
Área de recreación	Espacio para la cancha de vóley y área de descanso	80 m ²	80 m ²
Área de zonas húmedas	Piscina	65 m ²	137 m ²
	Habitación para jacuzzi y spa.	72 m ²	

Zona pública	1 batería sanitaria y ducha para hombres	6 m2	18 m2
	2 baterías sanitarias y duchas para mujeres.	12 m2	
Área de lavado, planchado y secado	Espacio la actividad y de aseo.	30 m2	30 m2
Área de bodega	Espacio destinado para guardar cualquier bien.	35 m2	35 m2
Área de empleados	Habitación triple para empleados	60 m2	60 m2
Área de estacionamiento	Estacionamiento de vehículos	200 m2	200 m2
Área de camping y fogata	Espacio abierto apto para esta actividad	70 m2	70 m2
Área agrícola	Huertos agroecológicos	1000 m2	1070 m2
	Espacio para la composición de productos orgánicos	70 m2	

Piscinas para la crianza de truchas	la Piscina 1	75 m2	150 m2
	Piscina 2	75 m2	
Crianza de animales	Un establo para animales con materiales reciclados	300 m2	300 m2
Corral para monta y exhibición de caballos	Corral a base de madera	800 m2	800 m2
DIMENSIÓN TOTAL DE LA CONSTRUCCIÓN			3630 m2

Nota. Elaborado por la autora.

La construcción de la hacienda específicamente será de 3630 m2, pero tomando en cuenta las separaciones entre cabañas y áreas verdes se utilizará más espacio, además el espacio sobrante será utilizado para más cultivos que se irán implementando poco a poco según como avanza el proyecto y el tiempo.

3.3.4 Requerimientos por áreas

3.3.4.1 Área de alojamiento.

Tabla 35

Requerimientos del área de alojamiento

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Habitaciones					
Camas	Una plaza y media	13	Eco Muebles	130	1690
Camas	Dos plazas.	8	Eco Muebles	170	1360
Colchones	Imperial Chaide de una plaza y media	13	Mercado Libre	88	1144
Colchones	Dos plazas Ortopédico Anti Ácaros	8	Mercado Libre	109	872

Juegos de sábana	Para camas de dos plazas y plaza y media (para tres cambios de sábanas)	63	Mercado Libre	10	630
Almohadas	Para colocar una almohada en las camas de una plaza y media, y dos almohadas en las camas de dos plazas. Almohadas anti bacterias pack de 3	10	Mercado Libre	10	100
Cobijas	Cobijas térmicas de dos plazas y plaza y media Cobija térmica de cebra, vaca y tigre	190	Mercado Libre	14	2660
Alfombras	Para cuartos, salas locales Importada minimalista	16	Mercado Libre	25	400

Velador Viviana	Con tres cajones para colocar cualquier bien, dos en cada habitación	16	Eco muebles	67	1072
Cortinas grandes	Cortinas para colocar en las paredes de cristal	22	Mercado Libre	50	1100
Sillones	Una en cada habitación Chaide sofá cama Spring	8	Marcimex	307	2456
Lámparas led	60x60 de 60W Una en cada habitación	8	Mercado Libre	19	152
Televisores de 32"	Una en cada habitación Indurama. Televisor led TISE20A HD	8	Marcimex	269	2152
Calefactor ventilador	Casser con control	8	Mercado Libre	75	600

Estante multiuso	Una en cada habitación	8	Marcimex	74	592
Mueble cuencano					
Focos led	Una en cada habitación de baño	8	Mercado Libre	1	8
Insumos de aseo de las habitaciones					
Toallas	Juego de toallas de tres piezas	23	Mercado Libre	15	345
Espejos	Espejos con repisa para los baños públicos y de las habitaciones	10	Mercado Libre	35	350
Basureros pequeños	Dos en cada habitación, Una en el baño y otra en la parte del dormitorio	16	Mercado Libre	7	112

Cortina de baño	Una en cada habitación	8	Mercado Libre	8	64
TOTAL					\$ 17859

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.2 Área de alimentación.

Tabla 36

Requerimientos del área de alimentación

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Cocina					
Sillas	De madera borrado con material acolchado	5	Eco mueble	30	150

Cortina pequeña	Para colocar en la ventana	2	Mercado Libre	20	40
Nevera	Grande	1	Mercado libre	729	729
	Refrigerador, TCL 520 lb				
Televisor	De 32 pulgadas	1	Marcimex	269	269
	Indurama. Televisor led TISE20A HD				
Cocina	Indurama a gas Murcia SPA plus C32	1	Marcimex	372	372
Microondas	UMCO horno microondas 10000W de 30 litros	1	Marcimex	145	145
Licadoras	Marca UMCO LICUADORA 1500w6118 de 2 litros	2	Marcimex	80	160

Aparador	Para guardar los platos y alimentos	4	Marcimex	301	1204
Horno	Horno a gas Challenger (Horno Eléctrico 220v Cromado Empotrable)	1	Mercado libre	359	359
Extintor	Extintor de seguridad de 10 libras contra incendios	1	Mercado libre	23	23
Cafeteras	UMCO Express 9347 de acero inoxidable	3	Marcimex	70	210
Azucareras	Dispensadora de vidrio	10	Mercado libre	2.50	25
Set de saleros y pimenteros	4 unidades de saleros y 4 de pimenteros	3	Mercado libre	15	45

Ajiceros	De piedra-morteros con tapa	9	Mercado libre	11	99
Ollas grandes	UMCO de 50 litros	5	Mercado libre	75	375
Ollas medianas	UMCO de 20 litros	10	Mercado libre	50	500
Ollas pequeñas	UMCO de 5 a 10 litros	10	Mercado libre	35	350
Ollas pequeñas	UMCO de 3 a 6 litros	5	Mercado libre	12	60
Juego de Sartenes	De todo tamaño, aluminio y adherible para inducción	2	Mercado libre	69.10	138.20
	Cuatro unidades				
Ollas de presión	De 8 litros	4	Mercado libre	45	180
Ollas tamaleras	Una de 15 litros y otra de 5 litros	2	Mercado libre	35	70

Cucharones	Set de cucharones, cada set contiene seis cucharones	2	Mercado libre	15	30
Cuchillos	Set de cuchillos tramontina de cinco unidades	1	Mercado libre	15	15
Cocina industrial	Uno de dos y otro de tres quemadores Acero inoxidable	2	Mercado libre	310	620
Mesa	Acero inoxidable	1	Mercado libre	150	150
Tanques de gas	GLP	6	Mercado libre	45	270
Basurero	Para la separación de productos orgánicos e inorgánicos	2	Mercado libre	7	14

Teléfono	Inalámbrico Panasonic, 2 bases más alta voz y bluetooth	1	Mercado libre	64	64
Set de <i>Bowls</i>	10 unidades de distintos tamaños	2	Mercado libre	35	70
Batidora	Hamilton Beach de 6 velocidades y <i>bowl</i> de vidrio	2	Mercado libre	50	100
Escurreidor	De plástico	4	Pycca	2	8
Tabla de picar	De madera y plástico	4	Pycca	4.50	18
Papel cocina	Para limpiar y asear la cocina	2	Supermaxi	1	2
Foco led	Para la cocina	1	Supermaxi	1	1

Vajillas

Juego de vajillas completa Porcelana	Sopera. Plato llano grande, plato llano mediano, plato llano pequeño y taza para té o café Vajillas de 20 piezas 5 de cada tipo de plato Porcelana y color café	10	Sukasa	43	430
Plato base Porcelana	Entreladado Haus	50	Sukasa	3.02	151
Recipiente para pan	Recipientes para colocar los panes o tostadas Canastita realizada con material tradicional	40	Mercado libre	3	120
Menaje (cristales)					

Vasos	Vasos para jugos Novara	8	Sukasa	4.62	36.96
	Juego de 6 vasos				
Vasos	Vasos para agua	8	Sukasa	5.94	47.52
	Juego de 6 vasos				
Vasos para postre	Juego de 6 vasos para postre Carat Durobor	8	Sukasa	13	104
Vasos para batidos	Diamond Bormioli Rocco	8	Sukasa	18	144
	Juego de 6 vasos				
Copas vino blanco	Juego de 4 copas Regency Bormioli	12	Sukasa	45	540
Copas para vino tinto	Juego de 4 copas	12	Sukasa	50	600

Regency Bormioli					
Jarras de vidrio	Para jugos y batidos	5	Sukasa	5	25
Con tapa y capacidad de 2.5 litros					
Pozuelos para postre	Juego de 6 unidades	8	Sukasa	14	112
Helsinki 9 onzas					
Pozuelos para ensalada de frutas	Juego de 9 piezas con tenedor	6	Sukasa	27	162
Cubertería					
Juego de cubiertos	Cubiertos TRAMONTINA, set de 24 piezas entre tenedor, cuchillo, cuchara y cucharitas.	8	Mercado libre	13	104

6 de cada tipo de cubierto

Comedor

Juego de comedor con cubierta de vidrio	Comedores de madera de seis sillas color ébano	8	Marcimex	734	5872
Televisión	Televisor de 32 “	1	Marcimex	269	269
Cortinas grandes	Cortinas de tela	4	Mercado libre	50	200
Basurero	Plástico de 10 litros para material orgánico e inorgánico	2	Mercado libre	7	14
Lámpara led	60x60 de 60W	2	Mercado libre	19	38
Botellón de 20 litros	De plástico	1	Mercado libre	8	8

Lencería

Individuales	Diseño de hoja	50	Sukasa	2	100
Servilletas de tela	roja y llana	50	Mercado libre	0.50	25
Servilletas de papel personalizadas	Color café y diseño de hojas Juego de 20 servilletas cocktail clásico dorado	5	Sukasa	2.50	12.50
Mantel de limpieza	De tela	6	Mercado amazonas	1.25	7.50
Manteles de mesa	Mantel Alisha Haus	8	Sukasa	11.50	92
Florero con planta artificial	Mini florero	8	Mercado libre	7	56
TOTAL					\$ 16135.68

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.3 Área administrativa.

Tabla 37

Requerimientos del área administrativas

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Oficina					
Silla giratoria	Metálicas borrada cuerina	2	Mercado libre	59	118
Cortina pequeña	Para colocar en la ventana	2	Mercado Libre	20	40
Sillas	Metálica borrada de cuerina	3	Marcimex	36	108
Escritorio	De madera Oxford	2	Marcimex	154.56	309.12
Sofá	Sofás de 2 plazas	1	Mercado libre	189	189
Computador	Computadora de escritorio 20.7 “	1	Computrón	470	470

Impresora Copiadora Escáner	Laser Hp M1536dnf Duplex	1	Computrón	223.20	223.20
Teléfono	Inalámbrico Panasonic, 2 bases más alta voz y bluetooth	1	Mercado libre	64	64
Botiquín de PAB	Con todos los implementos	1	Mercado libre	45	45
Foco Led	Economizador	1	Supermaxi	1	1
Basurero	De plástico 25 litros	1	Mercado libre	7	7
Resma de papel	500 hojas A4	2	Papelería popular	3.80	7.60
Esferos	Docena de diferentes colores Azul, negro y rojo	2	Papelería popular	4.80	9.60

Lápices	Docena de lápices	1	Papelería popular	4.20	4.20
Borradores	Docena	1	Papelería popular	2.40	2.40
Resaltadores	Docena	1	Papelería popular	8.40	8.40
Calculadora	Científica CASIO	2	Papelería popular	17	34
Correctores	Docena	1	Papelería popular	9.60	9.60
Grapadora	Grandes	2	Papelería popular	2	4

Perforadoras	Grandes	2	Papelería popular	2	4
Cinta adhesiva	Grande	2	Papelería popular	1.50	3
Grapas	Caja	2	Papelería popular	0.75	1.50
Caja registradora	Nueva	1	OLX	400	400
Lobby-Biblioteca					
Juegos de sala	Juego de sal Grecia	3	Marcimex	684.08	2052.24
Televisor	De 32 pulgadas	1	Marcimex	269	269
Indurama. Televisor led TISE20A HD					

Escritorio	De madera Oxford	2	Marcimex	154.56	309.12
Lámparas Led	60x60 de 60W	2	Mercado Libre	19	38
Parlante	Mediano	1	Marcimex	155	155
Librerías de 5 compartimientos	Madera	4	Mercado libre	350	1400
Sillas	Madera borrada con material acolchado	4	Mercado libre	30	120
Cámara video	Cámara Wifi 3 Antenas Hd Robótica Vigilancia Ip	2	Marcimex	55	110
Basurero	De plástico 25 litros	1	Mercado libre	7	7
Botellón de 20 litros	De plástico	2	Mercado libre	8	16

TOTAL

\$ 6538.98

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.4 Área de recreación.

Tabla 38

Requerimientos del área de recreación

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Red de vóley	Material sintético	1	Mercado libre	15	15
Balón	Para el vóley	1	Mercado libre	20	20
Postes	Metálicos	2	Mercado libre	15	30

Basurero	De material plástico de 5 litros para compuestos orgánicos e inorgánicos	2	Mercado libre	7	14
Juego de Muebles de exterior	Consta de una mesa dos sillas	9	Mercado libre	100	900
TOTAL					979

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.5 Área de zonas húmedas.

Tabla 39

Requerimientos del área de zonas húmedas

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
----------	-------------	----------	-----------	----------------	-------------

Piscina

Tumbonas	Madera para el exterior cerca de la piscina	4	Mercado libre	60	240
----------	---	---	---------------	----	-----

Jacuzzi y Spa

Camas de masajes hidráulicas	Cama portátil plegable de masajes	2	Mercado libre	130	260
------------------------------	-----------------------------------	---	---------------	-----	-----

Sillones	Juego de sillones puff, consta de dos sillones para una persona c/u	1	Mercado libre	660	660
----------	---	---	---------------	-----	-----

Mesas auxiliares	De madera pequeñas	3	Marcimex	48.38	145.14
------------------	--------------------	---	----------	-------	--------

Cómoda esmeralda	De madera de 8 compartimentos	1	Marcimex	86.13	86.13
------------------	-------------------------------	---	----------	-------	-------

Sábanas	Juego de sábanas	1	Mercado libre	10	10
Batas	Para masajes	6	Mercado libre	15	90
Juego de Toallas	Tres piezas	4	Mercado libre	15	60
Sandalias	Térmicas	6	Mercado libre	4	24
Percheros	Madera	2	Mercado libre	15	30
Basurero	De plástico	1	Mercado libre	15	15
Espejo	Espejos con repisa	1	Mercado Libre	35	35
Lámpara led	60x60 de 60W	2	Mercado libre	19	38
TOTAL					\$ 1693.27

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.6 Área de servicios sanitarios públicos.

Tabla 40

Requerimientos del área de servicios sanitarios públicos

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Toallas	Juego de toallas de tres piezas para manos	1	Mercado Libre	10	10
Espejos	Espejos con repisa para los baños públicos	2	Mercado Libre	35	70
Foco led	Para la zona pública	2	Supermaxi	1	2
TOTAL					\$ 82

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.7 Área de lavado, secado y planchado.

Tabla 41

Requerimientos del área de lavado, secado y planchado

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Lavadora-Secadora	Samsung 2 en 1 eléctrica 11 kg 24 lb	3	Mercado libre	520	1560
Mesas pequeñas	Madera	2	Mercado libre	90	180
Sillas	Madera	2	Mercado libre	30	60
Ropero 2 puertas-	Madera, para colocar la mantelería ya lavada	2	Mercado libre	206	412
Canastas	De plástico	3	Mercado libre	8	24
Planchas	Avapor electrolux sie60	2	Mercado libre	45	90

Tachos de ropa	De plásticos para ropa	2	Mercado libre	12	24
Basurero	De plástico y de cinco litros	1	Mercado libre	7	7
TOTAL					\$ 2357

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.8 Área de bodega.

Tabla 42

Requerimientos del área de bodega

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Armarios grandes	Para materiales de aseo, cocina y alojamiento	3	Mercado libre	315	945

TOTAL

\$ 945

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.9 Área de campamento.

Tabla 43

Requerimientos del área de campamento

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Carpa para 4 personas	Coleman Darwin	2	Mercado libre	210	420
Carpa para 3 personas	Coleman Darwin	2	Mercado libre	170	340

Carpa para 2 personas	Coleman Darwin	2	Mercado libre	140	280
carpa con capacidad de 5 personas	Coleman Darwin	1	Mercado libre	210	210
Sleeping	MCKINLEY ACTIVE 5	10	Marathon	69.90	699
Aislante	Aluminio térmico	10	Mercado libre	11.30	113
Cortadora de césped	Mantenimiento de áreas verdes	2	Mercado libre	50	100
Tijera podadora	Tijera de injertar y podar	1	Mercado libre	11	11
TOTAL					\$ 2173

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.10 Área de empleados.

Tabla 44

Requerimientos del área de empleados

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Camas	Una plaza y media	2	Eco Muebles	130	260
Cama	Dos plazas	1	Eco Muebles	170	170
Colchones	Imperial Chaide de plaza y media	2	Mercado libre	88	176
Colchón	Dos plazas Ortopédico Anti Ácaros	1	Mercado libre	109	109
Velador Viviana	Madera, tres cajones	1	Marcimex	67	67

Armario	Madera de dos puertas	2	Marcimex	360	720
Alfombras	Pequeñas	1	Mercado libre	25	25
Televisor	32" pulgadas	1	Marcimex	269	269
	Indurama televisor led				
Espejo	Espejo con repisa para baño	1	Mercado libre	35	35
Cortina de baño	Plástica	1	Mercado libre	8	8
Juegos de sábanas	Cobertor de colchón y sábana	3	Mercado libre	10	30
Almohadas	Esponja	4	Mercado libre	10	40

Cobijas térmicas	Cobijas térmicas de cebra, vaca y tigre	9	Mercado libre	14	126
Cortina pequeña	Para colocar en la ventana	2	Mercado Libre	20	40
Toallas	Juego de toallas de tres piezas	1	Mercado libre	15	15
Lámpara Led	60x60 de 6W	1	Mercado libre	19	19
Foco led	economizador	1	Supermercado Espejo	1	1
Calefactor-ventilador	A control	1	Mercado libre	75	75
Basurero	De plástico, 5 litros	1	Mercado libre	7	7
Uniforme	Chompa verde impermeable con el	6	Mercado libro	35	210

sello de la hacienda, y capucha con cierre					
	Pantalón Térmico Impermeable Ultraligero	6	Mercado libro	55	330
TOTAL					\$ 2732

Nota. Elaborado por la autora

3.3.4.11 Área agropecuaria.

Tabla 45

Requerimientos del área agropecuaria

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
Pesca deportiva					

Balde	20 litros	4	Pycca	8	32
Balde	10 litros	4	Pycca	6	24
Mosca para pesca deportiva	Set de 12 unidades	3	Mercado libre	8.50	25.50
Caña de pescar	Cada caña tiene accesorios para pescar, 2.7 m	8	Mercado libre	30	240
Red de pesca	Red Chayo grande	8	Mercado libre	25	200
Agroecología (huertos y producción orgánica)					
Tanques	200 litros	2	La granja	77	154
Bombas de motor	26 litros	2	La granja	110	220

Contenedores de basura	De plástico para materiales inorgánicos	2	Mercado libre	7	14
Palas	grandes	3	La granja	4	12
Azadones	grandes	4	La granja	5	20
Termómetro para compost y semisólidos	Permite conocer la temperatura adecuada en la que debe realizarse los compuestos orgánicos	2	La granja	38	76
Botas de caucho	Se prestará para los recorridos guiados por los huertos y rutas fuera de la hacienda.	15	Mercado amazonas	11	165
Tijera	Tijera de injertar y podar	3	Mercado libre	11	33

Crianza de animales y espacio de monta y exhibición de caballos

Comederos y bebederos de distintos animales	Se plantea un número aproximado ya que se establecerá un presupuesto fijo para este punto del cual se adquirirá animales y materiales según la capacidad del dinero. A futuro se irá implementando más animales como materiales.	500	La granja	8	4000
Casco y chaleco protector	Especialmente para principiantes	10	Mercado libre	45	450

Monturas de cuero	Montura Vaquera para Caballo	10	Mercado libre	580	5800
Espuela	Para los turistas que ya conocen de la actividad	5	Mercado libre	15	75
Semovientes					
Ovinos, bovinos, porcinos, aves	Se plantea un aproximado	100	Feria	-----	10800
Caballar	Animales destinados para la cabalgata	8	Feria	400	3200
TOTAL					\$ 25540.50
TOTAL DE TODOS LOS REQUERIMIENTOS POR ÁREA					\$ 77035.43

Nota. Elaborado por la autora

Para el funcionamiento de la hacienda turística se contará con personal que sepa de temas agroturísticos, a la vez que sepa de cocina, de masaje, aseo y limpieza de las áreas, y que ofrezcan un buen trato a los turistas, con capacidad de trabajar en equipo cuyo fin es llegar en conjunto a los objetivos planteados en la hacienda. Se contará con cuatro empleados para empezar en el funcionamiento de la hacienda, mientras pasa el tiempo y los turistas vayan creciendo se requerirá más personal, a quienes se procederá a contratar para cada área dependiendo de la necesidad del establecimiento, los cuales deberán cumplir una serie de requerimientos para formar parte de la misma. El personal con el que se contará tendrá constantes capacitaciones que reflejen de la institución un sitio acogedor, capaz de brindar a los turistas los mejores servicios de calidad.

3.4 Inversiones y capital de trabajo

3.4.1 *Obra civil necesaria*

Los materiales que se usarán en la construcción de la hacienda turística se detallarán a continuación donde cada material estará detallado con su costo unitario y costo total:

Tabla 46

Materiales necesarios para la construcción

Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tablas	1790	2	3580
Tablas para piso y techo	7955	1	7955

Transporte de piedras	2 volquetas	50	100
Cemento	70	9	630
Ladrillo	5967	0.22	1312.74
Arena	2 volquetas	70	140
Piedra laja	398 m2	21.50	8557
Pared cristal	11	150	1650
Marco para pared de cristal	14	40	560
Tejas	11913	0.25	2978.25
Vigas	176	9	1584
Costanera	1591	5	7955
Pilares	44	10	440
Tijera	550	2	1100
Puertas	23	90	2070
Baldosa	308 m2	7	2156
Ventanas	3	15	45

Pintura	6 baldes	20	120
Laca	20 tarros	4	80
Tubería	500 m de 1.5 pulgadas	40	200
Manguera	2 rollos de 200 m de 1 pulgada	40	80
Inodoros	12	55	660
Lavamanos	12	35	420
Duchas	11	15	165
Hidromasaje Jacuzzi de dos personas	2	949	1898
Lavaplatos	2	40	80
Tanque calentador de agua eléctrico	4	280	1120
clavos	20 libras	3	60
Clavadoras eléctricas	3	60	180
Brochas	5	5	25

Instalación eléctrica e iluminación externa	En todas las áreas que lo requieran, además iluminación externa con todos los instrumentos adecuados para el fin	2500
Señalética	Señalización con materiales de la zona e imprevistos	500
Costo total de la infraestructura		50900.99

Nota. Elaborado por la autora.

En este cuadro se detalló toda la parte que requiere construcción e instalación de tubería, energía eléctrica, iluminación externa, señalética en las áreas y senderos. Los espacios que no requieren construcción serán removidos en caso de que lo requieran y limpiados para su posterior uso de acuerdo a la actividad que se realizará por ello todos los espacios serán intervenidos de manera que también entran al cálculo de la mano de obra y de la maquinaria y equipos utilizados.

Los senderos serán adornados con plantas de la zona que den una apariencia llamativa a los turistas, a la vez que estos serán de piedra del mismo sector. La cocina, comedor y el *lobby* tendrán piso de baldosa, las demás cabañas serán de madera.

Se plantea que la construcción será realizada en 210 días, es decir ocho meses y medio contabilizando los días desde lunes hasta sábado que es igual a 24 días por mes según la planificación del arquitecto, en caso de que terminen antes del tiempo asignado por trabajar más horas de igual forma se les pagará el presupuesto asignado para la construcción.

Tabla 47*Mano de obra para la construcción*

Obrero	Valor a recibir por día	Días a trabajar	Pago total
Obrero	\$ 25	210	\$ 5250
	X 7		X 7
Total de los siete obreros	\$ 175	X 210	\$ 36750

Nota. Elaborado por la autora.

Se contratará con siete obreros a quienes se les pagará \$ 25 dólares por día. Entonces cada día corresponde a un pago de \$ 175 dólares por cada trabajador, este valor multiplicado por los 210 días laborables que son siete meses aproximadamente, muestra como resultado el valor total de la mano de obra necesaria correspondiente a \$ 36750 dólares.

Tabla 48*Presupuesto total de la construcción de la Hacienda Turística*

Descripción	Valor
Diseño del plano arquitectónico	3000.00
Infraestructura (materiales)	50900.99
Mano de Obra	36750.00

Maquinaria/equipo de limpieza y compactación	2000.00
TOTAL DE LA CONSTRUCCIÓN	\$ 92650.99

Nota. Elaborado por la autora.

3.4.2 Maquinaria y equipos

Tabla 49

Maquinaria y equipo de la hacienda turística Monte Verde

Artículo	Descripción	Cantidad	Proveedor
Alojamiento			
Televisores de 32"	Una en cada habitación	8	Marcimex
	Indurama Televisor led TISE20A HD		
Calefactor ventilador	Casser con control	8	Mercado Libre
Alimentación			
Nevera	Grande	1	Mercado libre
	Refrigerador, TCL 520 lb		
Televisor	De 32 pulgadas	1	Marcimex

Indurama Televisor led TISE20A HD			
Cocina	Indurama a gas Murcia SPA plus C32	1	Marcimex
Microondas	UMCO horno microondas 10000W de 30 litros	1	Marcimex
Licadoras	Marca UMCO LICUADORA 1500w6118 de 2 litros	2	Marcimex
Horno	Horno a gas Challenger (Horno Eléctrico 220v Cromado Empotrable	1	Mercado libre
Extintor	Extintor de seguridad de 10 libras contra incendios	1	Mercado libre
Cafeteras	UMCO Express 9347 de acero inoxidable	3	Marcimex
Cocina industrial	Uno de dos y otro de tres quemadores Acero inoxidable	2	Mercado libre
Teléfono	Inalámbrico Panasonic, 2 bases más alta voz y bluetooth	1	Mercado libre
Batidora	Hamilton Beach de 6 velocidades y bowl de vidrio	2	Mercado libre

Televisión	Televisor de 32 “	1	Marcimex
Área administrativa			
Computador	Computadora de escritorio 20.7 “	1	Computrón
Impresora Copiadora Escáner	Laser Hp M1536dnf Duplex	1	Computrón
Teléfono	Inalámbrico Panasonic, 2 bases más alta voz y bluetooth	1	Mercado libre
Caja registradora	Nueva	1	OLX
Cámara video	Cámara Wifi 3 Antenas Hd Robótica Vigilancia Ip	2	Marcimex
Área de lavado, secado y planchado			
Lavadora-Secadora	Samsung 2 en 1 eléctrica 11 kg 24 lb	3	Mercado libre
Planchas	Avapor electrolux sie60	2	Mercado libre
Área de campamento			
Cortadora de césped	Mantenimiento de áreas verdes	2	Mercado libre
Tijera	Tijera de injertar y podar	1	Mercado libre

Área de empleados			
Televisor	32" pulgadas	1	Marcimex
Indurama televisor led			
Calefactor-ventilador	A control	1	Mercado libre
Área agropecuaria			
Bombas de motor	26 litros	2	La granja
Termómetro para compost y semisólidos	Permite conocer la temperatura adecuada en la que debe realizarse los compuestos orgánicos	2	La granja
Tijera	Tijera de injertar y podar	3	Mercado libre

Nota. Se muestra el equipo necesario con el que la hacienda turística contará para ejecutar sus actividades. Elaborado por la autora.

Tabla 50

Descripción de la maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	Descripción
Calefactor ventilador	Es de gran utilidad para que los turistas puedan acomodarse al clima de acuerdo a sus necesidades, los

	turistas con esto podrán descansar cómodos y tranquilos.
Televisor	Este equipo estará en todas las habitaciones con el fin de lograr el disfrute del turista en todo momento. El televisor logrará que el turista no se sienta aburrido en el momento que este en su habitación.
Teléfono	Permitirá una comunicación entre el personal en distintas áreas como con personas externas a la hacienda sean estos clientes, proveedores, o distintas empresas que se comuniquen con el lugar.
Computador	Es de mucha importancia principalmente en el área de oficina/recepción para poder registrar a los turistas y manejar ciertos aspectos contables de la institución.
Impresora	Servirá igual para cualquier trámite o requerimiento que se desee realizar dentro de la institución.
Videocámara	Este equipo se encontrará instalado en algunos espacios de la hacienda con el fin de promover seguridad tanto a los turistas como al establecimiento.
Nevera	Sin este equipo importante dentro de la cocina los alimentos se perderían pronto puesto que se dañarían ya que el clima es variante.
Microondas	En caso de que los empleados o turistas deseen calentar sus alimentos este aparato estará a disposición de quien lo necesite.

Licuadora	Principalmente permite ofrecerles a los turistas una bebida refrescante a base de frutas de forma inmediata.
Horno	Para realizar los postres, como también alimentos que los turistas deseen consumir los cuales necesiten de este servicio.
Cocinas	Es la maquinaria más indispensable dentro del servicio de alimentación ya que permiten ofrecer a los turistas este servicio el cual complementa al servicio de alojamiento.
Cafeteras	Se contará con las cafeteras tanto en la cocina como en el espacio de lobby para brindar a los turistas esta bebida de manera instantánea en caso de que lo requieran.
Batidora	Ayudará a que se realicen alimentos de manera más eficiente que hacerlo manualmente, principalmente para realizar cualquier tipo de mezclas.
Extintor	En caso de cualquier accidente se estará preparado con el equipo necesario. Este equipo se encontrará ubicado en el espacio de comedor como en la oficina de recepción.
Caja registradora	Se colocará en el área de recepción, este facilitará el cálculo y registro de transacciones comerciales, incluye un cajón para guardar dinero. Además, permite imprimir un recibo o factura para el cliente

Lavadora	Permite brindar un servicio satisfactorio del cual los turistas puedan sentirse más confiados con la hacienda.
Secadora	Brinda a los turistas un servicio más completo al instante, donde sus prendas tengan un trato adecuado.
Plancha	El turista podrá pedir con confianza este servicio y si desea ser quien se encargue del planchado de su ropa.
Bombas de fumigar a motor	Este aparato es de mucha importancia para el área de cultivos ya que con ello se podrá fumigar de forma rápida los compuestos orgánicos en las plantas.
Termómetro para compost y semisólidos	Es un aparato muy útil para conocer la temperatura del compost y cómo esta se va desarrollando hasta formarse un abono orgánico para los cultivos.
Cortadora de césped	Será utilizado para diferentes áreas del establecimiento, especialmente para limpieza de césped cada cierto tiempo en los espacios abiertos que cuenta con vegetación.
Tijera para podar e injertar.	Este instrumento será utilizado tanto en los arreglos a las plantas que rodearán la hacienda como en el espacio agroecológico donde se lo utilizará para podar y realizar injertos.

