



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

**“CASA DE HUÉSPEDES PARA POTENCIAR EL CONJUNTO DE SISTEMAS
AGRÍCOLAS SOSTENIBLES EN EL RECINTO LAS GOLONDRINAS DEL
CANTÓN COTACACHI, IMBABURA- ECUADOR”.**

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

AUTORA:

Evelyn Mabel Luzuriaga Córdova

DIRECTOR:

Galo Oswaldo Echeverria Cachipueno MSc.

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Certifico que el Trabajo de Grado **“CASA DE HUÉSPEDES PARA POTENCIAR EL CONJUNTO DE SISTEMAS AGRÍCOLAS SOSTENIBLES EN EL RECINTO LAS GOLONDRINAS DEL CANTÓN COTACACHI, IMBABURA-ECUADOR”** ha sido realizado en su totalidad por la señorita: Luzuriaga Córdova Evelyn Mabel, portadora de la cédula de identidad número 1726927484, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo

Una vez concluida la fase investigativa, doy fe que este documento reúne los requisitos y virtudes suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal evaluador.

Atentamente,



.....
Firmado electrónicamente por:
GALO OSWALDO
ECHEVERRIA
CACHIPUENDO
.....

Msc. Galo Oswaldo Echeverria Cachipiendo

C.I 1713642666

**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:	1726927484		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Luzuriaga Córdova Evelyn Mabel		
DIRECCIÓN:	Ibarra/ Barrio Las Odilas		
EMAIL:	emluzuriagac@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0992155708

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Casa de Huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el Recinto Las Golondrinas del Cantón Cotacachi, Imbabura-Ecuador.
AUTOR (ES):	Luzuriaga Córdova Evelyn Mabel
FECHA:	14/04/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Galo Oswaldo Echeverria Cachipundo

2. CONSTANCIAS

La autora 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 la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27. días del mes de septiembre de 2023

LA AUTORA:



Luzuriaga Córdova Evelyn Mabel

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado a las futuras generaciones en el ámbito turístico como modelo de implementación de casas de huéspedes en el sector rural, con estrategias de conservación del conjunto de sistemas agrícolas que garanticen sostenibilidad en el tiempo, también a los docentes de la prestigiosa carrera de turismo de la Universidad Técnica del Norte, que a lo largo del periodo estudiantil han forjado con sus enseñanzas y conocimientos, destrezas claves que nos ayudaran a cumplir nuestro rol como profesionales, dando pautas para poder desarrollar una vida laboral eficiente.

Evelyn Mabel Luzuriaga Córdova

AGRADECIMIENTO

A Dios por la sabiduría paciencia y dedicación dada para culminar esta etapa universitaria.

A mis padres por siempre motivarme a perseguir mis sueños, luchar por los ideales que considero correctos, y alentarme en momentos en que la presión Universitaria, me ha hecho desistir, aconsejando a seguir con pie firme en el objetivo.

A mis estimados docentes que a lo largo de este proceso universitario han traspasado sus valores y enseñanzas para conquistar el sector profesional. Teniendo responsabilidad con nosotros mismo, nuestra madre tierra y las próximas generaciones del ámbito turístico.

A la Universidad Técnica del Norte por haberme dado la oportunidad de obtener los conocimientos académicos acertados para el desarrollo profesional.

A mis amigas Estefany Freire. Joselyn Vásquez y Josheline EcheGARAY por ser mi apoyo incondicional en el ámbito universitario.

Evelyn Mabel Luzuriaga Córdova

INDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	I
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	II
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
INDICE DE CONTENIDOS	VI
INDICE DE TABLAS	X
INDICE DE FIGURAS	XI
RESUMEN	XIV
CAPITULO I: IDEA DE NEGOCIO	17
1. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIOS.....	17
1.1. <i>El problema</i>	17
1.3. OBJETIVOS	20
1.3.1 <i>Objetivo general</i>	20
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	20
1.4. <i>Producto o servicio para ofrecer</i>	21
1.4.1. <i>Análisis PESTEL</i>	22
1.4.2. <i>Político legal</i>	22
1.4.3 <i>Económico</i>	22
1.4.4 <i>Sociocultural</i>	22
1.4.5 <i>Tecnológico</i>	23
1.4.6 <i>Ambiente</i>	24
1.5. <i>Las 5 Fuerzas Porter</i>	25
1.5.1 <i>Poder de negociación de los consumidores</i>	25
1.5.2 <i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	25
1.5.3 <i>Poder de negociación de los proveedores</i>	26
1.5.4 <i>Poder de negociación de los compradores</i>	26
1.5.5 <i>Amenazas de Productos o Servicios Sustitutos a los eventos</i>	26
1.6. <i>Matriz AOOR</i>	27