Nota. En este apartado se muestra la descripción de cada una de las maquinarias y equipos con las que contará la hacienda. Elaborado por la autora.

3.4.3 Capital de trabajo

Entre los permisos y obligaciones que deben cumplir los establecimientos de alojamiento turístico según la federación hotelera del Ecuador tenemos los siguientes:

Tabla 51

Gastos pre operacionales - Constitución de la Hacienda Turística "Monte Verde"

Permisos	A quién se debe pagar y/o cumplir	Valor
Registro de alojamiento turístico	Ministerio de turismo	50
Permiso Sanitario	Municipio	10
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	10
Patente	Municipio	25
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	10
Licencia Ambiental	Municipio	50
Registro de alimentos y bebidas	Ministerio de Turismo	50
Licencia anual de funcionamiento	Ministerio del Turismo	30
IEPI	SENADI	16
Registro de marca	IEPI	208
Imprevistos		34
TOTAL		\$ 493

Nota. Elaborado por la autora.

3.4.3.1 Insumos de los primeros seis meses.

Tabla 52

Aseo y limpieza

Artículo	Detalle	Cantidad	Proveedor	Valor unitario	Valor total
Lavaplatos	Pack de lavaplatos con 2 esponjas	12	Súper mercado Espejo	2	24
Escobas	Plásticas	6	Súper mercado Espejo	1.25	7.50
Trapeadores	Spin Mop Trapeador mágico 360 grados	5	Mercado libre	8	40
Cloro	Clorox de 10 litros	6	Mercado libre	20	120
Detergente	20 kilos	2	Mercado libre	30	60
Limpiones	tela	4	Mercado amazonas	2	8
Útiles de aseo					

Jabones para hotel	Personalizados Caja de 500 unidades	2	Mercado libre	17.50	35
Shampoo para hotel	Personalizados Caja de 500 unidades	2	Mercado libre	17.50	35
Gel antibacterial	Sparza	75	Mercado libre	2	150
Jabón líquido	Sparza	75	Mercado libre	2	150
Papel higiénico	Paca de 100 unidades	4	Súper mercado Espejo	16.50	66
Kit SPA Botanicals Productos de belleza	Crema corporal, ácido hidrúlico, contorno de ojos, jabón corporal y aceite corporal.	3	Mercado libre	60	180
Mascarillas	Caja de 100 unidades	3	Farmacias económicas	3	9
TOTAL					\$ 884.50

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 53*Materia prima de alimentación*

Materia prima		Mensual	Anual
Cocina	Desayuno	334.60	2007.60
	Entrada	460.50	2763.00
	Sopas y locros	533.20	3199.20
	Plato Fuerte	855.90	5135.40
	Bebidas	328.00	1968.00
	Postres	519.00	3114.00
TOTAL			\$ 18187.20
TOTAL DE GASTOS MATERIA SEIS MESES			\$ 19071.70

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 54*Obligaciones a los que incurre la hacienda al momento operar*

Obligaciones tributarias	A quién se debe pagar y/o cumplir	Frecuencia de pago y/o cumplimiento
Declaración de Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual

Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul/Sep
Retenciones en la Fuente – Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Impuesto al Valor Agregado – IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Impuesto Consumos Especiales – ICE	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Anexos Transaccionales (IVA / ICE / Renta)	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual

Nota. En este apartado se muestran las obligaciones a las cuales incurrirá al momento de poner en ejecución el funcionamiento de la hacienda, este dependerá de los ingresos que posea para su posterior pago. Elaborado por la autora.

3.4.3.2 Sueldos de los empleados de la Hacienda Turística.

Tabla 55

Sueldo de los empleados

Empleados	Sueldo mensual	Sueldo semestral
Chef	450	2700

Recepcionista	450	2700
Camarera	450	2700
Ingeniero Agropecuario	450	2700
TOTAL	\$ 1800	\$ 10800

Nota. Se muestra la nómina de empleados con los que se empezará la operación de establecimiento, cada empleado se encargará de varias actividades hasta que la hacienda se estabilice y pueda contratar más empleados según se requiera. Elaborado por la autora.

3.4.3.3 Obligaciones dentro de los primeros seis meses de funcionamiento.

Tabla 56

Obligaciones de la hacienda

Obligaciones	A quién se debe pagar y/o cumplir	Valor mensual	Valor total
Impuesto predial	Municipio	8.75	52.50
Agua potable	Emapa	55.00	330.00
Energía eléctrica	EmelNorte	50.00	300.00
Teléfono	CNT	25.00	150.00

Mantenimiento de maquinaria y equipo	Maquinaria de la institución	75.00	450.00
Internet	Netservice	35.00	210.00
TV cable	Xtrim	42.50	255.00
TOTAL DE OBLIGACIONES			\$ 1747.50

Nota. Elaborado por la autora.

3.4.3.4 Publicidad y marketing inicial de la hacienda turística.

Tabla 57

Marketing y publicidad de la hacienda

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Facebook, Instagram y página web	1	300.00	300.00
Flyers	300	1.00	300.00
Tarjetas de presentación	300	1.00	300.00
Merchandising			
Llaveros	300	1.00	300.00
Bolígrafos	300	0.75	225.00

TOTAL

\$ 1425.00

Nota. Elaborado por la autora.

3.4.3.5 Capital del trabajo inicial de la hacienda turística.

Tabla 58

Capital de trabajo inicial

Capital de trabajo de la hacienda	Valor
Gastos constitución (permisos)	493.00
Materiales e insumos (materia prima)	19071.70
Sueldos y salarios	10800.00
Servicios básicos/Obligaciones	1747.50
Marketing y publicidad	1425.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 33537.20

Nota. Elaborado por la autora.

El capital de trabajo considerado para un año es de \$ 47392.38 dólares para gastos pre operacionales como materiales e insumos, obligaciones dentro del cual está el salario de los empleados, servicios básicos, y publicidad y señalización necesarios dentro del mismo. Este está calculado basándose en un término anual.

3.4.4 Total de la inversión

Tabla 59

Valor de los requerimientos por área

Área	Valor de requerimientos
Alojamiento	17859.00
Alimentación	16135.68
Administración	6538.98
Recreación	979.00
Zonas húmedas	1693.27
Servicios sanitarios públicos	82.00
Lavado, secado y planchado	2357.00
Bodega	945.00
Camping	2173.00
Empleados	2732.00
Agropecuaria	25540.50
TOTAL DE REQUERIMIENTOS	\$ 77035.43

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 60*Señalética informativa*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Panel informativo con rótulos de bioseguridad y prohibiciones	1	100.00	100.00
Rótulos informativos (sanitario de hombre, de mujer y spa)	3	3.50	10.50
Letrero informativo de madera (ingreso)	1	210.00	210.00
TOTAL			\$ 320.50

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 61*Total de la inversión de la Hacienda Turística*

Descripción	Valor
Terreno	\$ 46000.00

Total de la construcción	\$ 92650.99
Total del capital de trabajo	\$ 33537.20
Total de requerimientos por área	\$ 77035.43
Señalética informativa	\$ 320.50
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 249544.12

Nota. Este cuadro muestra el total de la inversión necesaria para la construcción y ejecución del proyecto. Elaborado por la autora.

3.4.5 Plan de financiación Recursos propios (Créditos o préstamos, subvenciones de otras entidades, capitalización)

Este plan de financiación se va a realizar mediante recursos propios y por medio de un crédito dentro de una institución financiera, el recurso propio que se posee corresponde al 30% de la inversión que es, el terreno 46000.00 y una inversión individual por cada socio de 14000.00, con un total de \$ 74000.00; la parte financiada corresponde a \$ 175544.12 que es el 70% de la inversión, el cual será pagado de manera igualitaria, tomando en cuenta que uno de los socios para tomar posesión del terreno al igual que el otro socio dueño del terreno pagará un valor financiado más alto para equilibrar la inversión, es decir que uno de los socios pagará el valor de \$ 64772.06 y el otro \$ 110772.06.

Tabla 62

Inversión propia y financiera

Capital	Detalle	Monto	Total
	Socio 1 (terreno)	\$ 60000.00	\$ 74000.00

Propio 30%	Socio 2	\$ 14000.00	
Financiamiento 70%	Socio 1	\$ 64772.06	\$ 175544.12
	Socio 2	\$ 110772.06	
TOTAL DE INVERSIÓN 100%			\$ 249544.12

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 63

Tabla de amortización

Plazo	120
Monto	175544.12
Tasa anual	9.76%
Tasa mensual	0.81%
Pago mensual	\$ 2296.56

Nota. Elaborado por la autora.

El valor requerido de financiamiento asciende a \$ 175544.12 dólares, los mismos que se financiarán a través de BAN ECUADOR con una tasa de interés anual del 9.76% a un plazo de 120 meses, lo que corresponde a una cuota mensual a pagar de \$ 2296.56 dólares con una tasa mensual de 0.81%.

La institución financiera con la cual se trabajará es Ban Ecuador ya que es una institución perteneciente al Estado, por ende, maneja tasas de interés cómodas que permiten la facilidad de pago, pues se pueden pagar de manera, mensual, bimestral, trimestral, semestral o anual, en este caso se procederá a realizar pagos mensuales con una tasa de interés del 9.76 % durante diez años

con una cuota fija de \$ 2296.56 dólares. El tipo de crédito será para pequeñas y medianas empresas. Tabla de amortización ver anexo XX.

En sí la inversión realizada por cada una de las partes será de manera igualitaria donde cada parte invierte el mismo valor entre el capital propio y financiado, con el fin de evitar inconvenientes y que cada socio pueda tomar decisiones libremente.

En la ejecución del establecimiento se tratará de promocionar y dar los mejores servicios a los clientes para que se sientan satisfechos e incluso recomienden a familiares y amigos la visita al lugar, puesto que se tratará de recuperar lo antes posible la inversión y con ello empezar a obtener ganancias.

3.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.1 Misión

Contribuir con el desarrollo turístico de la parroquia de forma responsable con los visitantes, ofreciéndoles un servicio de clase, en hospedaje, restaurante, actividades agropecuarias y diversas actividades turísticas que conectan a la naturaleza con las personas, operando con calidad certificada, para superar las expectativas de nuestros clientes.

3.5.2 Visión

Para el año 2030 “Monte Verde”, será un establecimiento de alojamiento y recreación líder en la industria del turismo agroecológico siendo reconocidos por nuestro prestigio, gracias a la obtención de un sistema de gestión de calidad que asegure el respeto a la naturaleza y eficiencia en todas las necesidades y satisfacciones de nuestros clientes, donde se sientan motivados a realizar agroturismo y turismo rural en la zona, para revitalizar la economía local.

3.5.3 Políticas generales de la hacienda

- Cumplir con los requisitos legales y reglamentarios establecidos por la institución
- Identificar las necesidades de los usuarios para ofrecerles servicios adecuados que satisfagan sus necesidades
- Establecer objetivos.
- Tener recursos humanos, económicos y técnicos eficientes.
- Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente.
- Desarrollar constantemente capacitaciones al personal que permita la concientización sobre la calidad y la ética en el cumplimiento de sus tareas.
- Adaptarse a las nuevas demandas, teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios donde se pueda adquirir cambios para su satisfacción.
- Respetar al medio que nos rodea tomando en cuenta la responsabilidad sobre los actos que se realicen.
- Gestionar y disponer de los recursos necesarios, pero aplicando las normativas de los cargos superiores.
- Establecer costos factibles para cada uno de los servicios del establecimiento.
- Proveer seguridad para proteger información personal del huésped que se registre en el establecimiento.
- Informar a los huéspedes de forma clara el precio de los servicios que se ofrecen en el establecimiento.
- Respetar la capacidad máxima del establecimiento.
- Presentar la facilidad de ingreso para las personas con discapacidad.
- Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped con sus datos personales y los servicios adquiridos.
- La hora de *check in* y *check out* será entre la 13:00 – 14:00 pm.
- Informar las políticas que se deben cumplir en el establecimiento tanto a los huéspedes como a los empleados.

- Emitir factura por los servicios adquiridos por los clientes.
- Recibir el pago por los servicios entregados a los huéspedes.
- Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo.
- Todas las partes estarán obligadas a cumplir las políticas establecidas por la hacienda con el fin de que exista un buen funcionamiento y desenvolvimiento del mismo.

3.5.4 Políticas específicas de los empleados

- Satisfacer a los clientes mediante la prestación de servicio eficiente y eficaz
- Proponer soluciones en caso de que se presente un problema con el cliente.
- Conocer los objetivos del establecimiento y dirigirse a ellos mediante un trabajo en equipo.
- Evitar inconvenientes con otros trabajadores y clientes.
- Mantener al cliente alojado siempre conforme con los requisitos prestados, así como satisfacer en todo momento sus necesidades.
- Potenciar la selección, desarrollo y promoción de los recursos humanos con un enfoque de calidad, y con un fuerte énfasis en la formación interna.
- La mejora continua formará parte de la cultura de calidad de la empresa y será un compromiso de todo el personal fomentar esta mejora.
- Aprobar, implantar y mantener actualizado un Código de Conducta aplicable a los directivos y empleados que garantice el buen gobierno, la transparencia e integridad en las relaciones que se establezcan con los clientes y resto de grupos de interés.
- Capacitación constante en temas relacionados con el establecimiento y atención al cliente.
- Proporción de uniformes a los empleados, a los cuales deberán mantener limpio y cuidado.
- Mantener la higiene y buena apariencia para los clientes.

- Estar apto para realizar actividades diferentes al que se le haya contratado debido a que se empezará con cuatro empleados.
- Pagar los sueldos correspondientes con todos los beneficios de ley en el cual también incluye vacaciones.
- En caso de que lleguen a adquirir los servicios de la hacienda los familiares de los empleados se les hará un descuento especial del 15%.
- Está prohibido el consumo de sustancias estupefacientes dentro del establecimiento, en caso de encontrar a los empleados consumiendo serán removidos del cargo o despedidos.
- En caso de que el empleado llegue en estado no adecuado al establecimiento se procederá a regresarle a su casa o despedirlo si es grave.

3.5.5 Políticas específicas de los clientes

- Presentar documentos personales para ser registrados al ingresar a la hacienda turística.
- Registrar a todos los huéspedes en recepción para hacer uso las habitaciones o actividades complementarias del establecimiento.
- Los huéspedes deberán pagar el valor de todos los servicios requeridos y acordados.
- Si hubiese una persona extra a la acordada en la habitación, el valor de ocupación será cargada a la cuenta del cliente.
- Si desea prolongar su estadía deberá comunicarse con recepción con al menos 8 horas de anticipación.
- Si algún cliente permanece más tiempo se le advertirá el cargo de un día más, se le dará una hora máxima a su favor para que desaloje.
- Si el cliente cuenta con objetos de valor deberá cuidarlos bien ya que Monte Verde no se hace responsable de pérdidas ocasionadas en el establecimiento.
- Se prohíbe fumar en las habitaciones y espacios cerrados a excepción de las áreas exteriores.

- Se prohíbe hacer ruido, el cual moleste a los demás huéspedes que se esté hospedando en el establecimiento.
- Está prohibido que los clientes durante su estancia, actos que falten la moral y las buenas costumbres. Los huéspedes deberán comportarse con decencia y moralidad.
- No se permite el ingreso de mascotas en las habitaciones.
- No se permite el consumo de sustancias estupefacientes en el establecimiento.
- Cualquier daño que se cause dentro de las áreas del establecimiento será cancelado por el huésped el valor correspondiente a dicho daño.
- El área de administración tiene el derecho de terminar el contrato de hospedaje si se viola alguna de las regulaciones establecidas.
- Los clientes que hayan aceptado utilizar cualquier servicio incluido en los paquetes y habitaciones no tendrán derecho de exigir la devolución de servicios que no hayan adquirido de forma voluntaria.
- Los clientes pueden comunicar libremente quejas y reclamos al departamento administrativo de la institución.

3.5.6 Reservas y cancelaciones

- Para ejecutar la reserva se requiere un depósito o tarjeta de crédito del cliente.
- Realice sus reservas por medio del formulario de reservas que se encuentra en línea, se le enviará una confirmación de su reserva al recibir su información.
- Colocar los nombres de todas las personas a alojarse.

3.5.6.1 Cancelación o modificación

- Las cancelaciones de las habitaciones deben ser realizadas por escrito vía e-mail a monteverde_hacienda@gmail.com, o por teléfono.
- Las cancelaciones antes de las 120 horas tendrán derecho al 100% de reembolso a favor del cliente.

- Cancelaciones entre 120 a 72 se factura el 50% del valor de una noche de estadía.
- Cancelaciones entre 24 a 72 horas se factura el 25% del valor de una noche de estadía.
- Cancelaciones entre 24 horas a 0 horas se factura el 100% del valor de una noche de estadía.
- El cliente deberá anotar su número de cancelación, este será su seguro para facturaciones erróneas.
- La modificación de la reservación se podrá realizar hasta 36 horas sin recargo, en caso de solicitar cambio menos de estas horas se le recargará el 10% en su pago ya que alterará la logística.
- La penalización en caso de *no-show* o no llegada será la no devolución del valor de la primera noche y cancelación de las demás si tiene, si llega durante las 24 horas podrá ser reembolsado el 25% de las noches sobrantes, aplica la misma política de la cancelación (Ministerio de Turismo, 2016).

3.5.7 Protocolo de Bioseguridad

3.5.7.1 Medidas de bioseguridad para el personal.

- Asegurar el uso de equipos de protección personal
- El establecimiento deberá coordinar la dotación al personal de los equipos de protección
- Recomendaciones para todo el personal antes de salir de casa:
 - Higiene personal diaria
 - Ropa limpia
 - Uñas cortas
 - Cabello recogido
- Utilizar prendas de mangas largas. Se recomienda que en lo posible cubra todo el cuerpo y se realice el cambio de prendas de vestir por el uniforme de trabajo en el establecimiento.
- Lavado y desinfección de manos, así como lavado de prendas.
 - Colocarse la mascarilla.

- Mantener distancia entre las personas de dos metros
- Llevar un dispensador de alcohol gel al 70% de uso personal.
- No tocar su rostro u otras partes del cuerpo durante la trayectoria a su lugar de trabajo.
- En caso de presentar sintomatología relacionada con la COVID-19, controlar la salida a la casa, notificar inmediatamente al empleador y no estar en el lugar de trabajo.
- Informar al personal y colocar información en un lugar visible de zonas comunes del establecimiento sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19.
- Se sugiere limitar el número de personas por habitación y de circulación por las instalaciones.
- Prever y resguardar la salud del personal, considerando lo siguiente:
 - El establecimiento deberá realizar el seguimiento de cada uno de sus empleados y verificar si presenta signos o síntomas relacionados a COVID-19.
 - Colocar filtro sanitario en la entrada al establecimiento para ingreso de todo el personal (ingreso con mascarilla quirúrgica, toma de la temperatura con termómetro infrarrojo, lavado de manos con agua y jabón y desinfección de las mismas con alcohol gel al 70%).
- Dar cumplimiento a las disposiciones emitidas por las autoridades correspondientes sobre salud y seguridad en el trabajo (riesgos laborales).

3.5.7.2 Manipulación de alimentos.

- Aplicar las medidas establecidas por la autoridad sanitaria.
- Asegurar el uso de equipos de protección del personal
- Colocar información en un lugar visible de zonas comunes y dentro de cocina sobre las medidas de protección básicas, para evitar el contagio del COVID-19.

- Al inicio de operaciones del día y cada dos (2) horas, se debe realizar una desinfección total del ambiente.
- Desinfectar utensilios y superficies de preparación antes y después de manipular alimentos.
- Está prohibido el ingreso de personas externas a cocina, en casos estrictamente necesarios deben ingresar con el EPP correctamente aplicado.
- Limpiar y desinfectar con frecuencia los desagües de la cocina, trampa de grasa y demás elementos con grasa.

3.5.7.3 Recepción de los huéspedes.

- Informar al huésped y colocar información en un lugar visible de zonas comunes del establecimiento sobre las medidas de protección básicas y propagación del COVID-19
- Colocar alcohol gel en las manos del huésped; así como colocar dispensadores de alcohol y gel en lugares estratégicos para uso del personal y huéspedes.
- Desinfectar el mostrador de forma frecuente, obligatoriamente antes de atender a un huésped y después de hacerlo.
- Colocar cubos de basura con tapa
- Evitar acceso a personas externas que no se encuentren registradas en el establecimiento.
- Las llaves de habitaciones se entregarán desinfectadas y se desinfectarán al recibirlas.
- Para las transacciones monetarias, en el caso de pagos en efectivo se recomienda recibir el dinero y desinfectarlo

3.5.7.4 Manejo de Desechos.

- Los desechos que se generen como guantes, pañuelos, mascarillas, se deben eliminar en una funda de plástico en un tacho de basura con tapa.

- Los desechos deberán ser rociados cuidadosamente con solución desinfectante, no se debe humedecer en exceso los desechos, a fin de evitar que escurra líquido por la funda.
- La funda 1 debe ser introducida en una segunda funda de plástico `posteriormente esta se cerrará fuertemente con doble nudo, evitando que la funda 1 interfiera con el cierre de la funda 2.
- La funda 2, se depositará en la funda de plástico (funda 3) con el resto de los residuos, este se deberá rociar cuidadosamente con desinfectante.
- Posterior al rociado de la funda 3 con la solución desinfectante, de ser el caso, esta debe almacenarse en un lugar adecuado y seguro, fuera del alcance de los niños y mascotas.
- Inmediatamente después de que el encargado de sacar la funda 3, para su posterior recolección por parte del GAD, se realizará una completa higiene de manos, con agua y jabón (Ministerio de turismo y Ministerio de salud, 2020).

En el se manejarán los reglamentos necesarios para poder ejecutar las actividades y prestación de servicios de manera adecuada, siguiendo los reglamentos propuestos por autoridades superiores.

Dentro de los protocolos de bioseguridad como las prohibiciones manejadas en el establecimiento se contará con un panel informativo de madera en la parte central de la hacienda donde todos los turistas y empleados puedan observar e informarse de manera adecuada el manejo adecuado de estos protocolos y conocer que es lo que pueden o no hacer. Todos los rótulos tendrán una dimensión A3 (29,7 cm x 42 cm) los cuales serán colocados en dicho panel. Se utilizarán rótulos de bioseguridad y prohibiciones de la siguiente manera:

Figura 92

Rótulos informativos de bioseguridad que se utilizarán en el panel



Nota. Tomado de *Prevención Covid 19*, por AND Publicidad, 2019, <https://andpublicidad.com/mitienda/covid19ecuador/142-medidas-prevencion-covid-19-ta-mano-a3-42x297.html>.

Nota. Tomado de *Síntoma Covid 19 y cómo actuar*, por Heloisa Ravagnani; Paulo Ramos; OMS; NHS y CDC citado por Silvia Salvadó, S/f, *El camino más corto* <https://www.elcaminomascorto.es/informacion-mexico-turismo-covid-19/>



Nota. Tomado de *Medidas de bioseguridad*, Piretest Perú, 2020, <https://www.piretest.com/rianelvelasco/bioseguridad/>.

Figura 93

Rótulos de prohibiciones dentro de la hacienda



Nota. Tomado de *Prohibido Tirar Basura Logo Vector*, por Seek logo, 2021, <https://seeklogo.com/vector-logo/297006/prohibido-tirar-basura>.

Todos los rótulos serán colocados en el panel informativo para que las personas puedan conocer las recomendaciones, políticas y prohibiciones de la hacienda, a la vez tomarlas en cuenta para evitar cualquier tipo de inconveniente.

El panel informativo será realizado a base de madera, el cual tendrá un cobertor de paja en la parte superior para evitar que este se desgaste, y en la parte central se colocarán los rótulos necesarios para informar a los visitantes y personal las medidas que se deben cumplir en el lugar. Las medidas que se tomarán en cuenta para realizar el panel informativo es de 2152 x 2000 cm.

Figura 94

Ejemplo del modelo del panel informativo



Nota. Tomado de *Cartel Rústico con techo*, por Crous Expert, S/f, <https://crous.eu/senalizacion/carteles/cartel-rustico-con-techo/>.

Figura 95

Rótulos informativos que se utilizarán en la hacienda (sanitario de hombre, de mujer y spa)



Nota. Tomado de *Señales para baños de damas y caballeros*, por Pinterest, 2020, <https://www.pinterest.com/pin/399272323197886086/>.

Los rótulos que se van a utilizar dentro de la hacienda turística permitirán que el cliente sepa el lugar donde está ubicado, estos rótulos serán impresos y emplastificados para ser colocados en el lugar respectivo. Los rótulos mostrarán donde están los sanitarios de caballeros y damas, además el lugar donde se encuentra el Spa los cuales tendrán una dimensión de 105 x 145 mm. Los demás espacios de la hacienda tendrán su propia identificación, estos serán realizados a base de madera, cuyos nombres serán tallados para cada habitación y área de dicha hacienda, como el ejemplo que se verá a continuación.

Figura 96

Ejemplo de nombre de un lugar tallado en madera



Nota. Tomado de *Nombres tallados* [Fotografía], por Keix Art, 2021, Catálogo <https://www.keixart.com/catalogo/nombres-tallados-1z-10/>.

Los nombres serán tallados en madera, cuya dimensión será de 30 x 10 cm, según la cantidad de letras. El nombre de los tallados es de 1z-10, con barniz roble seda satinado.

3.5.8 Valores

- **Respeto.** Se manejará el respeto en todas las instancias donde el establecimiento tendrá este valor como eje principal tanto de empleados a clientes como de clientes a empleados, no se aceptarán actos violentos de falta física y moral.
- **Calidad y calidez.** Se manejará en lo posible productos y servicios de calidad acorde a los gustos y satisfacción de los clientes con el fin de que se sientan cómodos y amigables con el ambiente.
- **Responsabilidad.** El establecimiento será responsable total de hacer que los clientes se sientan satisfechos con los servicios adquiridos.
- **Cuidado del medio ambiente.** El establecimiento manejará diversas actividades que permitan el disfrute de los turistas en la naturaleza, pero sin que este cause daño al ambiente, además se aplicará la agroecología donde se evitará en lo posible la utilización de químicos que dañen el propio sabor de los alimentos.
- **Perseverancia.** La hacienda se mantendrá constante en sus actividades a pesar de que la situación se ponga complicada, pues se buscará solución eficiente para todos los problemas que sucedan con constancia.
- **Honestidad.** El establecimiento será reconocido por la honestidad en la prestación de sus productos y servicios, evitando así un marketing falso.
- **Lealtad.** Los trabajadores serán leales al establecimiento ya que evitarán divulgar con otras personas lo que sucede en la hacienda.
- **Colaboración.** Los trabajadores laborarán en grupo con el fin de llegar a los objetivos propuestos por el establecimiento pues tendrán capacidad para comunicarse y compartir opiniones de manera conjunta.

- **Espíritu de servicio.** Los empleados estarán capacitados y por ende aptos para prestar el servicio de calidad a los clientes mediante un trato justo y amigable.

3.5.9 Imagen corporativa (logo)

Figura 97

Logo de la hacienda turística

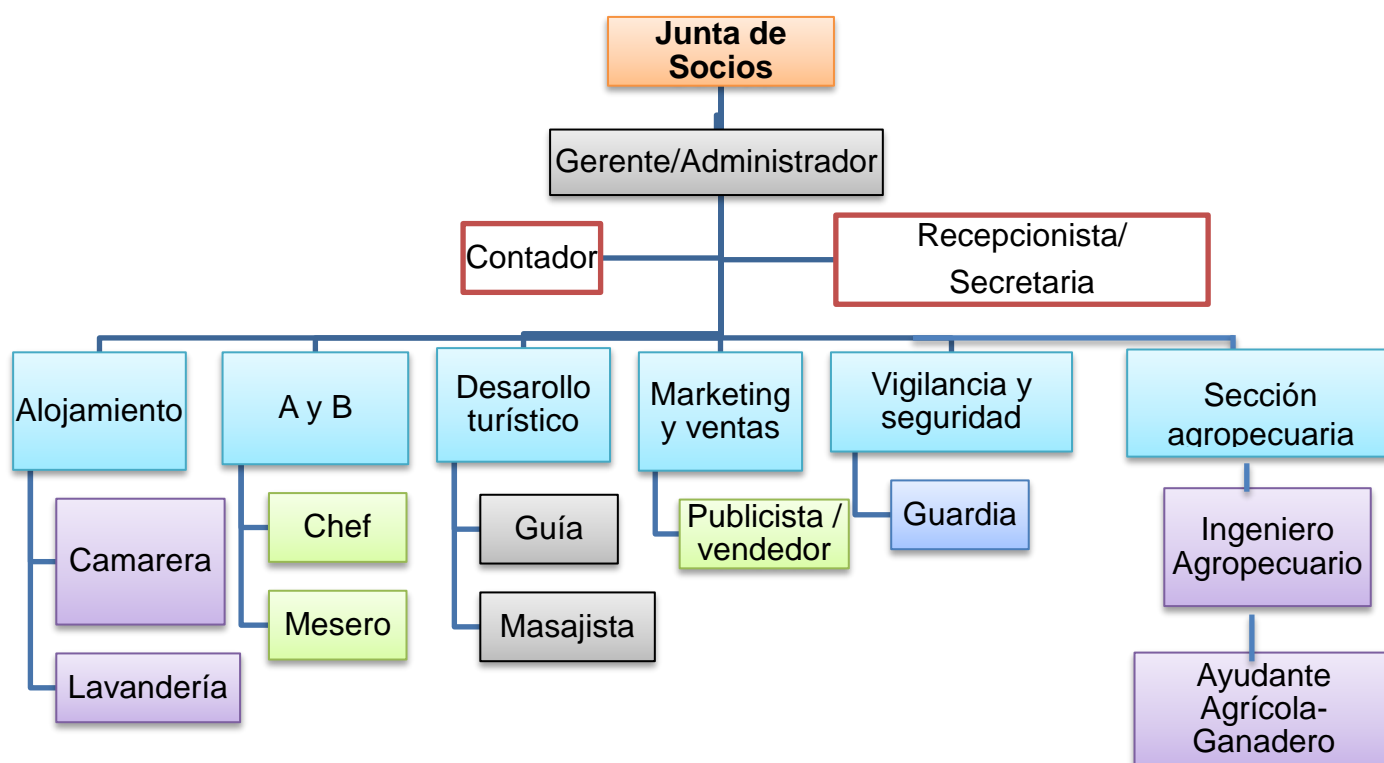


Hacienda Turística

Nota. Logo de la Hacienda Turística Monte Verde donde se puede identificar los colores y figuras que lo resaltan. Elaborado por la autora a partir de SparkPost.

El emprendimiento tendrá el nombre de Hacienda Turística Monte Verde, debido a que se encuentra en una zona rural rodeada de montañas y naturaleza maravillosa, del cual se aprovechará los recursos existentes para potencializarlo como una zona turística que permita a los turistas olvidarse de la rutina diaria y disfrutar de un ambiente único con diversidad natural como cultural.

3.5.10 Organigrama



Nota. Elaborado por la autora


El emprendimiento turístico trabajará con personal que labore diferentes actividades, es decir sea polivalente, que tenga la capacidad de acomodarse en distintas áreas, debido a que, al inicio de la prestación de servicios en el emprendimiento no se tendrá gran afluencia de turistas que requiera el establecimiento un número elevado de personal por lo que se plantea iniciar con el personal indispensable que se dedique a cubrir otras actividades dentro de la hacienda. A medida que el emprendimiento vaya creciendo se irá implementando más personal según se requiera, puede ser incorporando personal por horas, a medio tiempo o a tiempo completo, según se necesite y la demanda lo requiera.

3.5.11 Manual de funciones

El manual de funciones que se presentan en las matrices a continuación, se han planteado de acuerdo a las Normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), cuyas normas fortalecen el sistema de calidad a través de sellos que este brinda para mejorar la productividad del país, ante ello establecen una serie de requisitos en varios ámbitos para que un establecimiento sea reconocido por este, entre ellos está el personal de alojamiento con cada una de las características y competencias que debe cumplir para generar a los visitantes satisfacción y comodidad, obteniendo así una certificación de competencias laborales por su desempeño. De Acuerdo a las normas INEN se establecen los requisitos necesarios para poder trabajar en diferentes cargos como se verá a continuación.

Tabla 64

Matriz para el puesto de Administrador de un alojamiento

 <p>Hacienda Turística</p>	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	NTE INEN 2450:2008
		Edición:	1
		Fecha:	20/03/2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: ADMINISTRADOR			
OPERADORES			
<p>OCUPACIÓN:</p> <p>El administrador se ocupa, principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.</p>			
<p>REQUISITOS:</p> <p>Planificar objetivos y estrategias</p> <p>Planear y desarrollar nuevos productos y procesos</p>			


<p>Establecer cronogramas, plazos y presupuestos</p> <p>Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing)</p> <p>Analizar y evaluar resultados para proponer acciones</p> <p>Alcanzar objetivos esperados</p> <p>Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento</p> <p>Asegurar la satisfacción del cliente</p> <p>Liderar el equipo humano de trabajo</p> <p style="text-align: center;">COMPETENCIA:</p>
<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Procesos y procedimientos administrativos y contables; b) Técnicas de definición de precios, productos y servicios; c) Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo; d) Procesos de mejora continua; e) Técnicas de negociación y administración de contratos; f) Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad; g) Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera; h) Técnicas de liderazgo y jefatura; i) Métodos de evaluación de desempeño de personal; j) Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento; k) Técnicas de mercadeo.
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Planificación de corto y largo plazo; b) toma de decisiones; c) raciocinio numérico aplicado a negocios; d) raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita; e) interpretación del lenguaje corporal.
<p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Innovador b) Perseverante c) Atento d) Detallista

e) Previsor	
f) Orientado al cambio	
OBSERVACIONES:	Firma: Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por la autora a partir de la normativa INEN. Tomado de *Turismos. Administrador de empresas de alojamiento. Requisitos de competencia laboral* (pp. 3-5), por Instituto ecuatoriano de normalización (INEN), 2008, Norma técnica ecuatoriana https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2450-08.pdf.

Tabla 65

Matriz para el puesto de Recepcionista

 <p>Monte Verde Hacienda Turística</p>	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	NTE INEN 2446:2008
		Edición:	1
		Fecha:	20/03/2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: RECEPCIONISTA POLIVALENTE			
OPERADORES			
<p>OCUPACIÓN:</p> <p>El recepcionista que desempeña un puesto polivalente se ocupa, principalmente de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento, atender teléfono y administrar caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.</p>			
<p>REQUISITOS:</p> <p>Registrar el ingreso del huésped (<i>check in</i>):</p> <p>Acomodar al huésped en la habitación</p>			

Controlar el acceso a las habitaciones
Apoyar a los huéspedes y administración
Efectuar los procedimientos de salida del huésped (*check out*)
Realizar los trabajos de auditoría nocturna
Entregar la recepción al turno correspondiente
Cuidar el área de recepción
Operar los equipos de recepción
Actuar como intermediario entre los huéspedes y otros departamentos del Establecimiento
Velar por la seguridad y privacidad de los huéspedes y del establecimiento
Asegurar la satisfacción del cliente
Capacidades y criterios de evaluación
Cuidar de la apariencia personal
Calidad del servicio

COMPETENCIA:

Conocimientos básicos:

- a) Leer y escribir (redacción y ortografía);
- b) cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y aplicación del cálculo porcentual para descuentos y recargos;
- c) uso de PC a nivel usuario, dependiendo del establecimiento hotelero;
- d) dominio de software de aplicación (excel, word, power point, etc.) dependiendo del establecimiento hotelero);
- e) procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, facilidad de uso de teléfono celular, acceso a números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica;
- f) informática básica e internet;
- g) requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación.

Conocimientos técnicos:

- a) Conocimientos sobre deberes y derechos establecidos por el reglamento interno del establecimiento;
- b) Normas de seguridad y salud en el trabajo;
- c) procesos de ingreso (*check in*) y salida (*check out*) de los huéspedes;
- d) procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones;

<p>e) funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un hotel;</p> <p>f) conocimientos de los productos y valores comercializados por el establecimiento;</p> <p>g) términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción;</p> <p>h) inglés a nivel básico-intermedio técnico u otros idiomas, dependiendo del establecimiento;</p> <p>i) contabilidad básica y manejo de caja;</p> <p>j) información de eventos y atractivos turísticos locales;</p> <p>k) técnicas de servicio al cliente; protocolo y etiqueta;</p> <p>l) manejo de sistema de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros;</p> <p>m) conocimiento de la ley de turismo y reglamentos de actividades turísticas;</p> <p>n) conocimiento de normas de calidad de turismo, según el establecimiento.</p>	
<p>Habilidades:</p> <p>a) manejo de recursos financieros;</p> <p>b) manejo de recursos materiales;</p> <p>c) comprensión de lectura, y escritura para anotar mensajes orales de forma clara y con caligrafía legible;</p> <p>d) organización de información</p> <p>f) atención al cliente</p> <p>g) integración para ejecutar trabajo en equipo;</p> <p>h) interpretación de lenguaje corporal;</p> <p>i) memoria de corto y largo plazo;</p>	
<p>Actitudes:</p> <p>a) Equilibrado emocionalmente</p> <p>b) Innovador</p> <p>c) Atento</p> <p>d) Orientado al cambio</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>	<p>Firma:</p> <p>Fecha: __/__/__</p>

Nota. Elaborado por la autora a partir de la normativa INEN. Tomado de *Turismo. Recepcionista polivalente. Requisitos de competencia laboral* (pp. 3-5), por INEN, 2008, Norma técnica ecuatoriana https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2446-08.pdf.

Tabla 66

Matriz para el puesto de Camarera de pisos

 <p>Monte Verde Hacienda Turística</p>	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	NTE INEN 2432:2008
		Edición:	1
		Fecha:	20/03/2021
<p>DENOMINACIÓN DEL PUESTO: CAMARERA DE PISOS</p> <p style="text-align: center;">OPERADORES</p>			
<p>OCUPACIÓN:</p> <p>La camarera de piso se ocupa principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.</p>			
<p>REQUISITOS:</p> <p>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 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 y asegurar la satisfacción del cliente Cuidar la apariencia personal Mantener la comunicación con los demás departamentos</p> <p style="text-align: center;">COMPETENCIA:</p>			
<p>Conocimientos</p> <p>a) Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales b) Técnicas de montaje de cama y presentación de pieza de menaje y otros elementos c) Requisito de higiene personal</p>			

<ul style="list-style-type: none"> d) Seguridad en el trabajo e) Operaciones de aparatos y equipos de uso más común en las habitaciones f) Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped g) Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo h) Manejo de formularios 	
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas b) Lectura y escritura clara para el llenado de formularios y registros de acciones diarias c) Tomar decisiones rápidas bajo presión d) Comunicación clara de manera verbal e) Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz 	
<p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Práctico b) Detallista c) Atento e) Equilibrado emocionalmente f) Discreto g) Responsable h) Honesto 	
<p>OBSERVACIONES:</p>	<p>Firma:</p> <p>Fecha: __/__/__</p>

Nota. Elaborado por la autora a partir de la normativa INEN. Tomado de *Turismo. Camarera de pisos. Requisitos de competencia laboral* (pp. 3-5), por INEN, 2008, Norma técnica ecuatoriana https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2432-08.pdf.

Tabla 67

Matriz para el puesto de Chef de cocina

 <p>Hacienda Turística</p>	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	NTE INEN 2442:2008
		Edición:	1
		Fecha:	20/03/2021
<p>DENOMINACIÓN DEL PUESTO: CHEF DE COCINA</p> <p style="text-align: center;">OPERADORES</p>			
<p>OCUPACIÓN:</p> <p>El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.</p>			
<p>REQUISITOS:</p> <p>Planificar y controlar la cocina Elaborar programación de la cocina Elaborar menú o carta Crear recetas y preparar platos Administrar existencia (stock) y consumo Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial Administrar al equipo Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos Representar a la organización</p> <p style="text-align: center;">Competencia:</p>			
<p>Conocimientos</p> <p>a) Prácticas administrativas de planificación; b) elaboración de presupuesto; c) análisis y control de costos y resultados; d) administración de la producción; e) principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas; f) principios de administración de alimentos y bebidas;</p>			

- g) técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión;
- h) manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas;
- i) procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal;
- j) creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo;
- k) recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio;
- l) NTE INEN 2 458;
- m) términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas;
- n) primeros auxilios básico
- o) seguridad industrial;
- p) ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina;
- q) técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio;
- r) técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas;
- s) técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual;
- t) aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias;
- u) principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación y tipos de servicio y presentación de platos;
- v) maquinaria, equipos y utensilios de cocina;
- w) términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía;
- x) requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

Habilidades:

- a) Leer e identificar hora, temperatura y peso;
- b) cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos;
- c) calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones;
- d) memoria de corto y largo plazo;
- e) comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita;
- f) capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo;
- g) capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada;
- h) iniciativa para prevenir y solucionar problemas;

i) juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos; j) reflejos rápidos, coordinación motriz fina.	
OBSERVACIONES:	Firma: Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por la autora a partir de la normativa INEN. Tomado de *Turismo. Chef de cocina. Requisitos de competencia laboral* (pp. 2-4), por INEN, 2008, https://www.qualituruador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2442-08.pdf.

Es importante mencionar que dentro del organigrama tenemos todo el personal que se necesita para trabajar en el emprendimiento, sin embargo no se detalló a profundidad cada uno, debido a que por el momento no trabajarán todos los que se encuentran en el organigrama, sino los más indispensables cuyas descripciones están en la ficha, pero cabe mencionar que las otras áreas no se quedarán sin personal sino que los trabajadores realizarán varias actividades, puesto que serán contratados como trabajadores polivalente y por ello realizan varias funciones. Se planteó esta estrategia de trabajo para ahorrar gastos innecesarios en el personal, debido a que al iniciar el establecimiento no llegará una afluencia grande de turistas al lugar y por ende no habrá demanda del personal, pero en caso de que el establecimiento vaya creciendo y sea más conocido por los turistas y esto demande más personal se irá implementando según lo que se requiera.

La masajista como el contador si trabajarán desde la apertura del establecimiento, solo que serán contratados por horas ya que el servicio de masaje depende del turista, pues si no existe demanda la masajista no estará en la hacienda, y el contador será contratado una sola vez cada mes, ya que solo se ocupará este servicio cuando se requiera cuadrar las ventas y gastos de manera mensual.

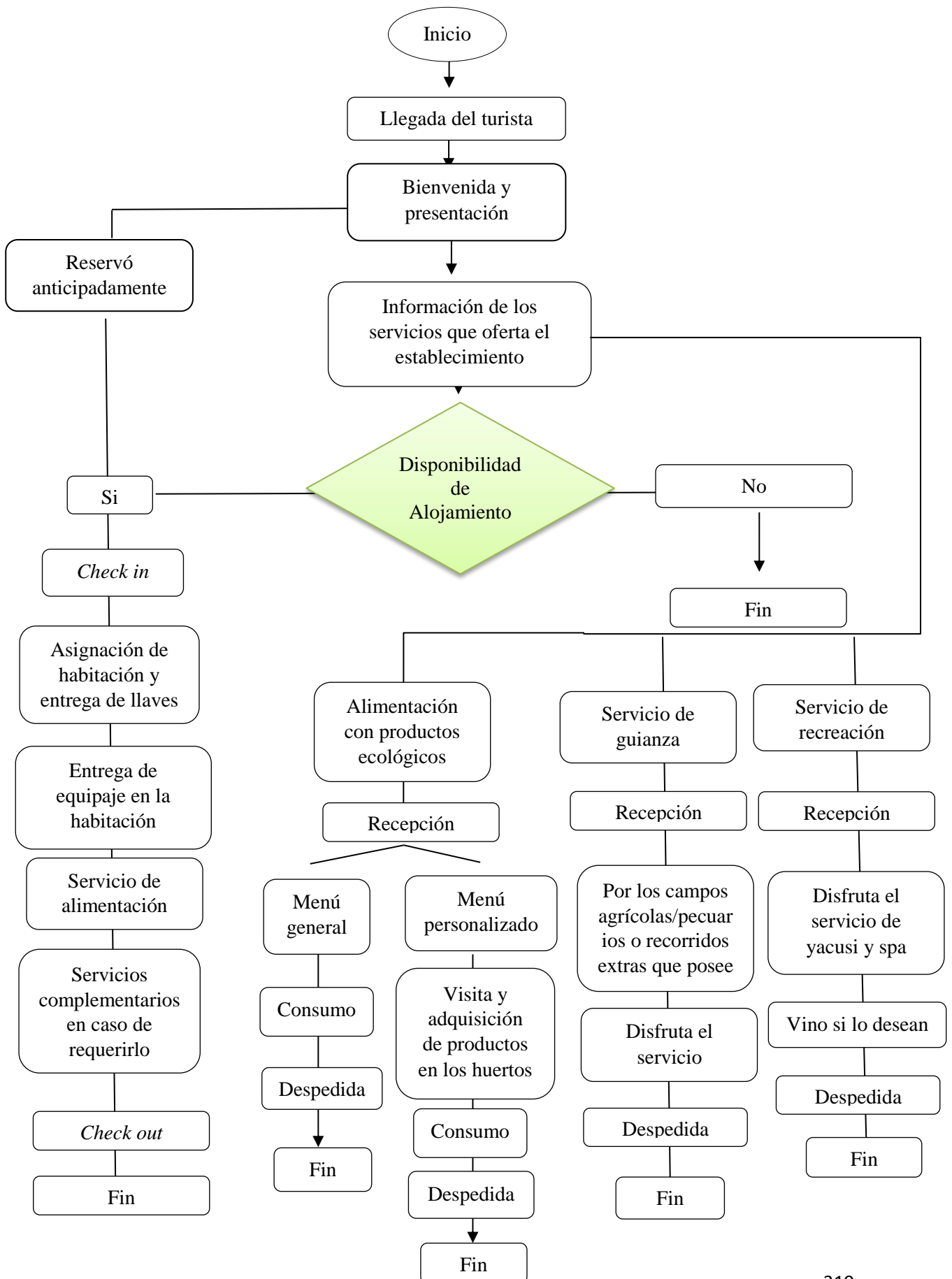
Tabla 68

Normas INEN de acuerdo con el personal de trabajo asignado en el emprendimiento

PERSONAL DE TRABAJO	NORMAS INEN
Gerente	NTE INEN 2464:2008
Administrador	NTE INEN 2450:2008
Recepcionista	NTE INEN 2446:2008
Contador/Cajero	NTE INEN 2437:2008
Camarera de pisos	NTE INEN 2432:2008
Chef de cocina	NTE INEN 2442:2008
Mesero polivalente	NTE INEN 2453:2008
Guía	NTE INEN 2143:2008
Masajista-Spa	NTE INEN-ISO 17679
Publicista/Vendedor	NTE INEN 2465:2008
Agentes de seguridad turística	NTE INEN 2446:2008

Nota. En este cuadro se muestra las normas donde se puede encontrar las características de cada uno de los trabajadores según la INEN donde se especifica los requisitos y competencia para desempeñar los cargos. Tomado de *Normas para el sector alojamiento*, por Qualitur, S/f, Áreas de acción <https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas.html>.

3.5.12 Flujoograma de actividades



Nota. Elaborado por la autora.

3.5.13 Descripción del diagrama de flujo

El diagrama presentado anteriormente considera varios aspectos importantes por los que seguirán los turistas desde que llegan al establecimiento hasta que salgan, primeramente los turistas llegarán al establecimiento donde el personal de la hacienda dará la bienvenida y presentará de forma general que tipo de institución es a la cual han llegado los turistas, luego de ello se les informará todos los servicios que ofrece el establecimiento para posterior a ello los turistas puedan elegir las opciones a su gusto, en caso de aceptar quedarse y ante ello si exista disponibilidad se le procederá realizar el *check in* donde se le asignará la habitación y se le entregará las llaves correspondientes.

La habitación incluye alimentación y recorrido por los huertos de la hacienda, el establecimiento le brindará todos sus servicios y si adicional a eso desean otros servicios complementarios pues también disfrutarán de ello, finalmente se les realizara el *check out* y despedida; en caso de que no haya disponibilidad o el turista no desee quedarse en el lugar el establecimiento solo agradecerá la visita y ahí terminará la comunicación; y como última opción en caso que los visitantes no deseen quedarse ni irse sin realizar alguna actividad, se los recibirá cordialmente, y se les informará los servicios que presta la hacienda turística, ante ello los visitantes elegirán una opción y posterior a ello se prestará el servicio que requieran, si es alimentación se les dará la opción de elegir si desean el menú normal que ofrece la hacienda o más personalizado según sus gustos donde el visitante será partícipe de elegir lo que desea consumir a través de la cosecha de los productos en los huertos.

Cualquiera que sea la elección se les procederá a servir, luego de ello se dará la despedida y termina el proceso de entrega de servicio; en caso de desear solo servicio de guianza de igual manera se les explicará que consiste en recorridos por los huertos agrícolas como por los espacios de crianza de animales o si no lo desean pueden elegir paquetes de un día que presta la

hacienda para disfrutar de la guianza fuera de la hacienda por otros huertos ecológicos como por la naturaleza y cultura que compone a la parroquia; y finalmente si desean disfrutar solo de los servicios de recreación también será factible, la piscina incluye en el costo de entrada, y el yacusi como el spa tendrán sus costos respectivos con disposición de adquirir o no una botella de vino, al terminar este servicio los visitantes retornarán a su destino.

En caso de que los turistas deseen aparte de los servicios que adquirieron otros servicios adicionales, se les prestará sin inconvenientes solo que deberán pagar todo lo que adquieran antes de salir del lugar. Todos los servicios estarán abiertos al turista para que este pueda adquirir los servicios de acuerdo con sus necesidades y deseos donde cada servicio contará con un costo diferente.

3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

Según el Ministerio de Turismo en el documento Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) los requisitos para el registro del establecimiento de alojamiento turístico son los siguientes:

- Personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, inscrita en el Registro Mercantil
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil
- Registro único de contribuyente RUC
- Cédula de identidad y papeleta de votación de la persona natural o representante legal de la compañía
- Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento, debidamente legalizado ante la Autoridad competente
- Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal

- Pago del uno por mil
- Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual.

3.6.1 Certificado de registro de turismo

a) La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital para el registro de los establecimientos de alojamiento, donde se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización.

b). Al terminar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento.

c) La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos, al finalizar emitirá un acta entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, donde dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia será entregada al establecimiento.

d) En caso de que los resultados de la inspección, muestren que el establecimiento no consignó información veraz al registrarse, la Autoridad Nacional de Turismo o los GAD's de acuerdo a su competencia, impondrán sanciones de acuerdo a la normativa vigente (Ministerio de Turismo, 2016)

3.6.2 Licencia Única Anual de funcionamiento:

a) Pago del impuesto predial.

b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta.

c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de ser el caso.

d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa vigente.

e) Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento se debe contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar visible para el huésped.

Según el Ministerio de Turismo, (2016):

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda. (pág. 2)

3.6.3 Servicios Nacionales de Derechos Intelectuales

Según la SENADI Para registrar una marca se necesita:

- Realizar la búsqueda fonética vía correo electrónico a foneticoquito@senadi.gob.ec, es costo es de \$ 16.
- Trámite de solicitudes de registro de inscripción o derecho de marca \$ 208,00 USD.
- Para el registro de la marca de se debe ingresar a la página del SENADI, www.derechosintelectuales.gob.ec, llenar los datos y realizar todos los requerimientos necesarios.
- El tiempo en el que obtiene la marca luego de realizar todos los trámites en línea es de cinco a seis meses.
- La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y es renovable indefinidamente, la renovación se puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, S/f).

3.6.4 Constitución de la Hacienda Turística Monte Verde-Sociedad por acciones simplificada S.A.S

Se trata de compañías constituidas por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante trámites simples y sin costo. Su objetivo es impulsar los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar su productividad.

La hacienda turística monte verde al ser un emprendimiento que se manejará entre dos socios naturales, cree ideal la denominación “Sociedad Por Acciones Simplificadas” ya que este tipo de dominación permite que la empresa tenga algunas facilidades, puesto que para ello no se necesita requisitos complicados. Entre estos se requiere:

- Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica / Manuscrita), para que la firma digital sea autorizada debe seguir una serie de requisitos con el fin de que se mantenga su seguridad.
- Reserva de la denominación
 - a. Ingresar a www.supercias.gob.ec
 - b. Solicitud
 - c. . Ingrese al Portal de Trámites y llene lo solicitado
 - d. Terminando esto, imprima la reserva
 - e. Descargar los documentos solicitados y posteriores a ello llenarlos y reenviarlos con firma electrónica o manuscrita.
- Contrato privado o escritura.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro:
 - a. Tipo de solicitante
 - b. Nombre completo
 - c. Número de identificación
 - d. Correo electrónico

e. Teléfono convencional y/o teléfono celular

f. Provincia

g. Ciudad

h. Dirección

- Copia(s) de cédula o pasaporte del accionista y representante.
- Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante y por ese medio se le mantendrá informado la finalización del proceso de la constitución (Grupo banco mundial, S/f).

CAPÍTULO IV.

4. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

En este plan de comercialización y marketing se presentarán los canales de distribución, los medios publicitarios y las estrategias de mercado que se utilizarán para difundir y promocionar la Hacienda Turística “Monte Verde” ubicado en la parroquia de Monte Olivo, provincia del Carchi.

4.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios. Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones.

4.1.1 Marca

El nombre elegido para identificar a la Hacienda Turística es “Monte Verde”, el cual significa:

4.1.1.1 Monte. Corresponde al nombre de la parroquia “Monte Olivo”, además de que esta parroquia se encuentra rodeada de montañas con pendientes muy pronunciadas donde todos sus habitantes se dedican a realizar actividades agropecuarias como una fuente de economía del sector.

4.1.1.2 Verde. Corresponde a que la Hacienda Turística se va ubicar en una de las montañas que rodean a la parroquia de Monte Olivo llevando consigo un alojamiento acogedor a los turistas, donde existe una abundante naturaleza que será aprovechada para esta actividad, además de que el emprendimiento se dedicará a la actividad agropecuaria ecológica en el que se aprovechará los recursos orgánicos para ofrecer a los turistas una alimentación saludable, principalmente con la implementación de huertos agroecológicos donde se realizará guianza explicando el proceso de producción de estos cultivos sin utilizar químicos, aprovechando al máximo los productos orgánicos con el fin de adquirir alimentos de calidad, la generación de confianza a los turistas en el consumo e incentivación a la práctica de este tipo de cultivos saludables.

4.1.2 Slogan

4.1.2.1 Hacienda.

“La esencia de disfrutar es sentirse en un mundo encantado”

El slogan muestra un aspecto interesante que se desea promover en los turistas que es el disfrute y satisfacción ante los servicios que reciban en la hacienda con el fin de que se sientan tratados de manera especial en un espacio único con belleza natural y cultural.

4.1.2.2 Restaurante.

“Cocina saludable, más responsable con tu vida”

Este slogan representa que se brindará a los turistas alimentación más saludable, es decir con productos cultivados en la parroquia y los huertos de la hacienda los cuales serán producidos a base de componentes orgánicos aprovechando así los recursos que se posean, además de que los visitantes pueden elegir lo que desean consumir sino está a su gusto los platos generales que ofrece la hacienda.

4.1.3 Descripción del logo

Es importante mencionar que para la elaboración del logo se procedió a tomar en cuenta varios aspectos importantes como los servicios que se ofrecen dentro del establecimiento y la ubicación del lugar, por lo que cada elemento que se observa en el logo tiene su significado, así:

4.1.3.1 La cabaña. Representa a la infraestructura de la hacienda, el cual tendrá un toque rústico y moderno, a la vez de que, estará ubicada en un espacio natural por lo que se encuentra entre montañas.

4.1.3.2 Las montañas. Representan los espacios naturales donde se aprovechará los recursos existentes para potencializar la actividad turística de la parroquia.

4.1.3.3 Las plantas. Representan los árboles de olivo que son las que caracterizan a la zona por lo que la parroquia lleva ese nombre, además que muchos habitantes antes de dedicarse en totalidad a la actividad agrícola se dedicaban a acerrar madera para llevar a las ciudades. Estas también representan a la actividad agroecológica a la que se va a dedicar la hacienda, dándole un enfoque interesante y más natural especialmente a la alimentación que se ofrecerá en este emprendimiento.

4.1.3.4 El caballo. Representa a la actividad de cabalgata que prestará el emprendimiento para el disfrute del turista dentro de la misma, como también muestra la actividad pecuaria a la que se va a dedicar la hacienda puesto que realizará la crianza de animales domésticos para su posterior consumo y venta.

4.1.4 Colores del logo

Color negro, tiene significado de elegancia, seriedad y lujo que se pretende mostrara los visitantes para generar un ambiente llamativo que satisfaga los deseos del cliente.

Color verde, significa crecimiento, salud y naturaleza. Da a conocer que el emprendimiento tendrá una parte ecológica donde sus productos son orgánicos y frescos, como también su infraestructura llamativa utilizando una mezcla entre los productos de la zona y materiales ya elaborados que llamen la atención de los turistas.

Figura 98

Logo de la Hacienda Monte Verde



Hacienda Turística

Nota. Elaborado por la autora a partir de SparkPost.

Slogan

- “La esencia de disfrutar es sentirse en un mundo encantado”
- “Cocina saludable, más responsable con tu vida

4.1.5 Indumentaria

Figura 99 *Indumentaria del personal*



Nota. Adaptado de *Sudadera*, por Freepik, 2021, <https://www.freepik.es/fotos-vectores-gratis/sudadera>.



Nota. Tomado de *Pantalones impermeables de color verde* [Fotografía], por Annack Ropa Militar, 2016, <https://ropa-militar.com/es/ropa-militar/pantalones-impermeables-militares-de-color-verde.html>.



Nota. Adaptado de *Gorra negra con Velcro* [Fotografía], por Militarix, 2021, <https://militarix.com/militar/274-gorra-negra-con-velcro.html>.

4.2 Canales de distribución

Los canales de distribución son los medios por los cuales la empresa entrega los productos a los clientes finales, es decir lo que se hace para que los productos lleguen al consumidor final. El fin de estos canales es que los productos se entreguen de forma rápida y que el consumidor puede estar en el punto de venta sin ningún inconveniente (Mota, 2018).

Los canales de distribución conforman las empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan productos y negocian con clientes sobre precios, modalidades de entrega y la cantidad de producto que necesitan. Dentro del canal de distribución participan tres actores importantes: los productores, los mayoristas y los minoristas. Entre ellos tenemos almacenes, transporte, comercios, agencias, etc.

La importancia se basa en que, hace más posible que el producto y/o servicio llegue al consumidor final de forma efectiva y eficaz. Con esto una empresa puede alcanzar sus objetivos de que su producto y/o servicio llegue a ser consumido en menor tiempo. Hoy en día es importante tomar en cuenta también los canales de distribución digitales que cada vez son más utilizadas por las personas con el fin de buscar lo que necesitan de manera fácil y rápida.

Los canales de distribución se clasifican en, canal directo y el canal indirecto, este último se divide en canal indirecto corto y canal indirecto largo. Los canales de distribución en el mundo digital son, las páginas de blogs, aplicaciones interactivas, redes sociales, SEO, entre otros (Content, 2019).

Los canales de distribución que se utilizarán para ofertar los productos y servicios de la hacienda turística son los que se detallan a continuación, las cuales será a través de distribuciones de manera física como digital:

4.2.1 Canal directo

El canal directo hace que la empresa venda su producto y/o servicio de manera directa, es decir cara a cara con el consumidor final. Según Sermulsa (2021) establece que:

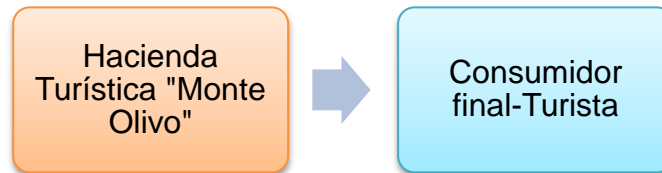
El canal directo es el medio en el que el fabricante distribuye su mercancía directamente al consumidor, sin la intervención de un intermediario, por lo que esto implica una venta cara a cara.

En este tipo se puede encontrar a los vendedores de puerta en puerta, puestos de comida preparada, máquinas expendedoras, ventas por internet y los vendedores por catálogo. (pág. 1)

Por lo tanto, la Hacienda Turística Monte Verde ofrecerá los productos y servicios que posea a los turistas que llegan directamente al establecimiento sin la utilización de terceros, donde la hacienda es la empresa productora o fabricante y el turista será el consumidor final, así:

Figura 100

Canal directo de la hacienda turística



Nota. Elaborado por la autora.

4.2.2 Canal indirecto

El canal indirecto conlleva a que el fabricante no sea quien llegue al consumidor final de forma inmediata sino por medio de intermediarios o llamado tercero. Según Sermulsa (2021) establece que:

El canal indirecto es el medio de distribución de mercancía en la que el productor vende su producto a un intermediario y este se lo revende al consumidor final. Un canal indirecto puede tener muchos intermediarios y puede ser medido el tiempo que toma que la mercancía llegue al

destinatario, dependiendo de la cantidad de los intermediarios involucrados. (pág. 1)

Este canal se divide en dos:

4.2.2.1 Canal de distribución indirecto corto: En este canal participa solo un intermediario o detallista por lo que el producto y/o servicio llega al consumidor final por un tercero, entonces en este punto actúan tres involucrados que son: el fabricante, el intermediario y el consumidor final, aquí el fabricante e intermediario se encargan de satisfacer las necesidades del cliente (Sermulsa, 2021).

Dentro de este canal indirecto corto los intermediarios o detallistas para la Hacienda Turística Monte Verde, serán las plataformas de viajes Trivago, TripAdvisor y Hoteles.com, cuyos canales permiten ofertar los productos y servicios de la Hacienda de manera digital facilitando al consumidor que se encuentre lejos del establecimiento. En este punto también se tomará en cuenta emprendimientos con quienes se trabajará para dar a conocerla hacienda y con ello atraer turistas, se empezará teniendo una alianza con TamboRuna una operadora del cantón Bolívar dedicada a prestar servicios en zonas rurales.

- Trivago es una empresa digital especializada en la búsqueda de hoteles, en el ámbito de alojamiento.

Figura 101

Canal indirecto corto Trivago

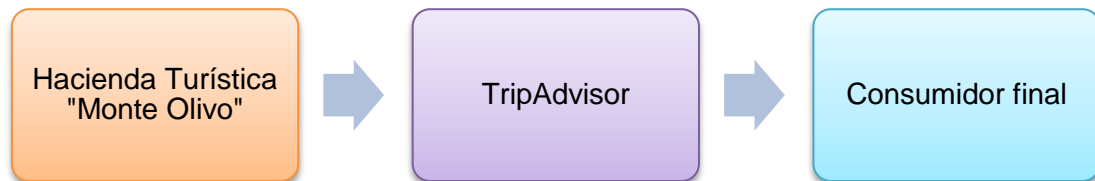


Nota. Elaborado por la autora.

- TripAdvisor es un sitio web que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes, esta es una plataforma de viajes más grandes del mundo.

Figura 102

Canal indirecto corto TripAdvisor

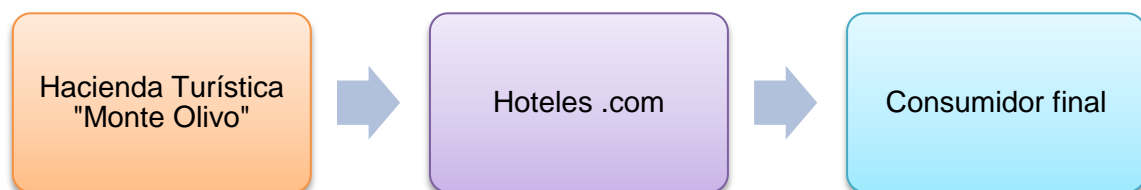


Nota. Elaborado por la autora.

- Hoteles.com es un sitio web que sirve para reservar habitaciones en línea.

Figura 103

Canal indirecto corto Hoteles.com

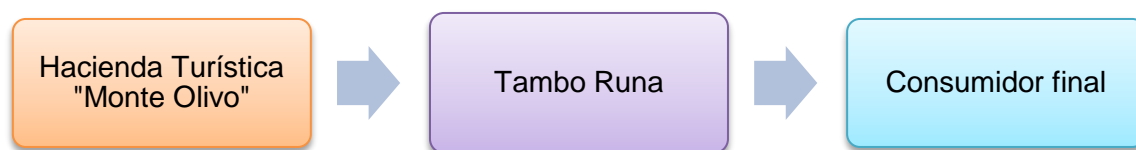


Nota. Elaborado por la autora.

- TamboRuna es una operadora turística del cantón Bolívar, enfocada en realizar recorrido por zonas rurales. Con esta operadora se empezará a dar a conocer el establecimiento donde se obtendrá con ello visitas de grupos, turistas que quieran conocer espacios naturales, culturales y aprender de ciertas prácticas agroecológicas de la hacienda.

Figura 104

Canal indirecto corto Operadora TamboRuna



Nota. Elaborado por la autora.

4.2.2.2 Canal indirecto largo: este canal de distribución indirecto largo permite la interacción con más intermediarios antes de que el producto o servicio llegue al consumidor final, el cual está representado por más de tres niveles que son: el fabricante, el mayorista, el minorista y el consumidor final, aunque también forma parte de este el distribuidor. Cabe mencionar que mientras más involucrados existan en la distribución el precio aumenta más, ya que cada intermediario añade un porcentaje al valor del producto original, pero a la vez distribuye el producto y/o servicio por varios mercados.

Este canal de distribución indirecto largo no será utilizado por el momento para ofertar la hacienda turística, ya que primero se busca ser reconocida en el mercado consumidor para, posterior a ello involucrarse con agencias de viajes mayoristas quienes estén especializadas en realizar paquetes que incluyan a la hacienda turística, para vender a las agencias de viajes minoristas y operadoras turísticas quienes se dirigirán al consumidor final para su última venta y consumo por parte del ellos.

Figura 105

Canal indirecto largo



Nota. Elaborado por la autora.

4.3 Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital.

Para promocionar y difundir la Hacienda Turística “Monte Verde” se utilizarán medios publicitarios digitales y físicos, tal como se muestran a continuación:

4.3.1 Medios Digitales

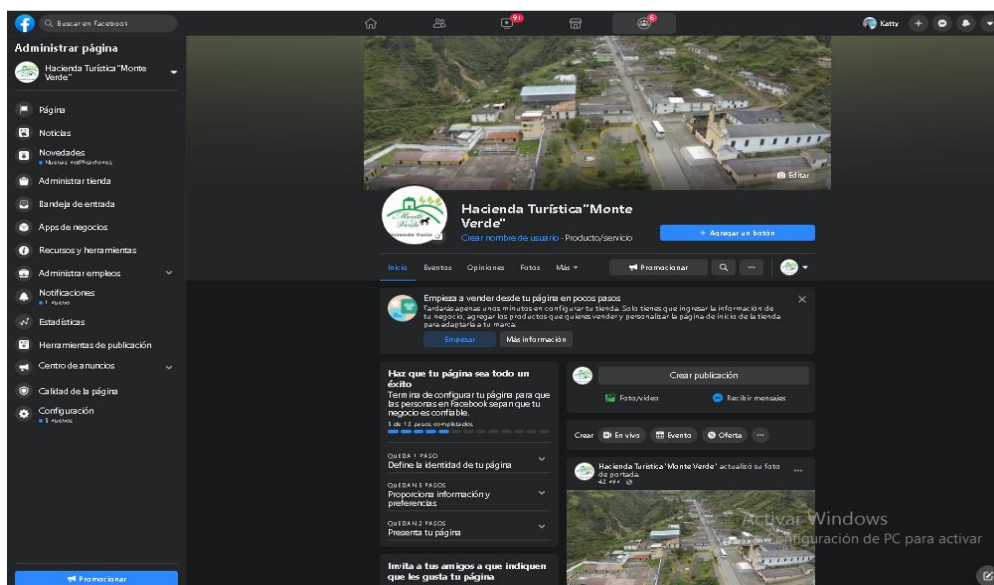
4.3.1.1 Redes Sociales.

Para difundir la hacienda turística se utilizará una página web en Facebook e Instagram donde se dará a conocer los productos y servicios que oferta la hacienda, como también los paquetes con las que cuenta, las promociones y descuentos que se realizan por su consumo, además de que se ubicará una pequeña descripción del lugar donde está ubicada la hacienda y los recursos naturales y culturales existentes en la parroquia de Monte Olivo.

4.3.1.2 Página de Facebook.

Figura 106

Página de Facebook de la Hacienda Turística “Monte Verde”

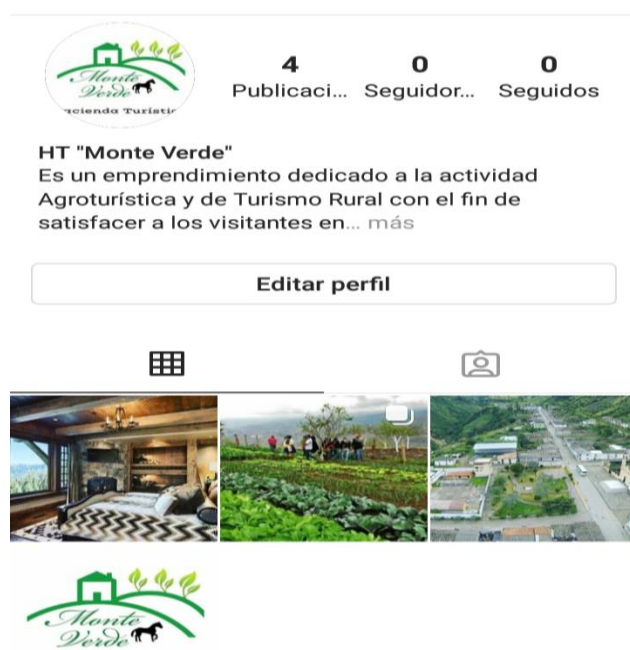


Nota. Elaborado por la autora en Facebook. Tomado de *Hacienda Turística "Monte Verde"* [Fotografía] por Caty Segovia, 2021, <https://www.facebook.com/Hacienda-Tur%C3%ADsticaMonte-Verde-102972491993212>.

4.3.1.3 Página de Instagram.

Figura 107

Página de Instagram de la Hacienda Turística "Monte Verde"



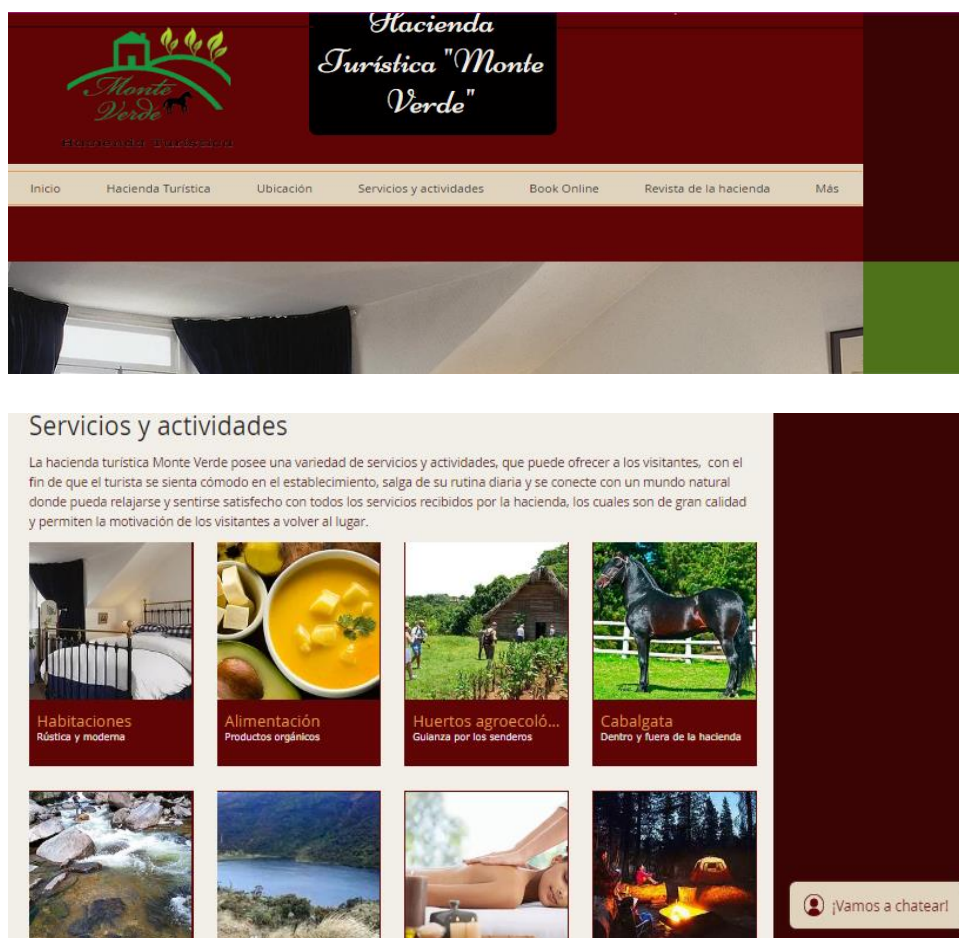
Nota. Elaborado por la autora en Instagram. Tomado de *HT "Monte Verde"* [Fotografía] por Caty Segovia, 2021, https://www.instagram.com/monte_verde_hacienda_turistica/.

4.3.1.4 Página Web.

Este será otro medio digital que se utilizará para difundir y promocionar la hacienda, donde los usuarios podrán buscar y conocer todo lo que oferta el establecimiento como las promociones y descuentos con las que cuenta. Además, en esta página los usuarios podrán realizar sus reservaciones de forma fácil, como también contactarse con los propietarios a través de WhatsApp, blog e incluso en el mismo chat que aparece en la página.

Figura 108

Página Web de la Hacienda Turística “Monte Verde”



Nota. Elaborado por la autora. Tomado de *Hacienda Turística “Monte Verde”* [Fotografía], por Caty Segovia, 2021, <https://catysego.wixsite.com/monte-verde>.

Se dará a conocer la oferta de la hacienda mediante estos medios digitales, donde se les mostrará la gama de productos y servicios con los que cuenta la hacienda “Monte Verde” además se realizarán *flyers*, tarjetas de presentación y un letrero fuera de la hacienda a base de madera donde se encontrará información sobre las actividades y las áreas con las que cuenta, con el fin de que los turistas se informen sobre el lugar y tengan la curiosidad de conocer el emprendimiento. Además, se entregará a los visitantes al momento que terminen con su estadía un bolígrafo con la marca de la hacienda o si desean un llavero, estos dos instrumentos de alguna forma incentivarán a los turistas a la visita ya que llevarán consigo una buena impresión del establecimiento y no olvidarán fácilmente el nombre del lugar.

4.3.2 Medios Físicos

4.3.2.1 Flyer.

Figura 109

Flyer del establecimiento con la oferta general



Nota. Este flyer muestra la oferta general del establecimiento con sus actividades. Elaborado por autora a partir de SparkPost.

4.3.2.2 Tarjeta de presentación.

Figura 110

Tarjeta de presentación del establecimiento



Nota. La tarjeta de presentación contiene el sello de la institución, los servicios que ofrece y principalmente los contactos a los que puede comunicarse el turista para adquirir los servicios. Elaborado por la autora a partir de SparkPost.

4.3.3 Letrero informativo de la hacienda

El letrero será realizado a base de madera de la zona, a la vez este contendrá detalle de todas las actividades que pueden realizar los turistas en la hacienda como también un mapa de ubicación de los puntos de interés. El tallado de la madera será realizado por un habitante del sector donde colocará todo lo necesario para que el turista al llegar a la hacienda, pueda observar e informarse adecuadamente de la oferta del establecimiento. Este se colocará en la entrada de la hacienda y será realizado de acuerdo al Manual de señalética turística con medidas de 2000 x 1000 mm y parantes de 400mm.

Figura 111

Ejemplo del letrero informativo que se plantea realizar



Nota. Tomado de *Tablero de información en lugares turísticos*, [Fotografía], por Keith Levit, 2011, <https://www.alamy.es/foto-close-up-de-un-tablero-de-informacion-en-lugar-turistico-los-gemelos-isla-santa-cruz-galapagos-ecuador-40007155.html>.

4.3.4 Merchandising

Según Martínez (2018), establece que el Merchandising “Se puede definir como todas las actividades, acciones, estrategias y tácticas encaminadas a seducir al consumidor en el punto de venta, al momento de decidir la compra, y que puede extenderse también fuera de este servicio (...)” (pág. 13).

En sí se basa en la forma en que se coloca los productos y/o servicio dentro del establecimiento y de cómo se dispone del mobiliario para conseguir llamar la atención del cliente, lo que ayuda a potenciar notablemente las ventas. Este pretende dar un papel activo de venta a través de su presentación y de su entorno estimulando al cliente a la compra.

El Merchandising toma en cuenta criterios para ayudar a potenciar la venta de productos, cualquier pequeño comercio puede mejorar las ventas por medio de una inversión moderada que se realice en su establecimiento (Infoautónomos, 2020).

Como una estrategia que se utilizará en el establecimiento para motivar e incentivar a los turistas a la visita de la hacienda será entregar bolígrafos con el sello de la institución y llaveros de madera, esto con el fin de que al salir del lugar los visitantes puedan recordar las experiencias vividas en Monte Verde y su parroquia, a la vez esto servirá para que aquellos amigos y familiares que vean estos obsequios tengan la curiosidad de conocer el lugar. Con esto se logrará promocionar la institución de manera indirecta.

Figura 112

Diseños de los bolígrafos



Nota. Adaptado de *Bolígrafo* [Fotografía], por Godio Allen, 2021, <https://goodie.es/ofertas-y-outlet/12818-boligrafo-usb-4gb-blanco.html>.

Figura 113

Diseño de los llaveros



Nota. Tomado de *Llaveros en madera* [Fotografía], por Israel Vainilla, S/f, <https://www.pinterest.com.mx/pin/465700417709985937/>.

4.3.5 Promoción de ventas

Dentro de la hacienda Turística “Monte Verde” se ofrecerán algunas promociones, con el fin de que los visitantes se motiven a adquirir los productos

y servicios que ofrece este lugar, a la vez de que se fidelicen y motiven a otros su visita, para ello se realizará las siguientes promociones:

Tabla 69

Promociones de los productos y servicios de la Hacienda “Monte Verde”

PROMOCIONES	
Huésped Frecuente	Descuento del 10% si el pago se realiza en efectivo y un descuento del 5% si es por medio de tarjeta de crédito.
Fechas especiales	Descuento del 10% si el pago es en efectivo y un descuento del 5% si el pago es con tarjeta de crédito.
Gratuidad	Tendrán una gratuidad si se presentan grupos de 7 personas en adelante.
Reservación anticipada	Descuento del 10% en sus pagos anticipados.

Nota. Elaborado por la autora.

4.4 Ampliación posible de la gama de productos en el futuro

- En el futuro se plantea que este emprendimiento sea conocido y ante esto pueda hacer convenios con agencias mayoristas para que realicen paquetes donde incluyan a la hacienda como uno de los puntos a visitar.
- Otra de las acciones a futuro es que la hacienda pueda adquirir un vehículo propio en el que pueda transportar a los turistas desde otras ciudades vendiéndoles paquetes turísticos que incluyan a la parroquia de Monte Olivo y a la hacienda principalmente, a la vez hacer convenios con otras empresas

que prestan servicios turísticos para hacer del emprendimiento un espacio más amplio.

- Uno de los servicios que se plantea implementar a futuro es la de realizar eventos en el establecimiento donde exista servicios de catering mediante la implementación de un salón amplio y cómodo para las personas.
- Dentro del marketing se plantea realizar campañas publicitarias en páginas web como en YouTube mediante un pequeño spot publicitario que haga conocer a la gente las actividades y servicios que ofrece el establecimiento.
- Otra de las actividades a realizar es la creación de otro tipo de materiales para difundir y promocionar la hacienda en sectores más concurridos por las personas, para ello se ha planteado realizar un panel publicitario.

4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

Tabla 70

Estrategias y métodos de mercadeo para implementar en la Hacienda Turística “Monte Verde”

Marketing mix	Propuesta	Estrategia
Producto	Implementación de servicios complementarios diferentes a la competencia	Utilizar la tecnología como herramienta para mejorar la calidad de la servicio a ofrecer.
		Brindar postre de cortesía al ingresar a la hacienda.

Tener alianza con una empresa de transporte para brindar los recorridos por la parroquia y sus alrededores a los turistas.

Brindar servicio de lavado, secado y planchado.

Brindar servicios de zona húmeda

Ofrecer un menú con los productos de la zona, si no lo desea existe la facilidad de que los turistas puedan consumir otros alimentos, los turistas serán partícipes en la cosecha de los alimentos.

Ofrecer a los turistas exhibición y monta de caballos.

Generar un ambiente más inclusivo mediante la implementación de

	<p>charlas nocturnas cerca de la fogata donde se les relatará a los turistas leyendas y mitos de la parroquia con una pequeña bebida de cortesía (canelazo).</p>
	<p>Ofrecer a los turistas un espacio confortable donde existe una mezcla entre lo rústico y lo moderno.</p>
Marketing interno	<p>Generar confianza y pagar con todos los beneficios de ley a los trabajadores.</p>
	<p>Compensación a trabajadores por la labor que desempeñan, esto permitirá motivación y eficiencia por parte de estos hacia la empresa.</p>
	<p>En caso de que los empleados lleven a familiares al establecimiento se les hará un descuento del 10%.</p>

		Ser empáticos con los trabajadores ante cualquier situación.
	Mejorar la atención al cliente	Capacitar constantemente a los trabajadores con el fin de que estén preparados ante la llegada de cualquier visita en temas a fines con el emprendimiento.
Precio	Abrir la posibilidad de enfocarse en nuevos segmentos de mercado con más posibilidades de pago.	Dirigirse a segmentos de mercados familiares, de amigos y con ingresos económicos altos donde los turistas no viajen solos sino acompañados además, estos tengan posibilidad de gastar.
	Descuentos para clientes frecuentes	10% si el pago es en efectivo y 5\$ si es en tarjeta de crédito.
	Descuentos en días especiales	10% si el pago es en efectivo y 5\$ si es en tarjeta de crédito.
	Reservación anticipada	10% por reservar con anticipación

Plaza	Aprovechar la ubicación de la hacienda	Incluir un letrero de madera fuera de la hacienda para que se pueda visualizar mejor la existencia de este emprendimiento.
	Alianzas con operadoras como establecimientos que prestan servicios turísticos	Crear alianzas con operadoras que lleven grupos de turistas al lugar
Promoción	Realizar publicaciones frecuentes de las ofertas, descuentos y promociones que se realicen a través de las redes sociales y páginas web.	Crear páginas web y redes sociales más conocidas donde se realizarán las publicaciones para que los turistas puedan informarse.
		Realizaciones de <i>flyers</i> , y tarjetas de información para ofrecer a los visitantes.
	Merchandising	Implementación de herramientas que permitan promocionar el establecimiento por medio de obsequios que se dé a los clientes.

Nota. Elaborado por la autora.

CAPÍTULO V.

5. ESTUDIO AMBIENTAL

Este estudio de impacto ambiental tiene como fin identificar y evaluar todos los posibles efectos ambientales, sociales y culturales que se producen por la implementación de la hacienda turística “Monte Verde”, ubicada en la parroquia de Monte Olivo, provincia del Carchi.

Para este estudio se tomarán en cuenta todas las actividades que se desarrollarán en cada fase, como en la etapa de construcción y la etapa de operación y mantenimiento, para identificar y evaluar los posibles impactos tanto positivos como negativos que se presenten en el proyecto y ante ello plantear medidas de mitigación que ayuden a evitar y contrarrestar daños al ambiente.

5.1 Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento

Las actividades que se desarrollarán en el emprendimiento en cada una de las etapas son las siguientes:

Tabla 71

Actividades del proyecto en la etapa de construcción

Actividades	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Instalación de un campamento para colocación de materiales y equipos de construcción		Contaminación del agua Pérdida de la cobertura vegetal	Implementar un campamento para proteger los materiales de construcción.

			Esparcimiento de polvo	
			Generación de ruido	
Limpieza del área y despalle	Generación de empleo	de	Generación de ruido	Limpieza de las áreas de construcción mediante la extracción de la cobertura vegetal del terreno.
			Pérdida de la cobertura vegetal	
			Esparcimiento de polvo	
			Migración de las especies avifaunísticas	
Nivelación del suelo	Generación de empleo	de	Pérdida de la cobertura vegetal	Remoción del suelo hasta tener una superficie plana para la construcción
			Esparcimiento de partículas de polvo	
			Generación de ruido	
Uso de maquinaria pesada	Generación de empleo	de	Pérdida de la cobertura vegetal	Utilización de maquinarias pesadas para varias actividades de la

			Esparcimiento de partículas de polvo	construcción de la hacienda
			Generación de ruido	
			Migración de las especies avifaunísticas	
			Compactación	

Cimentación	Generación de empleo	de	Contaminación de agua	Realización de la cimentación para la estructura de la hacienda turística "Monte Verde"
	Desarrollo económico		Pérdida de cobertura vegetal	
			Esparcimiento de partículas de polvo	

Construcción de la infraestructura de la hacienda, cabañas de alojamiento y alimentación	Generación de empleo	de	Contaminación de agua	Implementación de las diferentes áreas que componen la infraestructura de la hacienda turística.
	Desarrollo económico sector.	del	Esparcimiento de partículas de polvo	
			Generación de ruido	

			Modificación del paisaje	
			Generación de residuos sólidos	
Construcción de las Zonas húmedas y áreas de servicios complementarios.	Generación de empleo (temporal)	de	Contaminación de agua	Se procede a implementar el área húmeda de acuerdo a las medidas establecidas en planos arquitectónicos.
	Desarrollo económico del sector.	del	Esparcimiento de partículas de polvo	
			Generación de ruido	
			Modificación del paisaje	
			Generación de residuos sólidos	
Construcción de la piscina de truchas, huertos agrícolas, espacio para la crianza de animales domésticos y corral para la exhibición y monta en caballo.	Generación de empleo (temporal)	de	Contaminación del agua	Se implementa las áreas que componen la parte agropecuaria de la hacienda turística "Monte Verde"
	Desarrollo económico del sector.	del	Esparcimiento de partículas de polvo	
			Generación de ruido	
			Modificación del paisaje	

			Generación de residuos	
Senderos y señalética	Generación de empleo	de	Pérdida de la cobertura vegetal. Compactación de suelo Generación de ruido Esparcimiento de partículas de polvo Generación de residuos	Los senderos contarán con señalética con el fin de que los turistas no se pierdan y se puedan dirigir al sitio que desean solos o en compañía de los guías.
Limpieza de las áreas al terminar la construcción	Generación de empleo.	de	Contaminación de agua Generación de residuos Esparcimiento de partículas de polvo Generación de ruido	Limpieza de todas las áreas construidas para el disfrute del turista.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 72

Actividades del proyecto en la etapa de operación y mantenimiento

Actividades	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Alojamiento	Generación de empleo	de Generación de ruido	Alojamiento en espacios cómodos enfocados en lo rústico y moderno.
	Desarrollo económico	Generación de residuos sólidos	
	Seguridad del turista quedarse más tiempo	de Generación de aguas residuales	
Alimentación ecológica	Generación de empleo	de Generación de residuos sólidos	Se utilizarán para esta área productos adquiridos en la localidad con el fin de beneficiar a la zona, además de los huertos de la hacienda
	Desarrollo económico	de Generación de ruido	
	Consumo de alimentos saludables	de Generación de aguas residuales	
	Seguridad del turista quedarse más tiempo	de	

	Aprovechamiento de productos de la zona			
	Aprovechamiento de materiales orgánicos para los cultivos			
Servicio de recepción y lobby	Generación de empleo	de	Generación de residuos sólidos	Espacio para la recepción de los clientes y entrega de llaves.
	Desarrollo económico			
Servicio de lavandería, planchado y secado	Generación de empleo	de	Generación de residuos sólidos	Espacio de lavado, secado y planchado de la lencería de la hacienda y cliente si lo desea.
			Generación de aguas residuales	
Guianza por los campos agrícolas	Generación de empleo	de	Generación de residuos sólidos	Los turistas acompañados por un guía se dirigirán por los senderos establecidos, a los huertos agroecológicos.
	Desarrollo económico		Generación de ruido	
			Migración de las especies avifaunísticas	
Visita a comunidades rurales	Generación de empleo	de	Generación de residuos sólidos	Los turistas acompañados de los guías se dirigirán

	Desarrollo económico	de	Generación de ruido	a comunidades aledañas a hacer turismo.
Servicio de pesca deportiva	Generación de empleo. Desarrollo económico. Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo	de	Contaminación del agua. Generación de residuos sólidos.	Esta actividad estará abierta para todo turista que desee disfrutar de la pesca.
Servicio de campamento y fogata	Generación de empleo. Desarrollo económico. Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo	de	Generación de residuos sólidos Generación de aguas residuales Generación de ruido Pérdida de la cobertura vegetal. Modificación del paisaje	Este espacio estará dedicado para las personas amantes de la naturaleza que deseen alquilar carpa o cuenta con ello.

Servicio de recreación Cancha de vóley	- Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo	Generación de residuos sólidos Generación de ruido	Se contará con una cancha para que los turistas puedan distraerse y descansar en el espacio de recreación.
Servicio de zona húmeda	Generación de empleo Desarrollo económico Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo	Generación de residuos sólidos. Generación de aguas residuales.	Zona húmeda de la hacienda para el disfrute del turista.
Servicio de cabalgatas	Generación de empleo Desarrollo económico Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo	Generación de residuos sólidos Generación de ruido Pérdida de cobertura vegetal Migración de las especies avifaunísticas	Este servicio se prestará a aquellos turistas que deseen probar la experiencia de montar a caballo.

Parqueadero	Generación de empleo	de	Generación de ruido	de	Parqueadero para cualquier persona que llegue con su vehículo
			Esparcimiento de partículas de polvo		
			Migración de las especies avifaunísticas		
			Compactación		
Cultivos agroecológicos	Generación de empleo	de	Generación de ruido	de	Los huertos que se establecerán en la hacienda serán manejados de manera ecológica para obtener productos saludables para los turistas, quienes podrán involucrarse en estas actividades agrícolas.
	Desarrollo económico		Generación de residuos sólidos		
	Aprovechamiento de productos de la zona		Migración de las especies avifaunísticas		
	Conservación del suelo fértil	de	Modificación del paisaje		
	Consumo de alimentos saludables				
	Aprovechamiento de materiales orgánicos para los cultivos				

Reducción de
desechos sólidos

Crianza de animales domésticos

Desarrollo económico.

Generación de empleo.

Aprovechamiento de productos de la zona

Consumo de alimentos saludables

Aprovechamiento de materiales orgánicos para los cultivos

Generación de residuos sólidos

Generación de ruido

Pérdida de la cobertura vegetal

Migración de las especies avifaunísticas

Los animales domésticos mostrarán un sentido más interactivo de la hacienda donde los turistas podrán involucrarse y disfrutar de estas actividades agroturísticas y de turismo rural.

Exhibición y monta de caballo

Generación de empleo.

Desarrollo económico.

Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo

Generación de ruido

Generación de residuos sólidos

Pérdida de la cobertura vegetal

Esta actividad será realizada en un corral construido para que los turistas puedan disfrutar de aprender a montar o disfrutar de este servicio en este espacio.

<p>Manejo y separación de desechos</p>	<p>Reducción de contaminación de agua y aire</p> <p>Conservación del suelo fértil</p> <p>Generación de empleo</p> <p>Consumo de alimentos ecológicos</p> <p>Aprovechamiento de materiales orgánicos para los cultivos</p>		<p>Los desechos serán manejados de acuerdo con las ordenanzas existentes para su recolección.</p>
<p>Mantenimiento y limpieza de la infraestructura</p>	<p>Generación de empleo</p> <p>Desarrollo económico</p> <p>Seguridad del turista para quedarse más tiempo.</p>	<p>Esparcimiento de polvo</p>	<p>Se realizarán las actividades de limpieza de manera diaria en cada una de las áreas.</p> <p>También se tendrá un manejo de mantenimiento a todas las instalaciones cada cierto tiempo dependiendo del equipo e instalación.</p>

Nota. Elaborado por la autora.

5.1.1 Factores Ambientales

Luego de haber detallado las actividades y posibles impactos ambientales, es importante tener en cuenta los factores que intervienen en la identificación y evaluación de impactos, los cuales se dividen en: biofísicos, bióticos y socio-culturales. Cada uno de esos se dividen en sub factores que permiten determinar los diferentes tipos de impactos como se muestra a continuación:

Tabla 73

Factores ambientales Hacienda Turística “Monte Verde”

Biofísico	Agua
	Suelo
	Atmosfera
Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
Socio-Cultural	Hostelería
	Restauración
	Recreación
Económico	Dinamización de la economía local

Nota. Elaborado por la autora.

5.1.2 Identificación de los Impactos Ambientales

Figura 114

Matriz de la identificación de impactos

Impactos Ambientales			Fase de Construcción										Σ		Fase de Operación y Mantenimiento																Σ	
			Instalación de un área de campamento	Limpieza del área de construcción y despalme	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura de la hacienda, cabañas de alojamiento y alimentación	Construcción de las Zonas húmedas y áreas de servicios complementarios	Construcción de la piscina de truchas, huertos agrícolas, espacio para la crianza de animales domésticos y corral para la exhibición y monta en caballo.	Senderos y señalética	Limpieza de las áreas al terminar la construcción	Σ Suma de positivos	Σ Suma de negativos	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de recepción y lobby	Servicio de lavandería, planchado y secado	Guianza por los campos agrícolas	Visita a comunidades rurales	Servicio de pesca deportiva	Servicio de campamento y fogata	Servicio de recreación - Cancha de vóley	Servicio de zona húmeda	Servicio de cabalgatas	Servicio de parqueadero	Cultivos agroecológicos	Crianza de animales domésticos	Servicio de exhibición y monta en caballo	Manejo y separación de desechos	Mantenimiento y limpieza de la infraestructura	Σ Suma de positivos
Biofísico	Agua	Contaminación del agua	-				-	-	-	-	0	-6																			0	-1
		Generación de aguas residuales									0	0																			0	-5
	Suelo	Compactación									0	-2																			0	-1
		Conservación del suelo fértil									0	0																			2	0
	Atmósfera	Reducción de desechos									0	0																			2	0
Esparcimiento de partículas de polvo		-	-	-	-	-	-	-	-	0	-10																			0	-2	
Biótico	Flora	Pérdida de la cobertura vegetal	-	-	-	-	-	-	-	0	-6																			0	-4	
	Fauna	Migración de las especies avifaunísticas	-	-	-	-	-	-	-	0	-2																			0	-5	
		Generación de ruido	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-9																			0	-11
Paisaje	Modificación del paisaje									0	-3																			0	-2	
Socio-Cultura	Hostelería	Generación de residuos								0	-5																			0	-14	
		Consumo de energía y agua potable									0	-6																		0	-6	
	Restauración (huertos)	Aprovechamiento de materia orgánica para los cultivos																												3	0	
		Consumo de alimentos ecológicos (saludables)									0	0																		4	0	
	Recreación (identidad cultural)	Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia de Monte Olivo									0	0																		6	0	
Económico	Dinamización de la economía local	Generación de empleo		+	+	+	+	+	+	+	9	0																		16	0	
		Desarrollo económico						+	+	+	+	4	0																	13	0	
TOTAL											13	-43																		46	-51	
	Σ Suma de positivos		0	1	1	1	2	2	2	2	1	1	13																	46		
	Σ Suma de negativos		-4	-4	-3	-5	-3	-5	-5	-5	-5	-4	-43																		-51	

Nota. Elaborado por la autora.

5.2 Definición Método EIA

El método que se aplicará para el estudio de impactos ambientales por la implementación del establecimiento, será, el método de interacción para sintetizar la relación entre las actividades que se realizarán y los posibles efectos en la fase de construcción como en la fase de operación de la hacienda. Esta matriz también es conocida como matriz de Leopold por interacción, la cual se basa en la tabla de interacciones que permite la evaluación de impactos de una forma apropiada (Tigre, 2017).

5.2.1 Método de Interacción

Es un método que permite la valoración e identificación de impactos ambientales en un proyecto, a partir de una lista de los factores ambientales a ser impactados comparado con otro listado de atributos de los impactos ambientales para su valoración con referencia a las actividades del proyecto que causarán impactos benéficos o adversos a dichos factores, permitiendo determinar las relaciones causa-efecto de acuerdo con las características de cada proyecto. Las matrices de interacción se pueden utilizar para identificar y evaluar impactos de forma cuantitativa o cualitativa.

El autor de esta metodología es Leopold en 1971, este método se utilizó por primera vez en el servicio geológico de Estados Unidos para evaluar impactos en proyectos mineros, pero con el pasar del tiempo este ha resultado ser de gran importancia en proyectos de ingeniería civil por lo que es tomado muy en cuenta para este tipo de evaluaciones (Aragón, 2021).

5.2.2 Tipología: Magnitud

En este caso para evaluar los impactos ambientales del emprendimiento se han tomado en cuenta la variable: magnitud, teniendo como referencia primeramente la naturaleza de los impactos sean estos positivos o negativos, de acuerdo a su fase. El principio básico de este método consiste, en señalar todas las posibles interacciones entre las acciones y los factores, para luego establecer, en una escala de 1 a 10, la Magnitud o Importancia de los impactos.

Con respecto a la valoración de la Magnitud, ésta se refiere al grado de alteración provocado por la acción sobre el factor medioambiental, es decir la dimensión o tamaño del impacto ambiental producido sobre un recurso o elemento del ambiente. Por otra parte, la Importancia implica atribución de peso al factor afectado en el proyecto (Ponce, S/f).

5.2.3 Valoración de los Impactos Ambientales

Tabla 74

Rangos para evaluar la magnitud de los impactos

Magnitud		
Magnitud (-)	Magnitud (+)	Valor
Crítico	Alto	+ - 10
Moderado	Moderado	+ - 5
Bajo	Bajo	+ - 1

Nota. Elaborado por la autora.

Figura 115

Representación de la matriz cromática

Representación de la matriz cromática			
Positivos	Negativos		
Alto	10	-10	Critico
Moderado	5	-5	Moderado
Bajo	1	-1	Bajo

Nota. Elaborado por la autora.

5.3 Ampliación del método de interacción, valoración de los impactos ambientales.

Figura 116

Valoración de impactos ambientales

Impactos Ambientales			Fase de Construcción										Σ		Significancia
			Instalación de un área de campamento	Limpieza del área y despalme	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura de la hacienda, cabañas de alojamiento, alimentación y servicios complementarios	Construcción de las Zonas húmedas y áreas de recreación.	Construcción de la piscina de truchas, huertos agrícolas, espacio para la crianza de animales domésticos y corral para la exhibición y monta en caballo.	Senderos y señalética	Limpieza de las áreas al terminar la construcción	Σ Suma de positivos	Σ Suma de negativos	Sumatoria Total
Biofísico	Agua	Contaminación del agua	-1				-1	-5	-5	-1		-5	0	-18	-18
		Generación de aguas residuales										0	0	0	0
	Suelo	Compactación				-5					-1	0	-6	-6	
		Conservación del suelo fértil										0	0	0	
Atmósfera	Reducción de desechos										0	0	0		
	Esparcimiento de partículas de polvo	-1	-10	-5	-10	-1	-10	-5	-1	-1	-5	0	-49	-49	
Biótico	Flora	Pérdida de la cobertura vegetal	-5	-5	-5	-5	-5				-1	0	-26	-26	
	Fauna	Migración de las especies avifaunísticas		-5	-1							0	-6	-6	
		Generación de ruido	-5	-5	-1	-5		-5	-1	-5	-1	-5	0	-33	-33
Paisaje	Modificación del paisaje					-10	-10	-5			0	-25	-25		
Socio-Cultural	Hostelería	Generación de residuos					-5	-5	-1	-1	-5	0	-17	-17	
		Consumo de energía eléctrica y agua potable										0	0	0	
	Restauración (huertos)	Aprovechamiento de materia orgánica para los cultivos										0	0	0	
		Consumo de alimentos ecológicos (saludables)										0	0	0	
Recreación (identidad cultural)	Disfrute de los atractivos de la hacienda y parroquia Monte Olivo										0	0	0		
Económico	Dinamización de la economía local	Generación de empleo		5	5	5	10	10	10	10	1	1	57	0	57
		Crecimiento económico					5	10	10	5			30	0	30
		Σ Suma de positivos	0	5	5	5	15	20	20	15	1	1	87	-180	
		Σ Suma de negativos	-12	-25	-11	-26	-7	-35	-26	-13	-5	-20		-180	
		Sumatoria Total												-93	

Fase de Operación y Mantenimiento																	Σ		Significancia
Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de recepción	Servicio de lavandería, planchado y secado	Guianza por los campos agrícolas	Visita a comunidades rurales	Servicio de pesca deportiva	Servicio de campamento y fogata	Área recreativa - Cancha de vóley	Servicio de zona húmeda	Servicio de cabalgatas	Servicio de parqueadero	Cultivos agroecológicos	Área de crianza de animales domésticos	Servicio de exhibición y monta en caballo	Manejo y separación de desechos	Mantenimiento y limpieza de la infraestructura	Σ Suma de positivos	Σ Suma de negativos	Sumatoria Total
																	0	-5	-5
-10	-10		-10														0	-41	-41
											-5						0	-5	-5
											10			10			20	0	20
											10			10			20	0	20
											-5					-5	0	-10	-10
																	0	-16	-16
																	0	-9	-9
																	0	-39	-39
																	0	-10	-10
																	0	-34	-34
																	0	-32	-32
												10	10		10		30	0	30
												10	10		10		40	0	40
																	36	0	36
																	84	0	84
																	73	0	73
																	303	-201	
																	303	-201	
																			102

Nota. Elaborado por la autora.

5.5 Jerarquización

Tabla 75

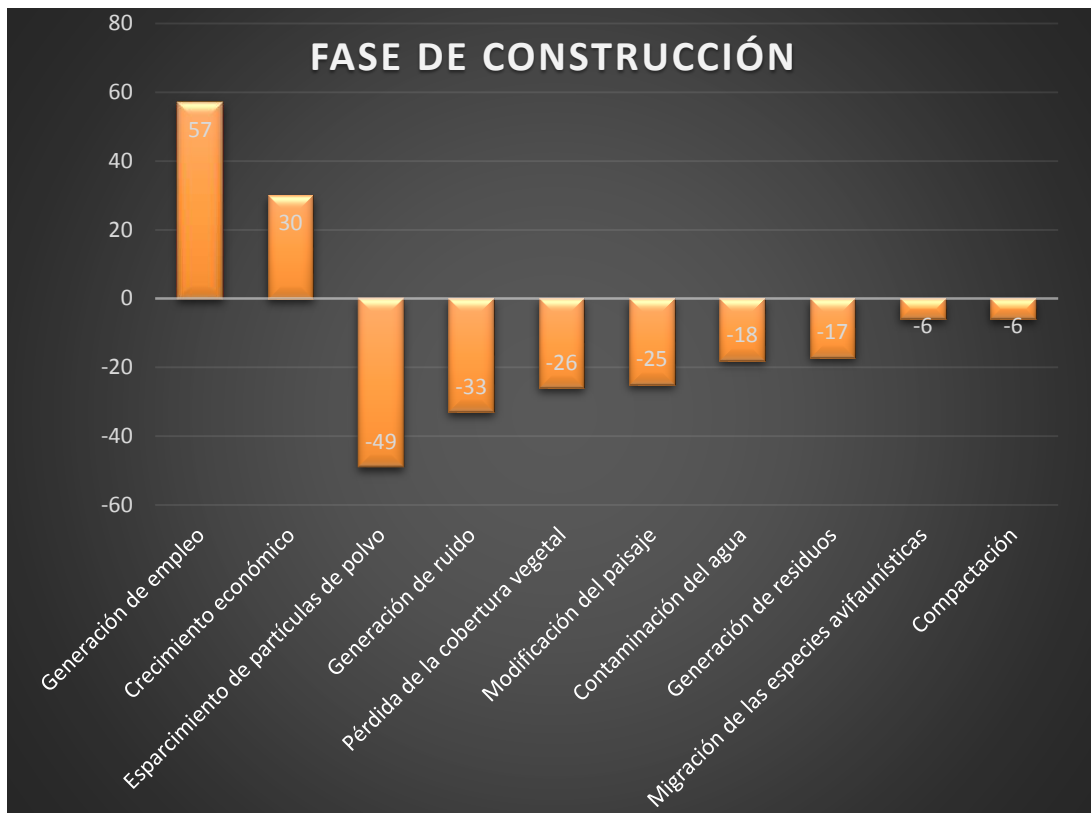
Fase de construcción

FACTORES AMBIENTALES		IMPACTO AMBIENTAL	JERARQUIZACIÓN
POSITIVO			
Económico	Dinamización de la economía local	Generación de empleo	57 IA
		Crecimiento económico	30 IA
NEGATIVO			
Biofísico	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-49 IA
Biótico	Fauna	Generación de ruido	-33 IA
	Flora	Pérdida de la cobertura vegetal	-26 IA
	Paisaje	Modificación del paisaje	-25 IA
Biofísico	Agua	Contaminación del agua	-18 IA
Socio-Cultural	Hostelería	Generación de residuos	-17 IA
Biótico	Fauna	Migración de las especies avifaunísticas	-6 IA
Biofísico	Suelo	Compactación	-6 IA

Nota. Elaborado por la autora.

Figura 118

Gráfica de la fase de construcción



Nota. Elaborado por la autora.

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de construcción son:

- Esparcimiento de partículas de polvo
- Generación de ruido

Los impactos positivos más sobresalientes que se pudieron observar en esta etapa son:

- Generación de empleo
- Crecimiento económico

Tabla 76

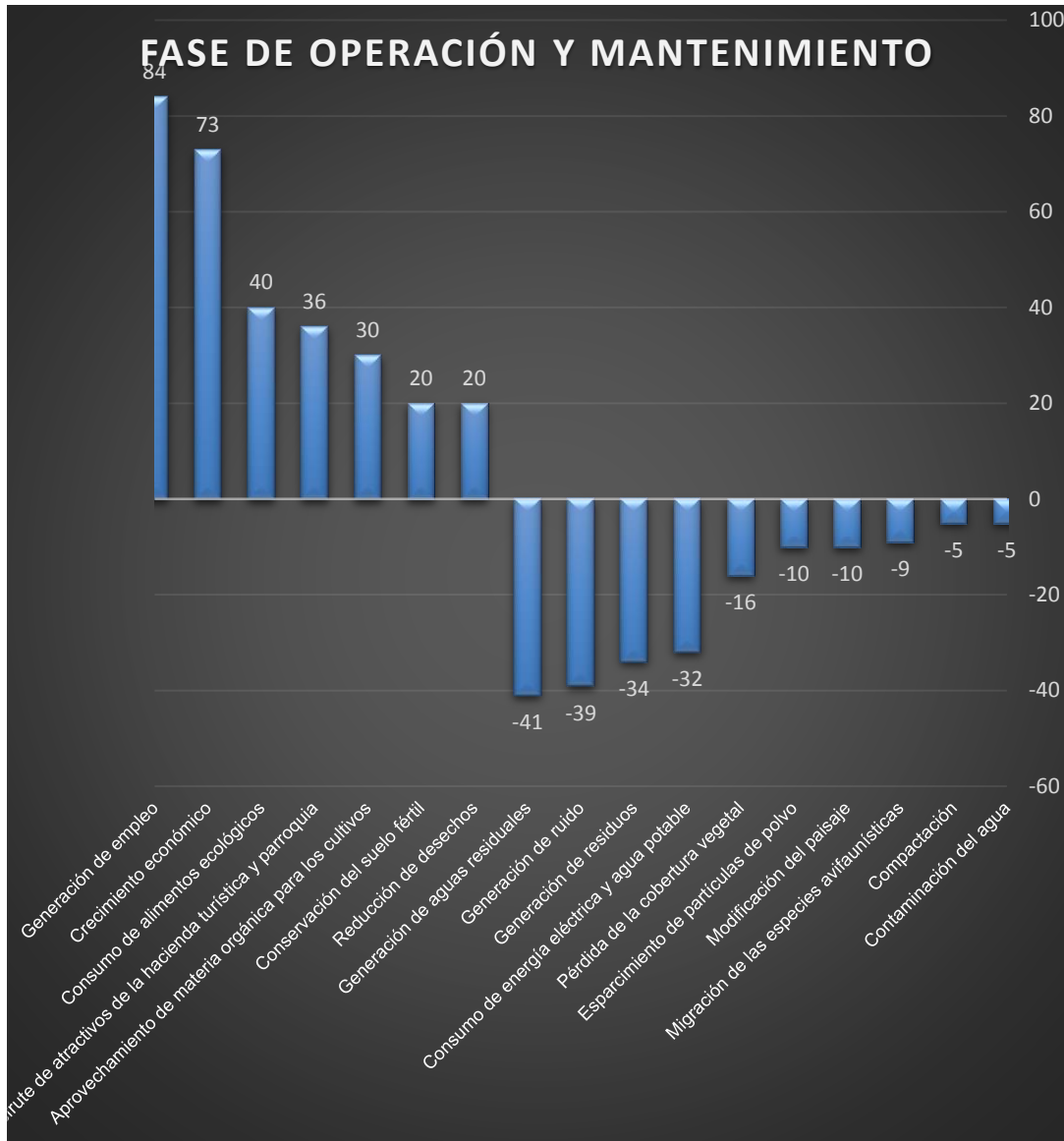
Fase de Operación y mantenimiento

FACTORES AMBIENTALES		IMPACTO AMBIENTAL	JERARQUIZACIÓN
POSITIVO			
Económico	Dinamización de la economía local	Generación de empleo	84 IA
		Crecimiento económico	73 IA
Socio-cultural	Restauración	Consumo de alimentos ecológicos	40 IA
	Recreación	Disfrute de atractivos de la hacienda turística y parroquia	36 IA
	Restauración	Aprovechamiento de materia orgánica para los cultivos	30 IA
Biofísico	Suelo	Conservación del suelo fértil	20 IA
	Atmósfera	Reducción de desechos	20 IA
NEGATIVO			
Biofísico	Agua	Generación de aguas residuales	-41 IA
Biótico	Fauna	Generación de ruido	-39 IA
Socio-Cultural	Hostelería	Generación de residuos	-34 IA
		Consumo de energía eléctrica y agua potable	-32 IA
Biótico	Flora	Pérdida de la cobertura vegetal	-16 IA
Biofísico	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-10 IA
Biótico	Paisaje	Modificación del paisaje	-10 IA
	Fauna	Migración de las especies avifaunísticas	-9 IA
Biofísico	Suelo	Compactación	-5 IA
	Agua	Contaminación del agua	-5 IA

Nota. Elaborado por la autora.

Figura 119

Gráfica de la fase de operación y mantenimiento



Nota. Elaborado por la autora.

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de operación y mantenimiento son:

- Generación de aguas residuales
- Generación de ruido

Los impactos positivos más sobresalientes que se pudieron observar son:

- Generación de empleo
- Crecimiento económico

5.6 Matriz de Interpretación de Resultados

5.6.1 Etapa de Construcción

Con relación a la etapa de construcción de la hacienda, se aprecia en la matriz de interacción un resultado total de (-93), ubicándose entre el rango (56) – (178), siendo un impacto negativo en un nivel medio. Por lo cual, se debe realizar medidas de mitigación o compensación para reducir el impacto ambiental que se genera.

Resultado: (-93)

Tabla 77

Matriz de interpretación de resultados etapa de construcción

Matriz de Interpretación de Resultados			
Etapa de Construcción			
Rango (+-)		Positivo	Negativo
1	55	Bajo	Bajo
56	178	Medio	Medio
179	302	Moderado	Moderado
303	426	Significativo	Severo
427	550	Alto	Crítico

Nota. Elaborado por la autora.

5.6.2 Etapa de Operación y mantenimiento

Con relación a la etapa de operación de la hacienda, se aprecia en la matriz de interacción un resultado total de (102), ubicándose entre el rango 45-143, siendo un impacto positivo en un nivel medio. Con esto se tiene previsto buscar mejores alternativas para que los servicios que se ofertan en la hacienda sean muy rentables para la empresa y, además sustentables en el medio ambiente, puesto que se puede apreciar que el emprendimiento estará en equilibrio ya que los impactos negativos no sobre pasan a los positivos, por ende se debe tratar de evitar en lo posible aquellos impactos dañinos para el ambiente y mejorar los positivos con el fin de que se genere el menor impacto posible y con ello el emprendimiento sea de gran factibilidad

Resultado: (102)

Tabla 78

Matriz de interpretación de resultados etapa de operación y mantenimiento

Matriz de Interpretación de Resultados			
Etapa de Operación			
Rango (+-)		Positivo	Negativo
1	44	Bajo	Bajo
45	143	Medio	Medio
144	242	Moderado	Moderado
243	341	Significativo	Severo
342	440	Alto	Crítico

Nota. Elaborado por la autora.

5.7 Plan de Mitigación

Tabla 79

Plan de mitigación

Factores	Impacto ambiental	Medida de mitigación	Presupuesto	Responsable	Tiempo	Observación
Biofísico	Contaminación del agua	<p>*Evitar lavar maquinaria y equipos de construcción en los cruces de agua.</p> <p>*Socialización sobre temas de educación ambiental para generar indicaciones del correcto uso de los recursos naturales.</p> <p>*Implementación de señales para orientar los sitios por donde deben transitar los vehículos con el fin de evitar que estos causen daños en lo pequeños riachuelos existentes.</p>	250.00	Arquitecto Contratista	Bimensual (durante toda la obra)	Se realizará un control para que los obreros cumplan con las reglas establecidas
	Agua	Generación de aguas residuales	<p>*Instalación de una planta de tratamiento que permita el aprovechamiento de aguas residuales para los cultivos, jardines y lavado de alguna maquinaria.</p>	2000.00	Ingeniero ambiental Contratistas	Permanente

	Suelo	Compactación	*Señalización y creación de senderos para la movilización de maquinaria pesada, vehículos y obreros con el fin de evitar la compactación y degradación de las áreas que no son parte de la construcción.	400.00	Ingeniero ambiental Contratistas	Trimestral (durante toda la obra)	Se abrirán senderos solo para los involucrados en la construcción
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	*Regar agua en los espacios que se realizará la remoción de tierra y limpieza de vegetación para evitar la polución. *Se tendrá claro los puntos exactos que serán intervenidos, con el fin de que no se cause daño a otros espacios por equivocación o falta de comunicación para ello se dará a conocer a todos los involucrados el proyecto planteado.	200.00	Ingeniero ambiental Contratistas	Bimensual (Los dos primeros meses que se ocupará la maquinaria)	Al humedecer la superficie se evitará la dispersión de partículas de polvo.
Biótico	Flora	Pérdida de la cobertura vegetal	*Sembrar de plantas autóctonas de la zona por los senderos de la hacienda. *Plantar árboles en los espacios que queden abiertos luego de la ejecución del proyecto. *Mantener un ambiente natural del lugar evitando el despalme total del área que conformará la hacienda.	450.00	Ingeniero ambiental Contratistas	Después de terminar la obra y anualmente	Se compensará a la naturaleza la construcción del emprendimiento, por medio de la siembra de árboles en espacios vacíos.

Fauna	Migración de las especies avifaunísticas	*Siembra de plantas variadas y coloridas, especialmente flores para que lleguen las aves polinizadoras. *Evitar la utilización de químicos en los cultivos para evitar la contaminación y migración de las especies.	150.00	Ingeniero ambiental Contratistas	Después de terminar la obra y anualmente	Se plantarán diferentes tipos de flora de la zona a los alrededores de la hacienda.
	Generación de ruido	*Implementación de un sistema de insonorización en ventanas y puertas para evitar ruido que afecte a las personas hospedadas y a la fauna del sector.	5000.00	Gerente Responsables	En el segundo año de funcionamiento	Se implementará luego de la construcción y unos meses de funcionamiento.
Paisaje	Modificación del paisaje	*Evitar en lo posible la modificación total del paisaje en la construcción y operación del proyecto para lo cual se debe planificar correctamente como realizar diferentes acciones poniendo en práctica los principios de sostenibilidad. *Mantener la naturalidad del lugar mediante conservación y cuidado a las áreas verdes, dándoles mantenimiento y cuidado adecuado.	150.00	Gerente Responsables	Trimestral	Se tomará en cuenta el mantenimiento y cuidado de las áreas verdes del establecimiento que permitan observar y disfrutar a los turistas de un ambiente natural.

Socio-Cultural	Hostelería	Generación de residuos	*Clasificación adecuada de los residuos sólidos, reutilización y reciclaje de materiales que puedan servir para alguna actividad. *Aprovechamiento de productos orgánicos para los cultivos, los cuales serán procesados para la agricultura.	100.00	Gerente Responsables	Mensual	Producción de abonos orgánicos como líquidos para los cultivos de la hacienda.
		Consumo de energía eléctrica y agua potable	*Creación de un panel informativo donde se coloquen reglas del establecimiento entre ellas el consumo adecuado de la energía eléctrica y el agua potable como una forma de incentivación al cuidado de los recursos. *Utilización de focos economizadores de luz. *Reutilización del agua para los cultivos de la hacienda como también recolección de agua de lluvia para utilizarlo en la limpieza y aseo del establecimiento.	400.00	Gerente Responsables	Semestral durante la ejecución del proyecto	El panel será de manera permanente y las reglas serán cambiadas constantemente de manera que llame la atención de los lectores.
		TOTAL		9100.00			

Nota. Elaborado por la autora.

CAPÍTULO VI.

6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Dentro del estudio económico financiero se realizan las cuentas necesarias para reflejar la viabilidad financiera del emprendimiento planteado, en este caso de la hacienda turística Monte Verde en la provincia del Carchi.

En este punto se ha tomado como base los recursos económicos disponibles, así como el proceso de producción, costos y ventas, con la que se establece el flujo de caja. Los balances que se han tomado en cuenta para mostrar este estudio económico financiero son los siguientes:

- Estado de situación inicial, Flujo de efectivo, Proyección de ingresos y egresos, El VAN y TIR, y el Punto de equilibrio

6.1 Estado de situación inicial

Este estado se muestra al iniciar las actividades comerciales del proyecto en el que se presentan los activos, pasivos y patrimonio con el que va empezar el funcionamiento del emprendimiento turístico.

Según las normas contables el estado de situación inicial se organiza por medio de las cuentas:

6.1.1 Activo

Dentro de esta cuenta se encuentran los valores en bienes y derechos de los que una empresa es titular. Es decir, aquellas que el emprendimiento posee y de las cuales se generan más ingresos dentro de dicho lugar. Esta cuenta es igual a pasivo más patrimonio.

6.1.2 Pasivo

Dentro de esta se encuentran los valores que la empresa tiene como obligaciones, cuyos valores deben ser pagados a terceros o titulares del capital de los cuales los ha contraído para continuar con su operación.

6.1.3 Patrimonio

Se trata de la financiación propia de una empresa. Este viene a ser la diferencia entre el activo y pasivo que posee la empresa. En sí es el valor con el que la empresa inicia sus actividades económicas (Gestión Digital, 2019).

Figura 120

Estado de situación inicial

Hacienda Turística "Monte Verde"			HACIENDA TURÍSTICA " MONTE VERDE"		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$20.000,00	Prestamo a BanEcuador		\$175.544,12
BANCOS		\$13.044,20			
Servicios Básicos	1747,50				
Sueldos	10800,00				
Materias primas	18187,20				
Materiales de aseo y limpieza	884,50				
Marketing y publicidad	1425,00				
Total Activo Circulante		\$33.044,20	Total Pasivo Circulante		\$175.544,12
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$46.000,00		175.544,12	
Edificios/construcciones		\$92.650,99	Documentos por pagar a largo plazo		
Mobiliario y equipo		\$29.104,18	Total Pasivo Circulante		\$0,00
Muebles y enseres		\$23.668,75			
Maquinaria y equipo		\$9.371,00			
Equipos de computación		\$803,20			
Semovientes		\$14.000,00			
Suministros de oficina		\$88,30			
Material publicitario		\$320,50			
Total Activo Fijo		\$216.006,92			
Activo diferido			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado		\$0	BIENES INMUEBLES		\$46.000
Derechos de marca de la empresa (constitución)		\$493	BIENES MUEBLES		\$28.000
Total Activo Diferido		\$493			\$0,0
			Total Capital contable		\$74.000
SUMA DEL ACTIVO		\$249.544,12	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$74.000
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$249.544,12
GERENTE			CONTADOR		

Nota. Elaboración propia.

La hacienda turística Monte Verde tiene una inversión total de \$ 249544.12 dólares que corresponden \$ 33044.20 dólares a Activos corrientes que cubren el capital de trabajo; \$ 216006.92 dólares como Activos fijos con cuentas como terrenos, construcciones, mobiliario y equipos, muebles y enseres, maquinaria y equipo, equipos de computación, semovientes, suministros de oficina y materiales publicitarios, y el Activo diferido corresponde a \$ 49300 dólares por derechos de la marca y constitución. El patrimonio en esta inversión asciende a \$ 74000 dólares correspondientes al valor del terreno 46000 y el aporte de los dos socios de 28000 dólares, por lo que se requiere un financiamiento de \$ 175544.12 dólares para completar el total de la inversión requerida, el cual va ser adquirida a través de BANECUADOR.

6.2 Flujo de Efectivo

Este estado financiero alerta los movimientos de efectivo en una empresa durante un periodo determinado.

En este caso para la hacienda turística Monteverde se procedió a realizar un flujo de efectivo en un período de un año, para conocer cómo serían los movimientos de efectivo en ese periodo y con ello tener previsto los gastos e ingresos por ventas de los servicios ofertados en dicha hacienda, donde muestra información detallada de los movimientos de entradas y salidas que se realizan en el primer año de funcionamiento. Además, este sirve como indicador de liquidez de la empresa, donde cuyos datos son de utilidad para realizar el análisis de factibilidad del emprendimiento.

Para la proyección de la hacienda turística Monte Verde, se realizó el flujo de efectivo de un año:

- Flujo mensual del primer año

Figura 121

Flujo de efectivo

Nota. Elaborado por la autora

La hacienda turística “Monte Verde” en el flujo del año uno muestra los ingresos y egresos que tendrá el establecimiento de manera mensual, donde sus ingresos dependen de los productos que venda la hacienda entre ellos se tienen servicios de alojamiento: habitación matrimonial, habitación doble, habitación triple y habitación cuádruple; alimentación entre estos se cuentan con desayunos, sopas y locros, entradas, plato fuerte, postres y bebidas; servicios complementarios entre ellos guianza, pesca deportiva, *camping*, *Spa* y *jacuzzi*, cabalgatas y entrada al lugar este último también tendrá precio con el que se cubrirá mantenimiento del establecimiento como algunas actividades que estarán disponibles a todo público. El precio de cada uno depende del alcance del establecimiento como comparaciones con establecimientos que prestan servicios similares. Las unidades de venta dependen de los ingresos de personas que se plantea obtener de acuerdo a la realidad por la que estamos atravesando.

Los cálculos de cada mes dependen de porcentajes que se planean alcanzar según como actúa y se mueve cada mes, a la vez tomando en cuenta cómo funcionan las ventas de la competencia, entre los porcentajes que se utilizaron están el 20% y 25%. Con los cuales se posee un total anual de ingresos de \$ 204519.89 dólares frente a egresos de \$ 155962.86 dólares correspondientes a costos de todos los productos que ofrece el establecimiento entre ellos costo de alojamiento, alimentación, guianza, pesca deportiva, camping, spa-jacuzzi, cabalgatas y costo de entrada al lugar.

También otros costos que intervienen en el funcionamiento de la hacienda como mantenimiento de equipos, mantenimiento de caballos, sueldos y salarios, décimos, sueldo de la contadora, sueldo de la masajista, IESS, permisos del establecimiento, impuestos, publicidad, servicios básicos y el pago mensual del préstamo. Con estos resultados al realizar la resta entre los ingresos y egresos se obtiene un flujo de caja de cada mes dando como resultado un flujo acumulado de \$ 48557.03 dólares al año, que se obtiene mediante la suma del flujo de caja obtenida.

6.3 Proyección de ingresos y gastos

La proyección de ingresos y egresos se realiza como complemento del flujo de efectivo del primer año, que a partir de los datos obtenidos en este flujo se realiza la proyección futura para los años en la que cubre el alcance del punto de equilibrio que en este caso alcanza en el año cinco dando como resultado que a partir de ello se obtendrán beneficios consiguientes. Para la proyección se tomó como referencia el costo del capital y la inflación anual.

La proyección realizada para los cinco años muestra que no alcanza a cubrir el punto de equilibrio puesto que la tasa interna de retorno no supera al porcentaje del costo de capital, por lo que se procedió a realizar la proyección para los diez años donde la tasa interna de retorno ya se puede ver superior al costo de capital. Para esta proyección se toma el promedio de la inflación anual de los últimos diez años, tal y como se muestra a continuación:

Figura 122

Proyecciones de ingresos y egresos en los diez años

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Incremento anual										
Costo de capital										
Inversión										
VAN										
TIR										
Detalle										
Ingresos	204519,89	210655,48	216975,15	223484,40	230188,93	237094,60	244207,44	251533,66	259079,67	266852,06
Egresos	155962,86	160641,74	165460,99	170424,82	175537,57	180803,70	186227,81	191814,64	197569,08	203496,15
Flujo de caja	48557,03	50013,74	51514,15	53059,58	54651,36	56290,91	57979,63	59719,02	61510,59	63355,91
DATOS PARA LA TIR	-249544,12	48557,03	50013,74	51514,15	53059,58	54651,36	56290,91	57979,63	59719,02	61510,59
FLUJO ACUMULADO		48557,03	98570,77	150084,92	203144,50	257795,87	314086,77	372066,40	431785,43	493296,02

Nota. Elaborado por la autora.

El valor de la inversión para la construcción de la hacienda turística asciende a \$ 249554.12 dólares donde se observa notablemente en los flujos acumulados que el año en el que se recuperará la inversión es el quinto año con \$ 257795.85 dólares, superando el monto de dicha inversión con un incremento anual del 3%, donde la tasa interna de retorno correspondiente a 17.03% supera el costo del capital que es 8.63% y por ende el valor actual neto es de 106377.18.

En esta proyección de los diez años se observa notablemente como aumenta el flujo de caja cada año dando como resultado un flujo acumulado muy positivo hasta recuperar la inversión y luego de recuperarla, mostrando una proyección posible para el año diez de \$ 556651.93.

6.3.1 Costo de Capital

Para realizar la proyección de los ingresos y gastos se necesita primeramente el porcentaje del costo de capital, el cual se muestra en la siguiente tabla:

Figura 123

Cálculo del costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	249544,12	100%		8,63%		8,63%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	74000,00	30%	5,95%	1,76%		
FINANCIAMIENTO	175544,12	70%	9,76%	6,87%		

Nota. Elaborado por la autora.

El capital de inversión asciende a \$ 249544.12 dólares que corresponde al 100% de la inversión, de los cuales el capital propio es de \$ 74000.00 dólares, que equivale al 30% y el capital financiado corresponde a \$ 175.544.12 dólares que equivale al 70% de la inversión.

La tasa pasiva de julio 2021 registra el 5.95%, que sería el costo para el capital propio, mientras que el valor financiado es con una tasa de interés del 9.76%. Calculando estos valores muestra como resultado que el total de la inversión tiene un costo de capital del 8.63%.

6.4 Cálculo de VAN y TIR

6.4.1 El Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en actualizar el dinero futuro, tomando en cuenta descuentos por intereses que se generan en el tiempo.

En sí, es el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros de cada año, es decir, traer al presente los flujos de caja esperados. Se obtiene el valor neto entre el valor presente de los ingresos y el valor presente del capital invertido. Es muy importante para realizar la evaluación de proyectos y decidir si un proyecto se aprueba o rechaza. Si el VAN es mayor a cero el proyecto es rentable, si es igual a cero la inversión no generará beneficios ni pérdidas, y si el VAN es inferior a cero el proyecto generará pérdidas (Sanz, 2019).

Fórmula para realizar el cálculo del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

En donde:

F_t -> son los flujos de dinero en cada período t

I₀ -> es la inversión realizada en el momento inicial

n -> es el número de períodos de tiempo

k -> es el tipo de descuento (tasa de interés).

Tabla 80

Valor actual neto

Incremento anual	3%
Costo de capital	8.63%
Inversión	249544.12
VAN	106377.18
TIR	17.03%

Nota. Elaborado por la autora.

En el caso de la hacienda turística Monte Verde el valor actual neto es de 106377.18 según la proyección realizada en los diez años con un incremento anual del 3%, mostrando así, un valor superior a cero lo que genera que este sea un proyecto rentable.

6.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR indica la rentabilidad anual de un proyecto o inversión. Es el porcentaje de utilidad o pérdida que se tendrá por dicha inversión.

Por lo tanto, la TIR es una herramienta que se utiliza para decidir sobre la aceptación de un proyecto la cual se compara con la tasa del VAN. Va de la mano con el VAN, ya que este se expresa en términos numéricos, mientras que la TIR se expresa en términos porcentuales sobre los beneficios o pérdidas que un proyecto puede tener.

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, el proyecto es factible.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, el proyecto no es factible (Sanz, 2019).

Tabla 81

Tasa interna de retorno

Incremento anual	3%
Costo de capital	8.63%
Inversión	249544.12
VAN	106377.18
TIR	17.03%

Nota. Elaborado por la autora.

La hacienda turística Monte Verde para el año diez contará con una tasa interna de retorno del 17.03%, superando el costo de capital que es 8.63%, demostrando así la factibilidad del proyecto puesto que los años proyectados tendrán una rentabilidad positiva.

6.5 Punto de Equilibrio

Es el punto en el que los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta del producto. Aquí se establece la rentabilidad de la venta de un producto, es decir, se establece un punto en el que la empresa no obtiene beneficios ni pérdidas por la venta de dicho producto (Robles, 2015).

Esto se consigue cuando la empresa alcanza el punto de venta necesario que permita cubrir los gastos, los cuales dependen del precio y la cantidad de ventas que se generen, en un tiempo determinado. La hacienda turística alcanza el punto de equilibrio en el quinto año, por lo que para el cálculo de los demás valores que se necesitan saber, se ha tomado en cuenta el año cinco.

Fórmula para calcular del punto de equilibrio:

Punto de equilibrio = $\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}}$

Precio de venta - Costos variables

Esta fórmula da como resultado el valor en unidades de los productos que se requieren vender para alcanzar el punto de equilibrio. En el caso de la hacienda turística se requiere vender 72405 unidades.

Figura 124

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	5
-------------------------------	---

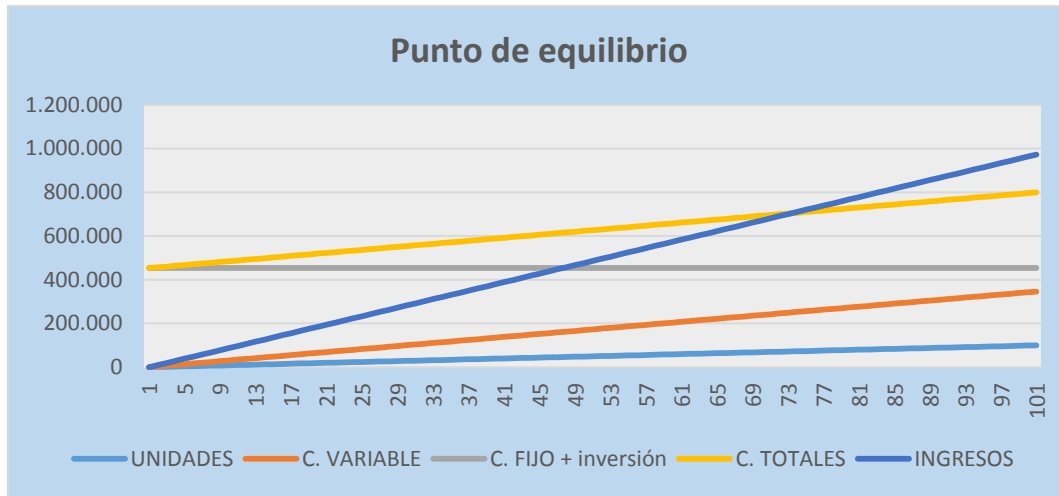
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11	Producto 12	Producto 13	Producto 14	Producto 15	Producto 16	Producto 17	Producto 18	Producto 19
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	840	420	1.260	840	7.680	7.680	9.600	9.600	7.680	9.600	7.680	4.800	6.720	4.800	4.800	4.800	2.880	3.840	9.600
TOTAL UNIDADES		105.120																	
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	0,80%	0,40%	1,20%	0,80%	7,31%	7,31%	9,13%	9,13%	7,31%	9,13%	7,31%	4,57%	6,39%	4,57%	4,57%	4,57%	2,74%	3,65%	9,13%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$110	\$90	\$135	\$180	\$6	\$2	\$4,1	\$4	\$2	\$1	\$7	\$5	\$5	\$22,5	\$3	\$2	\$35	\$10	\$3
COSTO VENTA UNITARIO	\$33,00	\$27,00	\$40,50	\$54,00	\$3,60	\$1,57	\$2,68	\$2,49	\$1,51	\$0,56	\$1,95	\$1,50	\$1,50	\$6,75	\$0,90	\$0,60	\$10,50	\$3,00	\$0,90
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$9,73																	
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$3,46																	
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$204.065																	
INVERSIÓN		\$249.544																	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$77,00	\$63,00	\$94,50	\$126,00	\$1,94	\$0,85	\$1,44	\$1,34	\$0,81	\$0,30	\$4,55	\$3,50	\$3,50	\$15,75	\$2,10	\$1,40	\$24,50	\$7,00	\$2,10
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$6,26																	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		72.405																	
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$704.348																	
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	579	289	868	579	5.290	5.290	6.612	6.612	5.290	6.612	5.290	3.306	4.629	3.306	3.306	3.306	1.984	2.645	6.612
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$63.643	\$26.036	\$117.162	\$104.144	\$29.270	\$12.795	\$27.276	\$25.292	\$12.299	\$5.739	\$34.384	\$16.531	\$23.143	\$74.388	\$9.918	\$6.612	\$69.429	\$26.449	\$19.837

Nota. Elaborado por la autora.

La hacienda turística “Monte verde” alcanza su punto de equilibrio en el quinto año, donde tendrá un total anual de 105120 unidades vendidas por los diecinueve productos que oferta, con un precio promedio ponderado de \$ 9.73 y un costo promedio ponderado de \$ 3.76. Además el costo fijo del periodo es de \$ 204065 dólares con un margen de contribución ponderado de \$ 6.26, donde el costo fijo del periodo sumado a la inversión y este resultado dividido para el margen de contribución ponderado es igual a 72405 correspondientes a las unidades que deberán ser vendidas para alcanzar el punto de equilibrio del establecimiento en los primeros cinco años de operación de la hacienda, cuyo valor de ingresos por esta venta de unidades de acuerdo al precio promedio ponderado será de \$ 704348 dólares.

Figura 125

Gráfico del punto de equilibrio



Nota. Elaborado por la autora.

El alcance del punto de equilibrio de la hacienda turística Monte Verde se muestra en esta gráfica donde se puede notar claramente como asciende las unidades de venta en la línea celeste, el costo variable en la línea tomate, el costo fijo en la línea ploma, los costos totales en la línea amarilla y finalmente los ingreso según las ventas que se realicen en la línea azul cuyo valor asciende a \$ 704348 dólares en la proyección de la hacienda turística Monte Verde.

CONCLUSIONES

- La hacienda turística Monte verde será una empresa dedicada a la prestación de servicios de alojamiento, alimentación agroecológica y otros servicios complementarios, el cual estará ubicado en la Parroquia de Monte Olivo, del cantón Bolívar, provincia del Carchi. Esta parroquia es ideal para emprendimientos ya que no cuenta con un establecimiento que brinde servicios turísticos que permitan el disfrute del visitante, posee muchos recursos turísticos naturales como culturales ideales para la potencialización de esta actividad, las cuales no han sido aprovechadas de manera adecuada por las autoridades ni habitantes de la zona. Además, la parroquia se dedica a la actividad agropecuaria, por lo que se pretende hacer de ello una actividad dinámica, que genere una experiencia única al visitante.
- El tipo de investigación que se utilizó para realizar el estudio de mercado fue la investigación descriptiva con el tipo de muestreo probabilístico simple, de los cuales los resultados de la encuesta permitieron conocer el segmento de mercado al cual se centrará la hacienda, cuyo segmento muestra que, son aquellos que disfrutan de viajar en compañía de familiares y amigos, amantes de la naturaleza, cultura y aventura, quienes están dispuestos a disfrutar del turismo rural y agroturismo, mostrando con ello una aceptación en la creación de la hacienda en la parroquia. La población de Ibarra como otros lugares son el principal mercado potencial, por lo que es importante centrarse en este segmento. Con esto se tiene claro cómo adaptar el producto y/o servicio de manera adecuada a los gustos del cliente con el fin de satisfacerlos, a la vez ofrecer a los consumidores productos y servicios de calidad.
- En el estudio técnico administrativo de la hacienda Monte Verde se tiene previsto que el terreno destinado para la construcción será de 3630 m², cuyo diseño planimétrico estará enfocado en mostrar los espacios con los que contará la hacienda, la alimentación será de manera orgánica y se contará con otros servicio al gusto del turista. La inversión total para la construcción será de 249544.12, los cuales serán financiados por BanEcuador y con recursos propios de los socios. La parte administrativa de la hacienda está enfocada en la misión, visión, valores, y políticas, con los cuales cada parte de los involucrados deben cumplir.

- En el plan de comercialización y marketing de la hacienda turística se ha establecido un diseño de la marca, con el que se da una caracterización que permita identificar al emprendimiento, a la vez un slogan llamativo que logra incentivar a los turistas a su visita. Los canales de distribución ideales para promocionar la hacienda son los medios físicos y digitales directas e indirectas entre ellos Trivago, Hoteles, TripAdvisor y TamboRuna. La publicidad digital y física son estrategias adecuadas que se utilizarán para difundir y promocionar el lugar. Para lograr confianza y atraer más clientes, se manejarán diferentes tipos de promociones y descuentos utilizando el marketing mix.
- En la evaluación de impacto ambiental se procedió a identificar los factores involucrados como las actividades que se realizarán en el emprendimiento, y si estas son positivas o negativas en la etapa de construcción y operación, donde se eligió la tipología de magnitud para la realización de cálculos, lo que dio como resultado que los impactos de la etapa de construcción se encuentra en un rango negativo medio y la etapa de operación en un rango positivo medio con los cuales la hacienda turística concluye que es un emprendimiento viable pues no genera grandes daños ambientales y para aquellos impactos negativos se implementaron medidas de mitigación para evitar cualquier tipo de impactos graves.
- Finalmente se concluye que el emprendimiento requiere de una inversión de \$249544.12 dólares de los cuales el 70% será financiado y la otra parte del 30% será a través de recursos propios. El costo de capital es de 8.63%, con el cual se procedió a realizar el flujo de efectivo anual dando como resultado un flujo acumulado de \$ 48557.03. Según este cálculo, el flujo para el año diez es de \$ 556651.93, donde se nota que para el año cinco se alcanzará el punto de equilibrio, con una tasa interna de retorno del 17.03% y un valor actual neto de 106377.18 tomando como referencia un incremento anual del 3%, desde el cual se obtendrán beneficios consiguientes. La hacienda Monte Verde para llegar al punto de equilibrio tendrá que vender 72405 unidades, cuyo valor de ingresos por estas ventas serán de \$ 704348 dólares. Al notar que los cálculos son positivos Monte Verde se siente confiado y capaz de crecer mucho más.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que las autoridades y los habitantes del sector se concienticen sobre la importancia cultural y natural de la parroquia por lo que deben aprovechar las potencialidades de la zona y hacer del turismo una actividad que genere recursos económicos que ayude en sí a las personas de la zona, donde todos participen en la conservación como en la incentivación a los turistas para que visiten la parroquia.
- Para realizar un estudio de mercado se debe tener claro qué es lo que se quiere hacer y qué es lo que se quiere conocer, para ello es ideal verificar el tipo de investigación, instrumento y el tipo de muestreo que se va aplicar para obtener información verás del segmento al cual se va dirigir y tener claro los productos y/o servicios que se pueden ajustar a sus gustos y necesidades con el fin de satisfacerlos y lograr con ello su preferencia en la hacienda.
- Para la construcción de cualquier tipo de alojamiento turístico se debe tener en cuenta las normativas establecidas por el ministerio de turismo a los cuales acogerse dependiendo de la tipología del establecimiento, para tener claro que es lo que se quiere realizar y qué es lo que se quiere ofrecer a los clientes, tener claro todo el panorama es ideal para evitar problemas principalmente en la logística y recursos económicos a utilizar. Para empezar, es ideal tener claro cómo estarán organizadas las distintas áreas como también la parte administrativa al momento de empezar con la ejecución.
- Es recomendable que el plan de comercialización y marketing sea aplicado de manera adecuada en la hacienda turística debido a que de ello depende como llega la información a los usuarios, quienes aceptarán o rechazarán la visita al establecimiento, además, una marca bien definida llamará la atención de los turistas. Los canales con los cuales se trabajan y cómo se llega a los turistas dará una imagen motivadora, pues sería ideal que se note atractivo lo que observan, escuchan y experimentan sea a través de medios digitales o físicos. También es recomendable trabajar con canales de distribución y medios publicitarios reconocidos e innovadores para que el turista se sienta confiado. Ante esto, los turistas deben consumir los productos y servicios que son ofertados, tal y como se lo promociona evitando así un marketing falso.

- Es recomendable que para empezar la ejecución de un proyecto es importante realizar el estudio de impacto ambiental que permita conocer los posibles impactos negativos que afectan a la naturaleza y ante ello implementar planes de mitigación que disminuyan de cierta forma los grandes impactos dañinos y fortalezcan aquellos positivos. Para preservar la naturaleza la hacienda turística deberá incurrir en gastos por realizar estrategias de mitigación que de cierta forma ayuden a ver al emprendimiento un establecimiento amigable con el ambiente.
- Para empezar cualquier tipo de emprendimiento los emprendedores o el emprendedor debe tener un capital con que empezar su proyecto ya que es recomendable que tenga un bien en qué sostenerse, principalmente si son grandes, debido a que cualquier entidad financiera para concurrir a un préstamo verifica si el usuario tiene algún bien para confiar en que es capaz o no de pagar el monto que requiera, por lo que la hacienda turística deberá invertir el 30% de recursos propios y el restante será financiado. También es recomendable tener claro que todo el monto de inversión debe ser preciso con cálculos de todo lo que se necesitará para el funcionamiento caso contrario existirá una mala organización y posibles riesgos por fallos en la logística debido a que no se tuvo anticipadamente un cálculo adecuado de todos los requerimientos.

BIBLIOGRAFÍA

- World Tourism Organization. (2019). *Tourism Definitions*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Achiña, D. (2020). *Implementación de una granja agroturística especializada en la asociatividad de cultivos en la comunidad Santa Rosa de Ayora*. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10791/2/02%20TUR%20172%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- ACL Recetas. (25 de 03 de 2019). *Locro de zapallo con carne de cerdo*. <https://recetas.arrozconleche.info/2019/03/locro-de-zapallo-con-carne-de-cerdo.html>
- Aguayo, E. (S/f). *CONCEPTOS BÁSICOS DE TURISMO Y SU IMPACTO*. <https://www.usc.gal/economet/Guia-tema3-turismo.pdf>
- Aguilar, M. (2019). *Evaluación de impactos ambientales en el sector productivo para la empresa Coltejer S.A.* http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2474/1/Evaluacion_impactos_ambientales_Coltejer_S.A.pdf
- Álvarez, E. (2019). *Conceptos básicos del turismo*. <https://emilioalonsoalvarez.files.wordpress.com/2019/09/ut-1.-conceptos-bc381sicos-de-turismo.pdf>
- AND Publicidad. (2019). *Prevención Covid 19*. <https://andpublicidad.com/mitienda/covid19ecuador/142-medidas-prevencion-covid-19-tamano-a3-42x297.html>
- Aragón, P. E. (Dirección). (2021). *Matriz de interacción para la evaluación de impactos ambientales* [Película].
- Armenta, M., Daniels, D., Diaz, L., Jimenez, D., & Sierra, L. (09 de 04 de 2018). *Metodología Conesa para la Evaluación de Impactos Ambientales*. <https://es.slideshare.net/MarcoAntonioSilvaSil1/metodologia-conesa-paralaevaluacionde>

- Arnandis, R. (2019). *¿QUÉ ES UN RECURSO TURÍSTICO? Cuadernos de Turismo*, 5-6. <https://www.um.es/documents/3239701/9597895/recursos.pdf/5be347a0-dd58-4d6d-a97d-41819f878941>
- Ávila, L. (2021). *Tortitas de quínoa y calabaza en salsa verde*. <https://www.kiwilimon.com/receta/saludables/tortitas-de-quinoa-y-calabaza-en-salsa-verde>
- Barbosa, L. (s/f). *Proyectos de inversión*. http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/108707/secme-39937_1.pdf?sequence=1
- Buñay, F. (2012). *Planificación de una finca agroecológica en la comunidad de Gallo Rumi*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3275/1/Tesis.pdf>
- Cabrera, S. (19 de 02 de 2021). Estudio de mercado. (C. Segovia, Entrevistador)
- Centro Europeo de Posgrado. (s/f). *EL CONCEPTO DEL TURISMO RURAL*. <https://www.ceupe.com/blog/el-concepto-del-turismo-rural.html>
- Centro Regional Chaco Formosa. (2020). *HUERTA AGROECOLÓGICA*. https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta_la_huerta_agroecologica_de_autosustento_tannfeld.pdf
- Colina, J. D. (s/f). *El Concepto del Producto Turístico*. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Comida ecuatoriana. (S/f). *Cuy asado*. <https://comidaecuadoriana.com.es/cuy-asado/>
- Consejo Nacional de La Cultura y Las Artes. (2014). *Turismo Cultural*. [https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/Memoria_CNCA .pdf](https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/Memoria_CNCA.pdf)
- Content, R. (04 de 02 de 2019). *¿Qué son los canales de distribución y por qué son importantes en el Marketing?* <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/#:~:text=Los%20>

canales%20de%20distribuci%C3%B3n%20los,cantidad%20de%20produ
cto%20que%20necesitan.

Correa, P. (2015). *DISEÑO DE UN PRODUCTO AGRO TURÍSTICO EN LA HACIENDA LA MORENITA, PARROQUIA DE NANEGALITO*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>

Correa, P. (2015). *DISEÑO DE UN PRODUCTO AGRO TURÍSTICO EN LA HACIENDA LA MORENITA, PARROQUIA DE NANEGALITO*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>

Ecuador love life. (2015). *Distintivo "Q" de calidad*.
<http://ecuador.travel/trade/es/noticias/800-distintivo-q>

Ecuador, R. d. (S/f). *Dulce de higos*. <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/reposteria/dulce-de-higos>

Entorno turístico. (2018). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros*.
<https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

Etnoturístico. (2018). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros*.
<https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

Fernández, M. (2015). *Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios de alojamiento*. <https://books.google.com.ec/books?id=xbUzCwAAQBAJ&pg=PT26&dq=alojamiento+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjIn5PBtMPtAhVJh-AKHegdDIMQ6AEwAnoECAYQAg#v=onepage&q=alojamiento%20definici%C3%B3n&f=false>

Firetest Perú. (2020). *Señalética de bioseguridad COVID 19*.
<https://firetestperu.com/service/senaletica/>

- Fuchs, L. (2016). *Vasitos de mango, yogurt y semillas de chía. Receta saludable.*
<https://www.vitonica.com/recetas-saludables/vasitos-de-mango-yogur-y-semillas-de-chia-receta-saludable>
- GAD BOLIVAR. (17 de 01 de 2014). *Información General del Cantón.*
<https://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/canton/informacion-general>
- GAD Parroquial de Monte Olivo. (12 de 02 de 2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Monte Olivo.* <https://gpmonteolivo.gob.ec/carchi/wp-content/uploads/2020/10/PDOT-MO-2020-12-FEBRERO-.pdf>
- GAD Parroquial Monte Olivo. (2019). *Ubicación Geográfica.*
<https://gpmonteolivo.gob.ec/carchi/ubicacion-geografica/>
- GAD Pimampiro. (2017). *Hotel Reina del cisne.* <https://www.goraymi.com/es-es/imbabura/san-pedro-de-pimampiro/hoteles/hotel-reina-cisne-pimampiro-asuutdme9>
- GEOVIT. (2018). *Movimientos* . <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Gerogjeva, K. (16 de 04 de 2020). *Perspectivas Económicas del Ecuador.*
<https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/2020/perspectivas-economicas-ecuador.pdf>
- Gestión Digital. (14 de 03 de 2019). *¿Qué son activo, pasivo y patrimonio?*
<https://revistagestion.ec/cifras/que-son-activo-pasivo-y-patrimonio>
- González, A., Iturralde, M., & Morales, J. (2016). EL AGROTURISMO UNA ALTERNATIVA PARA DINAMIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL. *SIGMA Revista de Investigación*, 30-33.
- González, Y. (2021). *Tortitas de champiñones con queso.*
<https://www.kiwilimon.com/receta/platos-fuertes/mexicanos/tortitas-de-champinones-con-queso>

- GoRaymi. (2020). *EcoFinca Cabrera*. <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/san-pedro-de-pimampiro/hostales/ecofinca-cabrera-ax1bpou9l>
- GoRaymi. (2020). *La Ruta del Vértigo*. <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/san-pedro-de-pimampiro/complejos-turisticos/ruta-vertigo-pimampiro-auzy98hp1>
- Grupo banco mundial. (S/f). *Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas*. <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- Guía de Jardín. (13 de 11 de 2016). *CONSTRUIR UN CAMINO DE CEMENTO CON FORMA DE LOSAS EN EL JARDÍN*. <https://guiadejardin.com/diy-construir-un-camino-de-cemento-con/>
- Hospess Hotels. (2021). *7 razones para darse una escapada a un Spa*. <https://www.hospes.com/7-razones-darse-una-escapada-spa/>
- Hotel Rústico Samaña. (2021). *Lobby*. <https://sites.google.com/site/hotel-rusticosamana/instalaciones/lobby>
- Infoautónomos. (2020). *Marketing y ventas*. <https://www.infoautonomos.com/marketing-y-ventas/merchandising-que-es-y-como-aplicarlo-tu-establecimiento/>
- Instituto ecuatoriano de normalización. (08 de 12 de 2008). *Turismo. Camarera de pisos. Requisitos de competencia laboral*. https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2432-08.pdf
- Instituto ecuatoriano de normalización. (10 de 12 de 2008). *Turismo. Chef de cocina. Requisitos de competencia laboral*. https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2442-08.pdf
- Instituto ecuatoriano de normalización. (10 de 12 de 2008). *Turismo. Recepcionista polivalente. Requisitos de competencia laboral*.

https://www.qualituruador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2446-08.pdf

Instituto ecuatoriano de normalización. (09 de 12 de 2008). *Turismos. Administrador de empresas de alojamiento. Requisitos de competencia laboral.* https://www.qualituruador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2450-08.pdf

Jiménez, A. (2018). *Metodología de elaboración de la Evaluación de Impacto Ambiental.* Madrid-España: Elearning S.L. https://books.google.com.ec/books/about/Metodolog%C3%ADa_de_elaboraci%C3%B3n_de_la_Evalu.html?id=JCn-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Kotler, P. (14 de 02 de 2018). *¿Sabes que piensa hoy Kotler de las 4P's?* <https://blog.storecheck.com.mx/retos-4-ps-retail>

Kotler, P., García, J., Bowen, J., & Makens, J. (2017). *Marketing turístico.* Madrid-España: PEARSON S.A.

La Tolita Express. (S/f). *Mapa de la provincia del Carchi.* <http://www.transporteturismoycarga.com/arquitectura-diseno-planificacion-construccion-ecuador.php?tablajb=arquitectura&p=19&t=1.-Informacion-Turistica-de-la-Provincia-del-Carchi---Tulcan&>

Lechera Andina. (S/f). *Crema de choclo con pollo.* <http://www.andina.com.ec/recetario/categoria/sopas/crema-de-choclo-con-pollo>

López, A. (2021). *Cómo hacer pollo asado o al horno fácil. Receta fácil paso a paso.* <https://www.recetasderechupete.com/pollo-asado-facil-al-horno-con-patatas-panaderas/9535/>

López, E. (08 de 02 de 2018). *Postre de durazno.* <https://www.recetasgratis.net/receta-de-postre-de-durazno-11741.html>

- Marín, H. (2012). *Introducción a los recursos turísticos*. <https://www.um.es/documents/3239701/9597895/recursos.pdf/5be347a0-dd58-4d6d-a97d-41819f878941>
- Martínez, H. (2018). *El merchandising*. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/El-arte-de-seducir-1.pdf>
- Mejía, T. (27 de 08 de 2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Meylin. (2019). *Morocho de leche*. <https://www.recetasnestle.com.ec/recetas/la-lechera/morocho-de-leche>
- Ministerio de Turismo. (18 de 002 de 2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de turismo y Ministerio de salud. (05 de 2020). *Protocolo General para el Uso de Equipos de Bioseguridad y Medidas Sanitarias para Establecimientos de Alojamiento Turístico, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por Covid-19*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/protocolo.pdf>
- Ministerio del Turismo. (06 de 10 de 2020). *Turismo rural será clave para la reactivación del sector post Covid-19*. <https://www.turismo.gob.ec/turismo-rural-sera-clave-para-la-reactivacion-del-sector-post-covid-19/>
- Mota, R. (11 de 09 de 2018). *DEFINIENDO CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS*. <https://clubdeltrade.com/blog/canales-de-distribucion-de-productos/>
- Naturalista. (27 de 11 de 2019). *Provincia del Carchi*. <https://www.naturalista.mx/places/wikipedia/Carchi>
- Nejer, A. (19 de 02 de 2021). Estudio de mercado. (C. Segovia, Entrevistador)

- Ochoa, C. (08 de 04 de 2015). *Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple*. <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>
- Organización Mundial del Turismo. (02 de 2018). *Introducción al Turismo*. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Ortiz, H., & Ortiz, D. (2018). *Flujo de caja y proyecciones financieras con análisis de riesgo 3a edición*. <https://books.google.com.ec/books?id=UFyWdWAAQBAJ&pg=PR2-IA1&dq=flujo+de+caja&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj7tP-m2ertAhWh1FkKHeWVBtMQ6AEwA3oECAYQAg#v=onepage&q=flujo%20de%20caja&f=false>
- Ortiz, M. (08 de 01 de 2019). *Guiso de fideo con carne*. <https://cookpad.com/ec/recetas/6818489-guiso-de-fideo-con-carne-economico>
- PALOU, N. (07 de 05 de 2019). *4 electrodomésticos clave para prepararte un desayuno saludable*. <https://www.lavanguardia.com/comprar/20190507/462096399488/desayuno-saludable-electrodomesticos-dieta-salud-comida.html>
- Pérez, J., & Olgúin, R. (2018). *Contabilidad electrónica y su envío a través del Portal del SAT*. <https://books.google.com.ec/books?id=3pHGDwAAQBAJ&pg=PT115&dq=QUE+ES+UNA+INVERSI%C3%93N+EN+CONTABILIDAD+2018&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwizw5rkx-rtAhWhwFkKHTpiCqUQuwUwAHoECAUQCA#v=onepage&q=QUE%20ES%20UNA%20INVERSI%C3%93N%20EN%20CONTABILIDAD%202018&f=false>
- Ponce, V. (S/f). *La matriz de Leopold para la evaluación del impacto ambiental*. http://ponce.sdsu.edu/la_matriz_de_leopold.html
- Pottery Barn. (S/f). *Diseño de cuarto y entrada para baño*. <https://www.pinterest.com/pin/405746247675435089/>

- Pujol, L. (2021). *Ceviche (vegetariano) de chochos*. <https://www.laylita.com/recetas/ceviche-vegetariano-de-chochos/#wprm-recipe-container-11040>
- Pujol, L. (2021). *Colada morada*. <https://www.laylita.com/recetas/colada-morada/>
- Pujol, L. (2021). *Ensalada de pasta con maíz, aguacate, y tomate*. <https://www.laylita.com/recetas/ensalada-de-pasta-con-maiz-aguacate-y-tomate/>
- Pujol, L. (2021). *Ensalada rusa*. <https://www.laylita.com/recetas/ensalada-rusa/>
- Pujol, L. (2021). *Fritada de chancho*. <https://www.laylita.com/recetas/fritada-de-chancho/>
- Pujol, L. (2021). *Guaguas de pan {Figuras de pan ecuatorianas}*. <https://www.laylita.com/recetas/guaguas-de-pan-receta/>
- Pujol, L. (2021). *Pavo asado al horno con limón y hierbas*. <https://www.laylita.com/recetas/pavo-asado/>
- Quesada, R. (2006). *Introducción al turismo*. <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA6&dq=QUIEN+ES+EL+TURISTA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjpxL7Anb7tAhXj01kKHfJqDt8Q6AEwBXoECAQQAg#v=onepage&q=QUIEN%20ES%20EL%20TURISTA&f=false>
- QuestionPro. (2020). *Cuál es la diferencia entre encuestas y entrevistas*. <https://www.questionpro.com/blog/es/cual-es-la-diferencia-entre-encuestas-y-entrevistas/>
- Receta brocoli. (2017). *Crema de Brócoli: Receta Casera*. <http://www.recetabrocoli.com/Brocoli/CremaDeBrocoli/CremaDeBrocoli.html>
- Receta.Land. (S/f). *Hornado ecuatoriano*. <https://receta.land/hornado-ecuatoriano>
- Receta.Land. (S/f). *Locro de acelga ecuatoriano*. <https://receta.land/locro-de-acelga-ecuatoriano>

- Recetas de comida ecuatoriana. (2021). *Caldo de gallina criolla*.
<https://recetasdecomidaecuadoriana.com/caldo-de-gallina-criolla/>
- Recetas de ecuador. (S/f). *Carnes coloradas*. <https://www.cocina-ecuadoriana.com/recetas/plato-principal/carne-colorada>
- Recetas de ecuador. (S/f). *Fanesca Ecuatoriana*. <https://www.cocina-ecuadoriana.com/recetas/sopas/fanesca-ecuadoriana>
- Recetas de Ecuador. (S/f). *Lasaña de carne*. <https://www.cocina-ecuadoriana.com/recetas/plato-principal/lasana-de-carne>
- Recetas de Paraguay. (S/f). *El kivevé de calabaza*. <https://www.recetasparaguay.com/recetas/reposteria/el-kiveve-de-cala-baza>
- Recetas Ecuador. (s/f). *Locro de papa*. <https://www.recetas.com.ec/r/locro-de-papa>
- Recetas ecuador. (S/f). *Trucha Frita*. <https://www.recetas.com.ec/r/trucha-frita>
- Recetas. (S/f). *Cremolada de granadilla*. <https://www.recetas.com.bo/content/cremolada-de-granadilla>
- Recetas vegetarianas. (S/f). *Sopa de maíz*. <https://www.receta-vegetariana.com/recetas/sopas/sopa-de-maiz>
- Recetinas. (2021). *Mousse de fresa con chocolate blanco*.
<https://recetinas.com/mousse-de-fresa-con-chocolate-blanco/>
- Rizo, E. (2013). *Casa Rustica y Moderna en Piedra*.
<https://www.pinterest.com/pin/392446555029561615/>
- Robles, C. (10 de 2015). *Fundamentos de administración financiera*.
<https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf>
- Romo, B. (18 de 02 de 2021). Estudio de mercado. (C. Segovia, Entrevistador)

- Rosero, M. (2020). *Recolección de frutos en la finca*.
<http://www.destinopimampiro.gob.ec/index.php/finca-rosero>
- Rosero, M. (19 de 02 de 2021). Estudio de mercado. (C. Segovia, Entrevistador)
- Salvadó, S. (s.f.). *Síntomas COVID 19 y cómo actuar*.
<https://www.elcaminomascorto.es/informacion-mexico-turismo-covid-19/>
- Sanz, M. (01 de 09 de 2019). *Cómo se mide la rentabilidad de una inversión (TIR y VAN)*. <https://www.ilpabogados.com/como-se-mide-la-rentabilidad-de-una-inversion-tir-y-van/>
- Saucedo, H. (2019). *Auditoría Financiera del Capital de Trabajo en Pymes*.
<https://books.google.com.ec/books?id=eD2dDwAAQBAJ&pg=PT47&dq=capital+de+trabajo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjmm4nKyurtAhUPo1kKHVMIAFoQ6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=capital%20de%20trabajo&f=false>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (13 de 08 de 2018).
Impacto ambiental y tipos de impacto ambiental.
<https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/impacto-ambiental-y-tipos-de-impacto-ambiental>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). *Nuevos datos de la Encuesta de Ingresos y Hogares representan un aporte al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017*. <https://www.planificacion.gob.ec/nuevos-datos-de-la-encuesta-de-ingresos-y-hogares-representan-un-aporte-al-plan-nacional-para-el-buen-vivir-2013-2017/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20sus%20datos%2C%20en%20el,es%20de%20809%2C6%20d%C3%B3lares.&text=El%2083%2C5%25%20d>
- Sermulsa. (2021). *Canales de Distribución*. <http://adcasa.com.gt/publicaciones/33-canales>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (S/f). *¿Cómo registro una marca?*
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/#>

- Sevilla, A. (10 de 2015). *Estados financieros*.
<https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Sinclair, P., & Ojeda, C. (2016). *Marketing turístico* (Vol. 2.^a edición). Madrid-España: Paraninfo S.A.
- Socatelli, M. (2013). *El Mercado Turístico*. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Socatelli, M. (2013). *Oferta Turística*. . <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Soto, D. (2019). *GUIA METODOLOGICA PARA EL ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES (EsIA) EN PROYECTOS AGRICOLAS*.
https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2812/1/TGT_1416.pdf
- Stern, P. (2021). *Crema de Aguacate*. <https://antojandoando.com/recetas/sopas-y-cremas/crema-de-aguacate/>
- Themes, L. (2021). *Bistec a la plancha con puré de papas*.
<http://www.comiendoenla.com/bistec-a-la-plancha-con-pure-de-papas/>
- Tigre, L. (2017). *Identificación de aspectos ambientales y evaluación de impactos ambientales en la facultad de ciencias químicas de la Universidad de Cuenca*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27207/1/Tesis.pdf>
- Tulcán, R. (2014). *Mapa de la parroquia de Monte Olivo con sus comunidades*.
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6860/1/03%20AGN%20014%20TRABAJO%20GRADO.pdf>.
- Vásquez, D. (18 de 02 de 2021). Estudio de mercado. (C. Segovia, Entrevistador)

ANEXOS








Anexo A Reporte Urkund



Document Information

Analyzed document	HACIENDA TURÍSTICA MONTE VERDE-SEGOVIA CATY.docx (D112507696)
Submitted	9/13/2021 7:10:00 PM
Submitted by	
Submitter email	csegovia@putn.edu.ec
Similarity	7%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Pusda Abigail-Est. Factibilidad Hacienda turistica.pdf Document: Pusda Abigail-Est. Factibilidad Hacienda turistica.pdf (D110607372) Submitted by: rapusda@putn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com	 7
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / SÁNCHEZ JESSICA-SERRANO GRACE.docx Document: SÁNCHEZ JESSICA-SERRANO GRACE.docx (D112459651) Submitted by: jsancheza@putn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com	 54
W	URL: http://ecuador.travel/trade/es/noticias/800-distintivo-qEcuador Fetched: 9/13/2021 7:11:00 PM	 2
W	URL: http://repositorio.uotvalle.edu.ec/bitstream/52000/74/1/UO-PG-TUR-2015-18.pdf Fetched: 7/27/2021 5:46:55 PM	 4
W	URL: http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/7600/1/23T0622.pdf Fetched: 6/7/2021 1:58:07 PM	 3
W	URL: https://milloalonsoalvarez.files.wordpress.com/2019/09/ut-1.-conceptos-bc381sicos-de-turismo.pdf Fetched: 9/13/2021 7:11:00 PM	 1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx Document: EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx (D65137458) C:\buzad\bu\con_46\04\abotw\3.ec	 3

Anexo B Ficha Diagnóstica del MINTUR sobre la parroquia de Monte Olivo

		FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO							
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Parroquia de Monte Olivo	<ul style="list-style-type: none"> Ecuatorial meso térmico semihúmedo Ecuatorial de alta montaña 	<ul style="list-style-type: none"> Entre 12 y 20° C, rara vez - 0° C y máxima 30° C. Entre 8°C y 20°C, pueden llegar a - 0°C. 	<ul style="list-style-type: none"> Entre 700 y 2000 mm Entre 1000 y 2000 mm 	Entre 1.600 y 3.800 msnm	00° 20' 43" hasta 00° 26'19"	77° 47' 47" hasta 77° 54' 25"	Palmar grande El manzanal El motilón El aguacate Pueblo nuevo Raigrás Miraflores		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>La parroquia de Monte Olivo está ubicada al sur oriente del Cantón Bolívar, en la provincia del Carchi. Posee tres pisos altitudinales: bajo (valle), medio (semiplano y pendiente) y alto (con pendientes muy pronunciadas). Esta parroquia fue creada el 24 de enero de 1941.</p> <p>Monte olivo se encuentra ubicado en una loma que está circundada por tres ríos que son: El Carmen, Escudillas y San Miguel.</p> <p>Monte Olivo posee una de las reservas de oro que aún no ha sido determinada en estudios oficiales pero en el 2019 fue objeto de una agresiva incursión de pobladores de sectores ajenos a este territorio que querían comenzar una fase de explotación de manera artesanal e ilegal por lo que se implementó un control comunitario en la Parroquia de San Rafael y al Ingreso de Monte Olivo para ejercer un control de los vehículos de ingresan y salen de la zona y se conformó brigadas de control por turnos y patrullaje en los puntos de entrada al territorio.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE

65, 68 km2	Al Norte: con las Parroquias de Bolívar y la paz; Al Oeste: con La parroquia de San Rafael; Al Sur: con la parroquia de Chuga de Pimampiro - Imbabura; Al Este: con las parroquias el Playón de San Francisco y la Sofía de la provincia de Sucumbíos.	1571 habitantes	744	47.4 %	827	52.6 %	55.32 % 935 personas	Básica elemental y media 52,73 %	La población de entre 10 y 14 años,
-------------------	---	-----------------	-----	--------	-----	--------	-------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
76.60 %.	70.37 %	52.01 %.	60.53 %.	40 %	No existe sistema de tratamiento de aguas residuales.	55.58 %	No se cuenta con el servicio de telefonía pública	65 %	16.1 %	

12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)

TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
2	0	0	0	2	1	0	5	4	2	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	1	0	0	0	0	0	0				

13. ASENTAMIENTOS HUMANOS

Los primeros habitantes de este lugar pertenecieron a los pueblos Pastos, cuyo territorio se extendían desde el río Chota o Coangue hasta el valle del Guáy tara, en la vecina Colombia”, esta aseveración se reafirma por los objetos de cerámica encontrados en las diferentes excavaciones realizadas por los moradores, por ejemplo, durante la apertura de caminos, canales de riego o cimientos de las casas. Alrededor de los grandes fundos de la zona, cuya actividad principal fue la agricultura y ganadería se conformaron las comunidades que hoy integran la parroquia rural de Monte Olivo, pequeños poblados con casas construidas al borde del camino principal con materiales propios de la zona como: el barro para elaborar el adobe, tapia y teja.

En sus alrededores están las comunidades de: Manzanal, Motilón, El Aguacate, Pueblo Nuevo, Miraflores, Raigrás y Palmar Grande.

La cabecera parroquial junto con la comunidad de Pueblo nuevo representa el 83 % del total de la población mientras que el 17 % lo conforman las demás comunidades rurales del sector.

14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Ibarra	Asfaltada, vía de primer orden	2 h	Transporte público	OW \$ 2.25

Monte Olivo	Carretera empedrada y lastrada, Vía de segundo orden	4 h	Transporte público	RT \$ 4.50	
11.2 AÉREO					
DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
11.3 ACUÁTICO					
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
11.4 OTROS					
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO	
				OW	
				RT	
15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA					
DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	OTROS	OBSERVACIONES
	187 km	605 km	632 km		
16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS					
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO		NOMBRE	OBSERVACIONES
Mirador el Palmar	Palmar grande	RUTA	Ruta laguna Las Garzas		Este lugar es un recurso turístico, pero no está considerado dentro de los atractivos.
Peñas blancas	Miraflores	CIRCUITO	Lineal- local		
Cerro Gordo	Monte Olivo	CORREDO R	Alto Andino		
Laguna las Garzas	El Palmar	OTRO			
		NINGUNO			

17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

17.1 NATURALES						17.2 CULTURALES					
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Mirador de Cabras	01		X			Cementerio del Mastodonte	01			X	
Laguna la encañada	02		X			Colección Paleontológica Mastodonte	02		X		
Cascada el Manto de la Virgen o cascada de la niña María	03		X			Basílica del Señor de Buena Esperanza	03		X		
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS								14.4 OBSERVACIONES			
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)		La laguna las garzas y el Cerro gordo son recursos turístico importantes de la zona, pero no están consideradas dentro del inventario de atractivos turísticos. Por lo que se ubicó un atractivo del cantón el cuál es muy conocido.			
Laguna Las Garzas en el Área Protegida autónoma descentralizada provincial de la Cordillera Oriental Del Carchi.			Alterado	Nacional	Excursionista	Local					
Cerro gordo- Vestigios arqueológicos de la cultura Pasto y Tusa.			Conservado	Nacional	Excursionista	Local					

Colección Paleontológica Mastodonte	176584	10055632	Alterado	Nacional	Excursionista	Provincial /Región/Nacional	
18. SERVICIOS TURÍSTICOS							
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	<p>En la parroquia Monte Olivo no existe por el momento un espacio turístico que brinde servicios de alimentación, hospedaje, recreación, etc.</p> <p>El turismo no forma parte importante aún de la economía del sector, aunque si tiene recursos turísticos interesantes para el visitante.</p>
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO							
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES		
SEÑALIZACIÓN	SI	1	Ruta hacia la laguna Las Garzas	Alterado			
SEÑALÉTICA	SI	1	Ruta hacia la laguna Las Garzas	Deteriorado			
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	SI	1	GAD Monte Olivo	Conservado			
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO	0					
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO	0					
SENDEROS	SI	2	Ruta hacia la laguna Las Garzas	Alterado			
MIRADORES	SI	2	Loma de Manzanal y Palmar	Alterado			
OTROS							
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN							

20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	20.2 OBSERVACIONES						
ECOTURISMO		De vez en cuando	Monte Olivo	No se ha encontrado información						
TUR. DE NATURALEZA		De vez en cuando	Monte Olivo							
TURISMO COMUNITARIO										
TURISMO CULTURAL										
TURISMO RELIGIOSO		De vez en cuando	Monte Olivo							
TURISMO DE SALUD										
TURISMO DE DEPORTES										
TURISMO DE AVENTURA		De vez en cuando	Monte Olivo							
CONVENCIONES										
OTROS										
21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
432609 En el cantón según Geovit	2018	Junio hasta septiembre	Desconocido	Desconocido						No existe una información que especifique el número de turistas que ingresan a la parroquia, por lo que se tomó el dato del cantón, pero del año 2018 porque tampoco existe una información actualizada.
22. INGRESOS POR TURISMO										

22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD	22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD				
							No se tiene información específica del ingreso de turistas a la parroquia, ni al cantón de forma actualizada y tampoco registros de ingresos en dólares sobre esta actividad.		
23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO									
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)								23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANÍA		OTROS
0	0	8	0	0	3	0	0		El turismo aún no es considerado como una actividad indispensable de ingreso económico en la parroquia, aunque si cuentan con recursos llamativos que pueden potencializarse, por lo que no se le ha dado importancia a esta actividad, llevando consigo un desarrollo turístico de forma lenta, esto ha evitado la existencia de fuentes de trabajo y por ende carencia de empleados.
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO				23.5 OBSERVACIONES		
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	FECHA	DETALLE	ESTADO			

			MINISTERIO DEL AMBIENTE	Área Protegida autónoma descentralizada provincial de la Cordillera Oriental Del Carchi.	03/07/2019	Acuerdo ministerial No. 055	20439.79 has de bosque y páramos son declarados como área protegida del Carchi de los cantones Tulcán, Montufar, Huaca y Bolívar.	Conservado	No se tiene un dato específico de las familias que son beneficiadas de cierta forma por la actividad turística ya que el turismo aún no es desarrollado adecuadamente.
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO						
			OTROS						

24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO

MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
GAD Parroquial de Rural de Monte Olivo	12/02/2020	Presidente Vicepresidente Vocales Secretario	15			Comisión de fiscalización, turismo y deportes		. Fortalecimiento de las actividades agro productivas y pecuarias de la parroquia. . Fomento del turismo rural y desarrollo local	2019-2023

		Promotor Ambiental Coordinación general Técnicos							<p>. Impulso de la producción agroecológica de los productos locales y el turismo, mediante capacitación, estudios e incentivos. Ejecución de días de campo, intercambios y capacitación Estudios y promoción turística Dotación de incentivos para la producción agroecológica . Aumentar en 10% la afluencia de turismo nacional en Monte Olivo hasta el 2023.</p>
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES				
	Asociación de turismo				No se obtuvo información				
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE									
25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO				
Fomentar la realización de ferias de productos locales para brindar alternativas de comercio local y recuperación de tradiciones como el trueque y la gastronómica local.	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.	Norma Burbano	1200				
Crear espacio físico Cultural Comunitario, destinado a la promoción,	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	- Crear modelo de gestión del Centro Cultural.	Franklin Osejos Saúl Pabón	500				

formación, y recreación en ámbitos artísticos, culturales, identitario y sociales a nivel intergeneracional para la comunidad de la parroquia.			- Socializar y Gestionar proyecto con instancias de similar competencia para captación de recursos diversos.		
Promover el fomento de costumbres y tradiciones locales como tradición oral, patrimonio tangible e intangible e identidad, gastronomía y memoria, y agenda festiva, archivo físico y digital de los bienes patrimoniales.	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales con el carácter de organizaciones territoriales de base	Saúl Pabón	16000
Conservación de la Cordillera Oriental del Carchi.	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.	Norma Burbano	30250
Apoyo a la producción agropecuaria de Monte Olivo y el turismo rural.	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad, la protección del ambiente y el turismo	Norma Burbano	80000
Desarrollo de capacidades de pobladores locales en temas relacionados al turismo	Parroquia de Monte Olivo	Proyecto de Desarrollo	Capacitar a 20 personas en temas de gastronomía y buenas prácticas de turismo en	Norma Burbano	6000

			Monte Olivo, hasta el 2023	
25.7 OBSERVACIONES				
26. PRINCIPALES NECESIDADES				
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES		
CONSERVACIÓN URBANA				
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD	X	Para evitar la contaminación ambiental a la vez problemas de salud para las personas, se debería manejar de mejor forma los desechos y evitar quemarlos o botarlos en sus terrenos. Existe una falta de educación ambiental y capacitación de manejo de desechos.		
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	X	El manejo de los residuos sólidos debe ser mejor tratados, evitando generar grandes impactos. En este punto el GAD se plantea la implementación de contenedores para agroquímicos con el fin de separar los residuos y tener menos riesgo de enfermedades.		
CIRCULACIÓN VEHICULAR				
ACCESOS				
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Falta de señalización para otros sitios que poseen recursos turísticos interesantes, pero no son conocidos por falta de promoción turística.		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Escasas señaléticas que especifiquen mediante distancias o nombres del sitio donde se encuentra el lugar, aunque si existe, pero solo en la ruta hacia la laguna las garzas.		
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Falta de sitios turísticos que brinden servicios de alojamiento, comidas y bebidas, sitios de recreación, etc., el cual permita un mejor desenvolvimiento por el turista.		
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	La parroquia necesita ser capacitada para entender cuán importante es desarrollar la actividad turística dentro de su sector y aprovechar todos los recursos que poseen de una manera sostenible, es decir desarrollen esta actividad, pero de forma responsable y capaz de que permita una mejor satisfacción al turista como también un desarrollo económico y social de la parroquia.		
OTROS				
23.1 OBSERVACIONES	Si existen algunos servicios que permiten una vida digna a las personas, pero de forma limitada ya que algunas comunidades no cuentan con estos servicios, por lo que tienen un desconocimiento de como accionar, por ende, poseen una falta de educación ambiental que mejore su situación de vida y sobre todo más apoyo del GAD parroquial como GAD Cantonal.			

Anexo C Validación de instrumentos de recopilación de información



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN TURISMO

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Segovia Cabascango Caty Flor		
Ciclo:	Noviembre 2020 – marzo 2021	Fecha de revisión:	Diciembre 09 - 2020
Tema:	Hacienda turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.		
Objetivo General:	Implementar una hacienda turística para la potencialización de la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.		
Objetivo Específico 2:	Identificar la oferta y la demanda existente en la parroquia, mediante un estudio de mercado.	Instrumento	-Encuesta -Entrevista

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 2: -Encuesta -Entrevista	X		X	

MSc. Posso Astudillo Ángela Mikaela

DOCENTE CARRERA DE TURISMO, FACAE-UTN

CI: 1003460126

Anexo D Validación de instrumentos de recopilación de información



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN TURISMO

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Segovia Cabascango Katy Flor		
Ciclo:	Noviembre 2020 – marzo 2021	Fecha de revisión:	Diciembre 09 - 2020
Tema:	Hacienda turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.		
Objetivo General:	Implementar una hacienda turística para la potencialización de la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.		
Objetivo Específico 2:	Identificar la oferta y la demanda existente en la parroquia, mediante un estudio de mercado.	Instrumento	-Encuesta -Entrevista

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 2: -Encuesta -Entrevista	x		x	

MSc Echeverría Cachipundo Galo Oswaldo
DOCENTE CARRERA DE TURISMO, FACAE-UTN
CI: 1713642666

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA

Tema: Hacienda turística para potencializar la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.

Objetivo: Implementar una hacienda turística para la potencialización de la actividad agroecológica de la parroquia de Monte Olivo, Carchi, Ecuador.

Instrucción: Estimados amigos/as toda la información proporcionada por Ud. será confidencial y estrictamente para fines estadísticos y de carácter académico. Agradezco su tiempo y colaboración.

DATOS GENERALES

1. Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otros

2. Edad

- a) 18 - 22
- b) 23 - 35
- c) 36 - 45
- d) Más de 45

3. Lugar de procedencia

- a) Tulcán
- b) Ibarra

- c) Otavalo
- d) Quito
- e) Cayambe
- f) Otro ¿cuál? _____

4. Ocupación/formación

- a) Empleado público
- b) Empleado privado
- c) Estudiante
- d) Otro (especifique) _____

5. Nivel de instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Tercer nivel - Superior
- d) Cuarto nivel
- e) Otro (especifique) _____

6. Nivel de ingresos mensuales

- a) Menos de \$400
- b) De \$401 a \$500
- c) De \$501 a \$1000
- d) De \$1001 a \$1500
- e) Más de \$1500

PERFIL TURÍSTICO

7. ¿Con quién realiza sus viajes de turismo?

- a) Pareja
- b) Amigo(a)s
- c) Familia
- d) Solo (a)

e) Otros _____

8. ¿Cuál es el canal más apropiado para Ud. para recibir información y promociones turísticas?

- a) Exploración de Internet
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) WhatsApp
- e) Plataformas de reservación (trivago, booking, despegar, otros)
- f) Recomendación de amigos
- g) Radio/TV
- h) Otros

9. ¿Cuál es el aspecto más importante para decidir seleccionar un establecimiento de alojamiento en sus viajes?

- a) Precios cómodos
- b) Facilidad de pago
- c) Actividades complementarias
- d) Prestigio del lugar
- e) Espacios que brinden contacto con la naturaleza
- f) Cercanía a lugares visitados
- g) Otros

10. ¿Cuál fue el principal lugar visitado en su último viaje turístico?

- a) Entornos/comunidades rurales
- b) Áreas protegidas
- c) Bosques/montañas
- d) Playas
- e) Ciudades/zonas urbanas
- f) Otros

SI SU OPCIÓN DE RESPUESTA FUE “PLAYAS” O “CIUDADES” EN LA ANTERIOR PREGUNTA, SU ENCUESTA TERMINA AQUÍ; DIRÍJASE AL FINAL Y ENVIE.

11. ¿En qué tipo de establecimiento se hospedó en su último viaje turístico?

- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hostería
- d) Cabañas ecológicas/Lodge
- e) Hacienda turística
- f) Otros

12. ¿Cuánto pagó por persona en el establecimiento seleccionado en la anterior pregunta?

- a) De \$ 10 a \$20
- b) De \$21 a \$30
- c) De \$31 a \$40
- d) De \$41 a \$50
- e) Más de \$50

13. En una hacienda turística como establecimiento de alojamiento en zonas rurales ¿Cuál de las siguientes alternativas de servicios considera de su mayor preferencia?

- a) Deportes de aventura
- b) Cabalgatas
- c) Recorrido interpretativo por los campos agrícolas
- d) Recorrido por entornos naturales/locales
- e) Espacios para recreación y juegos
- f) Pesca
- g) Otros

14. ¿Cuánto considera como precio adecuado para pagar por la actividad que seleccionó en la anterior pregunta?

- a) Menos de \$5
- b) De \$5 a \$10
- c) De \$11 a \$15
- d) De \$16 a \$20
- e) De \$21 a \$30
- f) Más de \$30

15. ¿Qué tipo de gastronomía es de su mayor preferencia para consumir en un establecimiento de alojamiento?

- a. Comida vegana/vegetariana
- b. Comida típica
- c. Gastronomía internacional
- d. Otro

16. ¿Cuánto considera como precio adecuado para pagar por el tipo de comida seleccionado en la anterior pregunta?

- g) Menos de \$5
- h) De \$5 a \$10
- i) De \$11 a \$15
- j) Más de \$15

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO
ENTREVISTA

Competencia

1. ¿Qué tipo de turistas son los que llegan frecuentemente al lugar?
2. ¿Qué tipo de servicios ofrece?
3. ¿Cuál es el precio del servicio?
4. ¿De dónde provienen mayormente sus huéspedes quienes consumen los servicios del establecimiento?
5. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?
6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas en el establecimiento?
7. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?
8. ¿Qué establecimientos considera que son su principal competencia?

Anexo G Desayuno de la casa, Hacienda Turística Monte Verde

Nombre del plato:		Desayuno de la casa		Código	Des-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Desayuno
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	Litros	1,5		
66,7%	Leche	Litros	1	0,500	0,50
66,7%	Café	Unidad	1	0,350	0,35
333,3%	Hierba aromática	Unidad	5	0,050	0,25
14666,7%	Azúcar	gramos	220	0,001	0,23
20000,0%	Queso	gramos	300	0,003	0,80
666,7%	Huevos	Unidad	10	0,120	1,20
666,7%	Pan integral	Unidad	10	0,140	1,400
20000,0%	Mermelada	ml	300	0,008	2,50
400,0%	chilguacán	Unidad	6	0,083	0,50
66,7%	Papaya	Unidad	1	0,5000	0,50
400,0%	Banano	Unidad	6	0,083	0,50
66,7%	Sandía	Unidad	1	0,7500	0,75
66,7%	Piña	Unidad	1	0,7500	0,75
100,0%	Fresa	libra	1,5	1,0000	1,50
Costo total alimentos					11,73
Costo por pax					1,17
% Respaldo					0,59
Costo por porción					1,23
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,73
Iva				0,45	
PVP teórico					4,18
Factor multiplicador				3,03	3,73
Margen bruto de ganacia				2,50	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo H Caldo de gallina criolla de la Hacienda Monte Verde

Nombre del plato:		Caldo de gallina criolla		Código	Cal-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Sopas y locros
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	tazas	10		
40,0%	Gallina criolla	libras	4	1,500	6,00
15,0%	Cebolla paitena picada	taza	1,5	0,083	0,13
5,0%	Apio en cubos	taza	0,5	0,250	0,13
30,0%	Zanahoria blanca y papas en cubo	taza	3	0,133	0,40
15,0%	Ajo picado fino	cucharada	1,5	0,100	0,15
5,0%	Comino	cucharada	0,5	0,033	0,02
5,0%	Pimienta	cucharada	0,5	0,033	0,02
10,0%	Sal	cucharada	1	0,009	0,01
10,0%	Aceite de achiote	cucharada	1	0,020	0,02
30,0%	Tomates picados	unidad	3	0,1000	0,30
5,0%	Pimiento verde picado	taza	0,5	0,300	0,15
10,0%	Zanahoria amarilla picada	taza	1	0,1500	0,15
5,0%	Arveja	taza	0,5	1,0000	0,50
50,0%	Cilantro	cucharada	5	0,0050	0,03
10,0%	Arroz	taza	1	0,2000	0,20
Costo total alimentos					8,19
Costo por pax					0,82
% Respaldo					0,41
Costo por porción					0,86
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					2,60
Iva				0,31	
PVP teórico					2,92
Factor multiplicador				3,03	2,60
Margen bruto de ganacia				1,75	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo I Locro de papas de la Hacienda Monte Verde

	Nombre del plato:	Locro de papas		Código	Loc-1
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Sopas y locros
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Aceite de achiote	cucharadas	3	0,020	0,06
200,0%	Cebolla perla picada	cucharadas	3	0,050	0,15
266,7%	Papas picadas en cubos	tazas	4	0,150	0,60
133,3%	Agua	litros	2		
33,3%	Leche entera	litro	0,5	0,500	0,25
66,7%	Queso fresco	unidad	1	2,200	2,20
133,3%	Zanahoria	unidad	2	0,050	0,10
33,3%	Cebolla larga	taza	0,5	0,160	0,080
266,7%	Cilantro	cucharadas	4	0,005	0,02
66,67%	Pimiento	unidad	1	0,050	0,05
200,00%	Aguacate	unidad	3	0,2500	0,75
66,67%	Tostado	libras	1	1,000	1,00
2000,00%	Aceite	ml	30	0,0020	0,06
					0,00
					0,00
					5,32
					0,53
					0,27
					0,56
				67	
					1,69
				0,20	
					1,90
				3,03	1,69
				1,13	
				33	

Anexo J Locro de zapallo con carne de cerdo de la Hacienda Monte Verde

	Nombre del plato:	Locro de zapallo con carne de cerdo		Código	Loc-2
	Fecha:			# de pax	10
				Clasificación	Soas y locros
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Carne de cerdo	kg	1	4,500	4,50
60000,0%	Zapallo	g	900	0,002	1,50
133,3%	Pimiento rojo	unidad	2	0,050	0,10
133,3%	Pimiento verde	unidad	2	0,050	0,10
33,3%	cebolla larga	taza	0,5	0,200	0,10
400,0%	Cilantro	cucharadas	6	0,005	0,03
200,0%	Ajo	cucharadas	3	0,017	0,05
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,009	0,017
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,020	0,02
6666,67%	Aceite	ml	100	0,005	0,50
666,67%	Choclo	Unidad	10	0,2500	2,50
200,00%	Aguacate	unidad	3	0,250	0,75
					0,00
					0,00
					0,00
					10,17
					1,02
					0,51
					1,07
				67	
					3,23
				0,39	
					3,62
				3,03	3,23
				2,17	
				33	

Anexo K Crema de choclo con pollo de la Hacienda Monte Verde

Nombre del plato:		Crema de choclo con pollo		Código	Cre-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Huevos	unidad	2	0,120	0,24
66,7%	Crema de leche	taza	1	0,250	0,25
933,3%	Agua	taza	14		
600,0%	Choclo	Unidad	9	0,222	2,00
166,7%	Papas	libras	2,5	0,150	0,38
133,3%	Cilantro	cucharadas	2	0,005	0,01
166,7%	Pollo	libras	2,5	1,100	2,75
200,0%	Sal y pimienta	cucharadas	3	0,016	0,05
66,7%	Leche	taza	1	0,125	0,13
Costo total alimentos					5,80
Costo por pax					0,58
% Respaldo					0,29
Costo por porción					0,61
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,84
Iva				0,22	
PVP teórico					2,07
Factor multiplicador				3,03	1,84
Margen bruto de ganacia				1,24	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo L Bistec a la plancha con puré de papas de la Hacienda

Nombre del plato:		Bistec a la plancha con puré de papas		Código	Bis-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Filete de res	libras	3	2,700	8,10
200,0%	Papas	libras	3	0,150	0,45
466,7%	Zanahoria	unidad	7	0,050	0,35
266,7%	Ajo	unidad	4	0,056	0,22
200,0%	Cebolla larga	unidad	3	0,080	0,24
266,7%	Cilantro	cucharadas	4	0,005	0,02
133,3%	Pimiento	unidad	2	0,050	0,10
333,3%	Aceite	cucharadas	5	0,028	0,14
133,3%	Mantequilla	cucharadas	2	0,417	0,83
133,3%	Miel	cucharadas	2	0,067	0,13
200,0%	Sal y pimienta	cucharadas	3	0,016	0,05
Costo total alimentos					10,63
Costo por pax					1,06
% Respaldo					0,53
Costo por porción					1,12
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,38
Iva				0,41	
PVP teórico					3,79
Factor multiplicador				3,03	3,38
Margen bruto de ganacia				2,27	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo M Carnes coloradas

Nombre del plato:		Carnes coloradas		Código	Car-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Carne de cerdo	libras	3	2,250	6,75
400,0%	Ajo	unidad	6	0,050	0,30
400,0%	Cebolla colorada	Unidad	6	0,050	0,30
266,7%	Achiote en polvo	cucharadas	4	0,100	0,40
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Orégano	cucharadas	1	0,008	0,01
33,3%	Limón	unidad	0,5	0,500	0,25
66,7%	Cerveza	taza	1	0,250	0,250
266,7%	Aceite	cucharadas	4	0,033	0,13
333,3%	Sal	cucharadas	5	0,016	0,08
200,0%	papas	libras	3	0,1500	0,45
200,0%	maíz	libras	3	0,600	1,80
200,0%	Aguacate	Unidad	3	0,2500	0,75
200,0%	Mote	libras	3	0,7500	2,25
66,7%	Lechuga	unidad	1	0,5000	0,50
266,7%	Tomate riñón	unidad	4	0,1667	0,67
Costo total alimentos					14,99
Costo por pax					1,50
% Respaldo					0,75
Costo por porción					1,57
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					4,77
Iva				0,57	
PVP teórico					5,34
Factor multiplicador				3,03	4,77
Margen bruto de ganacia				3,20	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo N Guiso de fideo con carne

Nombre del plato:		Guiso de fideo con carne		Código	Gui-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Paquetes de fideo	unidad	3	0,800	2,40
400,0%	Tomates	unidad	6	0,167	1,00
66,7%	Cebolla colorada	Unidad	1	0,050	0,05
200,0%	Carne de ternera	cucharadas	3	2,600	7,80
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Orégano	cucharadas	1	0,008	0,01
333,3%	Ajo	unidad	5	0,125	0,63
266,7%	Aceite	cucharadas	4	0,033	0,13
266,7%	Sal	cucharadas	3	0,016	0,05
200,0%	Pimiento	unidad	3	0,05	0,15
200,0%	Zanahoria	Unidad	3	0,0625	0,19
0,0%					
0,0%					
0,0%					
0,0%					
0,0%					
Costo total alimentos					12,50
Costo por pax					1,25
% Respaldo					0,63
Costo por porción					1,31
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,98
Iva				0,48	
PVP teórico					4,46
Factor multiplicador				3,03	3,98
Margen bruto de ganacia				2,67	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo Q Desayuno súper saludable

Nombre del plato:		Desayuno Super Saludable		Código	Des-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Desayuno
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	Litros	1,5		
66,7%	Leche	Litros	1	0,500	0,50
666,7%	Chocolate	cucharas	10	0,033	0,33
333,3%	Hierba aromática	Unidad	5	0,050	0,25
666,7%	Splenda	unidad	10	0,080	0,80
20000,0%	Queso	gramos	300	0,003	0,80
666,7%	Pan integral	Unidad	10	0,140	1,40
266,7%	Tomate de árbol	Unidad	4	0,083	0,33
66,7%	Mora	taza	1	0,500	0,50
66,7%	Chamburo	Unidad	1	0,200	0,20
133,3%	Sandía	taza	2	0,100	0,20
66,7%	Piña	Unidad	1	0,500	0,50
533,3%	Kiwi	unidad	8	0,125	1,00
53333,3%	Cereales	gramos	800	0,007	5,51
200,0%	Yogurt natural Tony	kg	3	3,133	9,40
Costo total alimentos					21,73
Costo por pax					2,17
% Respaldo					1,09
Costo por porción					2,28
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					6,91
Iva					0,83
PVP teórico					7,74
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					4,63
Food and Beverage cost %					33

Anexo R Crema de brócoli

Nombre del plato:		Crema de brócoli		Código	Cre-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Locros y sopas
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Brócoli	unidades	5	0,500	2,50
200,0%	Cebolla larga	unidad	3	0,080	0,24
266,7%	Zanahoria	Unidad	4	0,063	0,25
266,7%	Ajo	unidad	4	0,125	0,50
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Orégano	cucharadas	1	0,008	0,01
200,0%	Sal	cucharadas	3	0,016	0,05
200,0%	Pimiento	unidad	3	0,05	0,15
266,7%	Aceite	cucharadas	4	0,033	0,13
133,3%	Papas en cubos	libras	2	0,150	0,30
666,7%	Agua	tazas	10		
400,0%	Cilantro	cucharadas	6	0,005	0,03
200,0%	Aguacate	unidad	3	0,2500	0,75
Costo total alimentos					5,01
Costo por pax					0,50
% Respaldo					0,25
Costo por porción					0,53
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					1,59
Iva					0,19
PVP teórico					1,79
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					1,07
Food and Beverage cost %					33

Anexo S Crema de aguacate

	Nombre del plato:	Crema de aguacate		Código	Cre-2
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Cremas y locros
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Aguacates Hass	unidades	7	0,250	1,75
133,3%	Mantequilla	cucharas	2	0,250	0,50
266,7%	Zanahoria	Unidad	4	0,063	0,25
266,7%	Ajo	unidad	4	0,125	0,50
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Orégano	cucharadas	1	0,008	0,01
200,0%	Sal	cucharadas	3	0,016	0,05
200,0%	Pimiento	unidad	3	0,05	0,15
133,3%	Aceite	cucharadas	2	0,033	0,07
133,3%	Papas en cubos	libras	2	0,150	0,30
666,7%	Agua	tazas	10		
400,0%	Cilantro	cucharadas	6	0,005	0,03
200,0%	Cebolla	unidad	3	0,0800	0,24
133,3%	Leche baja en grasa	tazas	2	0,275	0,55
200,0%	Maíz	libras	3	0,600	1,80
		Costo total alimentos			6,29
		Costo por pax			0,63
		% Respaldo			0,31
		Costo por porción			0,66
		Beneficio bruto %			67
		PVP porción sin iva			2,00
		Iva			0,24
		PVP teórico			2,24
		Factor multiplicador			3,03
		Margen bruto de ganacia			1,34
		Food and Beverage cost %			33

Anexo T Locro de acelga

	Nombre del plato:	Locro de acelga		Código	Loc-2
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Sopas y locros
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Papas en cubos	libras	3	0,150	0,45
266,7%	Aceite	cucharadas	4	0,033	0,13
200,0%	Zanahoria	Unidad	3	0,063	0,19
200,0%	Ajo	unidad	3	0,125	0,38
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
33333,3%	Queso	gramos	500	0,009	4,40
200,0%	Sal	cucharadas	3	0,016	0,05
800,0%	Acelga	unidad	12	0,05	0,60
133,3%	Aceite	cucharadas	2	0,033	0,07
166,7%	Agua	litros	2,5		
133,3%	Cebolla paiteña	unidad	2	0,0833	0,17
400,0%	Cilantro	cucharadas	6	0,005	0,03
200,0%	Cebolla larga	unidad	3	0,0800	0,24
333,3%	Choclo	unidad	5	0,200	1,00
		Costo total alimentos			7,80
		Costo por pax			0,78
		% Respaldo			0,39
		Costo por porción			0,82
		Beneficio bruto %			67
		PVP porción sin iva			2,48
		Iva			0,30
		PVP teórico			2,78
		Factor multiplicador			3,03
		Margen bruto de ganacia			1,66
		Food and Beverage cost %			33

Anexo U Crema de choclo

Nombre del plato:		Crema de choclo		Código	Cre-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Choclo	Unidad	10	0,222	2,22
200,0%	Pimiento	unidad	3	0,100	0,30
933,3%	Agua	taza	14		
200,0%	Cebolla larga	Unidad	3	0,080	0,24
166,7%	Papas	libras	2,5	0,150	0,38
133,3%	Perejil	cucharadas	2	0,005	0,01
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Pimienta	cucharada	1	0,063	0,06
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,016	0,03
133,3%	Maíz	libras	2	0,600	1,20
133,3%	Zanahoria	unidad	2	0,050	0,10
200,0%	Aceite	cucharadas	3	0,033	0,10
Costo total alimentos					4,74
Costo por pax					0,47
% Respaldo					0,24
Costo por porción					0,50
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,51
Iva				0,18	
PVP teórico					1,69
Factor multiplicador				3,03	1,51
Margen bruto de ganacia				1,01	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo V Tortillas de champiñón con queso

Nombre del plato:		Tortillas de champiñón con queso		Código	Cre-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Champiñón	tazas	7	1,000	7,00
266,7%	Queso fresco	tazas	4	0,563	2,25
66,7%	Fécula de maíz	taza	1	0,933	0,93
200,0%	Huevo	Unidad	3	0,120	0,36
66,7%	Ajo en polvo	cucharada	1	0,050	0,05
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,016	0,03
333,3%	Aceite	cucharadas	5	0,033	0,17
133,3%	Cebolla paitaña	unidad	2	0,010	0,02
333,3%	Cilantro	cucharadas	5	0,005	0,03
333,3%	Ají	unidad	5	0,020	0,10
133,3%	Tomate	unidad	2	0,100	0,20
Costo total alimentos					11,14
Costo por pax					1,11
% Respaldo					0,56
Costo por porción					1,17
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					3,54
Iva				0,43	
PVP teórico					3,97
Factor multiplicador				3,03	3,54
Margen bruto de ganacia				2,37	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo W Tortillas de calabaza y quínoa

Nombre del plato:		Tortillas de quínoa y calabaza		Código	Tor-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Quínoa	taza	2	0,500	1,00
133,3%	Calabaza	taza	2	0,075	0,15
266,7%	Cilantro	cucharadas	4	0,005	0,02
200,0%	Cebolla larga	Unidad	3	0,080	0,24
133,3%	Papas	libras	2	0,150	0,30
66,7%	Choclo	taza	1	0,750	0,75
66,7%	Comino y ají	cucharadas	1	0,100	0,10
66,7%	Pimienta	cucharada	1	0,063	0,06
166,7%	Sal	cucharadas	2,5	0,016	0,04
66,7%	Ajo en polvo	cucharada	1	0,050	0,05
266,7%	Tomate verde	unidad	4	0,200	0,80
533,3%	Agua	tazas	8	0,200	1,60
200,0%	Aguacate	unidad	3	0,250	0,75
266,7%	Aceite	cucharadas	4	0,033	0,13
Costo total alimentos					6,00
Costo por pax					0,60
% Respaldo					0,30
Costo por porción					0,63
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,91
Iva				0,23	
PVP teórico					2,14
Factor multiplicador				3,03	1,91
Margen bruto de ganacia				1,28	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo X Ensalada de pasta con papas

Nombre del plato:		Ensalada de pasta con papas		Código	Ens-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Plato fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Pasta	libras	3	0,800	2,40
400,0%	Aguacate	unidad	6	0,250	1,50
333,3%	Choclo	unidad	5	0,200	1,00
200,0%	Tomate y limón	Unidad	3	0,150	0,45
200,0%	Cebolla paiteña	unidad	3	0,050	0,15
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,016	0,03
200,0%	Aceite	cucharadas	3	0,033	0,10
66,7%	Comino	cucharadas	1	0,100	0,10
200,0%	Cilantro	cucharadas	3	0,005	0,02
133,3%	Papas	libras	2	0,150	0,30
Costo total alimentos					6,05
Costo por pax					0,60
% Respaldo					0,30
Costo por porción					0,63
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,92
Iva				0,23	
PVP teórico					2,15
Factor multiplicador				3,03	1,92
Margen bruto de ganacia				1,29	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo Y Ensalada rusa

Nombre del plato:		Ensalada rusa		Código	Ens-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Entrdad
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Arveja	libras	3	0,800	2,40
266,7%	Zanahoria	unidad	4	0,250	1,00
166,7%	Papas	libras	2,5	0,150	0,38
133,3%	Cilantro	cucharadas	2	0,005	0,01
33,3%	Lechuga	unidad	0,5	0,400	0,20
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,016	0,03
66,7%	Ajo	unidad	1	0,067	0,07
266,7%	Choclo	unidad	4	0,250	1,00
333,3%	Tallos de apio	unidad	5	0,107	0,54
133,3%	Manzanas en cubos	Unidad	2	0,167	0,33
200,0%	Cebolla larga	unidad	3	0,080	0,24
133,3%	Limón	unidad	2	0,100	0,20
66,7%	Mayonesa	taza	1	0,500	0,50
Costo total alimentos					6,89
Costo por pax					0,69
% Respaldo					0,34
Costo por porción					0,72
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					2,19
Iva					0,26
PVP teórico					2,46
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					1,47
Food and Beverage cost %					33

Anexo Z Cevichocho

Nombre del plato:		Cevichocho		Código	Cev-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Entrada
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Chochos	libras	1,5	1,000	1,50
200,0%	Cebolla paitaña	unidad	3	0,050	0,15
200,0%	Tomate	Unidad	3	0,150	0,45
266,7%	Cilantro	cucharadas	4	0,005	0,02
600,0%	Limón y naranja	unidad	9	0,100	0,90
133,3%	Sal	cucharadas	2	0,016	0,03
66,7%	Salsa de tomate	taza	1	0,175	0,18
133,3%	Maíz	libras	2	0,600	1,20
133,3%	Verde	unidad	2	0,150	0,30
200,0%	Aceite	cucharadas	3	0,033	0,10
Costo total alimentos					4,83
Costo por pax					0,48
% Respaldo					0,24
Costo por porción					0,51
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					1,54
Iva					0,18
PVP teórico					1,72
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					1,03
Food and Beverage cost %					33

Anexo CC Colada morada

Nombre del plato:		Colada morada		Código	Co-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Harina de maíz morado	taza	1	0,500	0,50
133,3%	Pulpa de naranjilla	unidad	2	0,050	0,10
133,3%	Moras	tazas	2	0,300	0,60
133,3%	Mortiño	tazas	2	0,300	0,60
133,3%	Frutilla	tazas	2	0,333	0,67
66,7%	Piña	unidad	1	0,500	0,50
200,0%	Canela en funda	unidad	3	0,250	0,75
266,7%	Clavo de olor	unidad	4	0,038	0,15
33,3%	Pimienta dulce	cucharas	0,5	0,050	0,03
66,7%	Anís estrellado	Unidad	1	0,050	0,05
333,3%	Panela	unidad	5	0,200	1,00
66,7%	Hierbas aromáticas	rama	1	0,250	0,25
800,0%	Agua	taza	12		
Costo total alimentos					5,19
Costo por pax					0,52
% Respaldo					0,26
Costo por porción					0,55
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,65
Iva				0,20	
PVP teórico					1,85
Factor multiplicador				3,03	1,65
Margen bruto de ganacia				1,11	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo DD Café

Nombre del plato:		Café		Código	Caf-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	12		
866,7%	Café	cucharas	13	0,060	0,78
66,7%	Azúcar	libras	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					1,33
Costo por pax					0,13
% Respaldo					0,07
Costo por porción					0,14
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					0,42
Iva				0,05	
PVP teórico					0,47
Factor multiplicador				3,03	0,42
Margen bruto de ganacia				0,28	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo EE Agua de chocolate

Nombre del plato:		Chocolate		Código	Cho-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	12		
866,7%	Chocolate	cucharas	13	0,020	0,26
66,7%	Azúcar	libras	1	0,550	0,55
	Leche	litro	1	0,500	0,50
Costo total alimentos					1,31
Costo por pax					0,13
% Respaldo					0,07
Costo por porción					0,14
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,42
Iva					0,05
PVP teórico					0,47
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,28
Food and Beverage cost %					33

Anexo FF Té

Nombre del plato:		Té		Código	Té-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	12		
666,7%	Sobres de aromáticas	unidad	10	0,048	0,48
666,7%	Splenda - Stevia	unidad	10	0,094	0,94
Costo total alimentos					1,42
Costo por pax					0,14
% Respaldo					0,07
Costo por porción					0,15
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,45
Iva					0,05
PVP teórico					0,50
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,30
Food and Beverage cost %					33

Anexo GG Jugo de chilguacán/chamburo

Nombre del plato:		Jugo de Chilguacán/ Chamburo		Código	Jug-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
333,3%	Chilguacán/ Chamburo	unidad	5	0,200	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					1,55
Costo por pax					0,16
% Respaldo					0,08
Costo por porción					0,16
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,49
Iva					0,06
PVP teórico					0,55
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,33
Food and Beverage cost %					33

Anexo HH Jugo de naranja

Nombre del plato:		Jugo de naranja		Código	Jug-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
466,7%	Naranja	unidad	7	0,150	1,05
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					1,60
Costo por pax					0,16
% Respaldo					0,08
Costo por porción					0,17
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,51
Iva					0,06
PVP teórico					0,57
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,34
Food and Beverage cost %					33

Anexo II Jugo de mora

Nombre del plato:		Jugo de mora		Código	Jug-3
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
266,7%	Mora	taza	4	0,250	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					1,55
Costo por pax					0,16
% Respaldo					0,08
Costo por porción					0,16
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,49
Iva					0,06
PVP teórico					0,55
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,33
Food and Beverage cost %					33

Anexo JJ Jugo de tomate

Nombre del plato:		Jugo de tomate		Código	Jug-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
666,7%	Tomate	unidades	10	0,100	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					1,55
Costo por pax					0,16
% Respaldo					0,08
Costo por porción					0,16
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					0,49
Iva					0,06
PVP teórico					0,55
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,33
Food and Beverage cost %					33

Anexo KK Jugo de granadilla

	Nombre del plato:	Jugo de granadilla		Código	Jug-5
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
666,7%	Granadilla	unidades	10	0,100	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
					Costo total alimentos
					1,55
					Costo por pax
					0,16
					% Respaldo
					0,08
					Costo por porción
					0,16
					Beneficio bruto %
				67	
					PVP porción sin iva
					0,49
					Iva
				0,06	
					PVP teórico
					0,55
					Factor multiplicador
				3,03	0,49
					Margen bruto de ganacia
				0,33	
					Food and Beverage cost %
				33	

Anexo LL Limonada

	Nombre del plato:	Limonada		Código	Jug-6
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Agua	taza	8		
666,7%	Limón	unidades	10	0,100	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
					Costo total alimentos
					1,55
					Costo por pax
					0,16
					% Respaldo
					0,08
					Costo por porción
					0,16
					Beneficio bruto %
				67	
					PVP porción sin iva
					0,49
					Iva
				0,06	
					PVP teórico
					0,55
					Factor multiplicador
				3,03	0,49
					Margen bruto de ganacia
				0,33	
					Food and Beverage cost %
				33	

Anexo MM Batido de mora

	Nombre del plato:	Batido de mora		Código	Bat-1
	Fecha:	10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Leche	taza	8	0,250	2,00
266,7%	Mora	taza	4	0,250	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
					Costo total alimentos
					3,55
					Costo por pax
					0,36
					% Respaldo
					0,18
					Costo por porción
					0,37
					Beneficio bruto %
				67	
					PVP porción sin iva
					1,13
					Iva
				0,14	
					PVP teórico
					1,27
					Factor multiplicador
				3,03	1,13
					Margen bruto de ganacia
				0,76	
					Food and Beverage cost %
				33	

Anexo NN Batido de tomate

Nombre del plato:		Batido de tomate		Código	Bat-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Leche	taza	8	0,250	2,00
666,7%	Tomate	unidad	10	0,100	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					3,55
Costo por pax					0,36
% Respaldo					0,18
Costo por porción					0,37
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					1,13
Iva					0,14
PVP teórico					1,27
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,76
Food and Beverage cost %					33

Anexo OO Batido de guanábana

Nombre del plato:		Batido de Guanábana		Código	Bat-3
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Leche	taza	8	0,250	2,00
133,3%	Guanábana	unidad	2	0,500	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					3,55
Costo por pax					0,36
% Respaldo					0,18
Costo por porción					0,37
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					1,13
Iva					0,14
PVP teórico					1,27
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,76
Food and Beverage cost %					33

Anexo PP Batido de taxo

Nombre del plato:		Batido de taxo		Código	Bat-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Bebida
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Leche	taza	8	0,250	2,00
666,7%	Taxo	unidad	10	0,100	1,00
66,7%	Azúcar	libra	1	0,550	0,55
Costo total alimentos					3,55
Costo por pax					0,36
% Respaldo					0,18
Costo por porción					0,37
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					1,13
Iva					0,14
PVP teórico					1,27
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					0,76
Food and Beverage cost %					33

Anexo QQ Dulce de chilguacán/chamburo

Nombre del plato:		Dulce de chilguacán/ Chamburo		Código	Dul-1
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Chilguacán/ Chamburo	unidad	11	0,150	1,65
266,7%	Panela	unidad	4	0,200	0,80
66,7%	Canela en funda	unidad	1	0,250	0,25
	Agua	tazas	3		
Costo total alimentos					2,70
Costo por pax					0,27
% Respaldo					0,14
Costo por porción					0,28
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					0,86
Iva				0,10	
PVP teórico					0,96
Factor multiplicador				3,03	0,86
Margen bruto de ganacia				0,58	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo RR Morocho con leche

Nombre del plato:		Morocho con leche		Código	Mor-2
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Leche semidescremada	litros	2	0,800	1,60
133,3%	Morocho	tazas	2	0,200	0,40
200,0%	Canela en funda	unidad	3	0,250	0,75
66,7%	Pasas	tazas	1	0,500	0,50
33,3%	Azúcar	libras	0,5	0,550	0,28
400,0%	Agua	tazas	6		
Costo total alimentos					3,53
Costo por pax					0,35
% Respaldo					0,18
Costo por porción					0,37
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,12
Iva				0,13	
PVP teórico					1,26
Factor multiplicador				3,03	1,12
Margen bruto de ganacia				0,75	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo SS Kivevé de calabaza

Nombre del plato:		Kivevé de calabaza		Código	Kiv-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Calabaza o zapallo	kg	1	0,667	0,67
133,3%	Agua	tazas	2		
333,3%	Azúcar	cuchara	5	0,018	0,09
	Sal	cuchara	1	0,016	0,02
	Mantequilla	cuchara	3	0,417	1,25
	Harina de maíz	tazas	0,5	0,200	0,10
	Queso mozzarella rallado	gramos	150	0,010	1,44
Costo total alimentos					3,56
Costo por pax					0,36
% Respaldo					0,18
Costo por porción					0,37
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,13
Iva				0,14	
PVP teórico					1,27
Factor multiplicador				3,03	1,13
Margen bruto de ganacia				0,76	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo TT Dulce de higos

Nombre del plato:		Dulce de higos		Código	Hig-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Higos	unidad	20	0,100	2,00
333,3%	Panela	unidad	5	0,200	1,00
66,7%	Canela-clavo de olor en fuda	unidad	1	0,250	0,25
200,0%	Agua	tazas	3		0,00
200,0%	Queso	trozo	3	0,550	1,65
0,0%					
Costo total alimentos					4,90
Costo por pax					0,49
% Respaldo					0,25
Costo por porción					0,51
Beneficio bruto %				67	
PVP porción sin iva					1,56
Iva				0,19	
PVP teórico					1,75
Factor multiplicador				3,03	1,56
Margen bruto de ganacia				1,04	
Food and Beverage cost %				33	

Anexo UU Vasitos de mango con yogurt y chía

Nombre del plato:		Vasitos de mango con yogurt y chía		Código	Vas-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	10
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Mango mediano	unidad	5	0,250	1,25
66,7%	Lima	unidad	1	0,150	0,15
20000,0%	Yogur natural	gramos	300	0,008	2,50
	Esencia de vainilla	cuchara	1	0,125	0,13
	Semillas de chía	cuchara	10	0,030	0,30
	Miel	gramos	150	0,014	2,14
Costo total alimentos					6,47
Costo por pax					0,65
% Respaldo					0,32
Costo por porción					0,68
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					2,06
Iva					0,25
PVP teórico					2,30
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					1,38
Food and Beverage cost %					33

Anexo VV Mousse de fresa con chocolate blanco

Nombre del plato:		Mousse de fresa con chocolate blanco		Código	Hig-4
Fecha:		10/05/2021		# de pax	20
				Clasificación	Postre
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Fresas	libras	1,5	1,000	1,50
80000,0%	Crema de leche	mililitros	1200	0,003	3,90
466,7%	Gelatina sin sabor	hojas	7	0,250	1,75
33,3%	Leche entera	tazas	0,5	0,300	0,15
8333,3%	Azúcar	gramos	125	0,001	0,15
66,7%	Zumo de limón	unidad	1	0,100	0,10
66,7%	Hojas de menta	unidad	1	0,150	0,15
33333,3%	Chocolate blanco	gramos	500	0,025	12,50
Costo total alimentos					20,20
Costo por pax					1,01
% Respaldo					1,01
Costo por porción					1,06
Beneficio bruto %					67
PVP porción sin iva					3,21
Iva					0,39
PVP teórico					3,60
Factor multiplicador					3,03
Margen bruto de ganacia					2,15
Food and Beverage cost %					33

Anexo YY Tabla de amortización BAN ECUADOR



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.21
Facilidad	Pequeña y Mediana	Monto(USD)	175,544.12
Tipo Amortización	Empresa	Plazo(Años)	10
Forma de Pago	Cuota Fija Mensual	Fecha Simulación	2021-08-12

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	175544.12			
1	174675.32	868.80	1427.76	2296.56
2	173799.45	875.87	1420.69	2296.56
3	172916.46	882.99	1413.57	2296.56
4	172026.28	890.17	1406.39	2296.56
5	171128.87	897.41	1399.15	2296.56
6	170224.15	904.71	1391.85	2296.56
7	169312.08	912.07	1384.49	2296.56
8	168392.59	919.49	1377.07	2296.56
9	167465.62	926.97	1369.59	2296.56
10	166531.12	934.51	1362.05	2296.56
11	165589.01	942.11	1354.45	2296.56
12	164639.24	949.77	1346.79	2296.56
13	163681.74	957.50	1339.07	2296.56
14	162716.46	965.28	1331.28	2296.56
15	161743.32	973.13	1323.43	2296.56
16	160762.28	981.05	1315.51	2296.56
17	159773.25	989.03	1307.53	2296.56
18	158776.17	997.07	1299.49	2296.56
19	157770.99	1005.18	1291.38	2296.56
20	156757.64	1013.36	1283.20	2296.56
21	155736.04	1021.60	1274.96	2296.56
22	154706.13	1029.91	1266.65	2296.56
23	153667.84	1038.28	1258.28	2296.56
24	152621.11	1046.73	1249.83	2296.56