1.6.1 Aliados	27
1.6.2 Oponentes.....	28
1.6.3 Oportunidades	28
1.6.4 Riesgos.....	28
CAPITULO II: MODELO DE NEGOCIO	29
2.1 Lienzo de CANVAS	29
2.2 Definición del modelo.....	31
2.2.1 Modelo de negocio E-Commerce.....	31
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	32
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1.1 Investigación descriptiva	32
3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	32
3.2.1 Encuestas	33
3.3. Diseño del plan muestral.....	33
3.4. Segmentación de mercados.....	35
3.5 Análisis del producto.	53
3.6 Análisis del comportamiento del consumidor	53
3.7 Diseño del producto o servicio.....	55
3.8 Producto estrella.....	56
3.9 Análisis de la demanda	57
3.10 Análisis de la oferta.....	58
3.11. DEMANDA INSATISFECHA O NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO	60
3.12. PROPUESTA MERCADOLÓGICA	61
3.12.1 Identidad corporativa.....	61
3.12.2 MARCA	61
3.12.3 SLOGAN.....	61
3.12.4 Aplicación de la identidad en papelería corporativa.....	62
3.12.5 UNIFORME REPRESENTATIVO	64
3.12.6 PRODUCTOS PERSONALIZADOS	67
3.12.7 MATERIALES PUBLICITARIOS.....	70
CAPITULO IV: ESTUDIO DE TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL	74
4.1 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA EMPRESA	74
4.2 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	75

4.3 NÚMERO DE CLIENTES PROYECTADOS.....	75
4.4 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	76
4.4.1. <i>Macro localización.</i>	76
4.4.2 <i>Micro localización</i>	78
4.5 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS.....	79
4.5.1 <i>Caracterización y diseño del producto/servicio</i>	79
4.5.1.1 <i>Producto 1 Alojamiento.</i>	79
4.5.1.2 <i>Producto 2 Restaurante.</i>	79
4.5.1.3 <i>Producto 3 Ruta Agroturística</i>	79
4.5.1.4 <i>Producto 4 Paseo en bote.</i>	80
4.5.1.5 <i>Producto 5 Tubbig.</i>	80
4.5.1.6 <i>Producto 6 Degustación de producto artesanal</i>	80
4.6 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO EVOLUTIVO O PRESTACIÓN DE SERVICIOS.	82
4.6.1 <i>Ingeniería del proyecto</i>	82
4.6.2 <i>Distribución de la planta</i>	82
4.6.2.1. <i>ÁREA DE RECEPCIÓN</i>	82
4.6.2.2. <i>ÁREA DE SERVICIOS HIGIÉNICOS</i>	82
4.6.2.3. <i>ÁREA DE PARQUEADERO</i>	82
4.6.2.4. <i>ÁREA DE PARQUEADERO</i>	82
4.6.2.5. <i>ÁREA DE RESTAURANTE DE PARQUEADERO.</i>	83
4.6.2.6. <i>ÁREA DE ESTAR.</i>	83
4.7. PLANOS.....	84
4.8. <i>Infraestructura</i>	85
4.8.1 <i>Maquinaria y Equipo</i>	85
4.8.2 <i>Insumos.</i>	90
4.8.3 <i>Capital de trabajo</i>	91
4.8.4 <i>Inversiones y capital de trabajo</i>	91
4.9 <i>Estructura organizativa y administrativa</i>	92
4.10 <i>Marca e imagen corporativa</i>	94
4.11 <i>Organigramas</i>	95
4.12.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA (EMPRESAS SAS) Y PROPIEDAD INTELECTUAL.....	98
4.12.3 <i>Requisitos para el registro</i>	98
4.12.4 <i>Pasos para la constitución de nuevas empresas</i>	99
4.13. PROPUESTA COMERCIAL	101
4.13.1 <i>Plan de comercialización y marketing</i>	101

4.13.2 <i>Nombre Comercial</i>	101
4.13.3 <i>Canales de Distribución</i>	103
CAPITULO V: ESTUDIO AMBIENTAL.....	109
5.1 SERVICIOS OFERTADOS.....	109
5.2 IDENTIFICAR ACCIONES Y FACTORES	110
5.3 MATRIZ CONESA SIMPLIFICADA.....	111
5.4 <i>Criterio de evaluación</i>	111
5.5 <i>Algoritmo Usado</i>	112
5.6 PLAN DE MANEJO.....	124
CAPITULO VI: ESTUDIO ECONOMICO.....	125
6.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	125
6.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN	126
6.3 COSTO DE CAPITAL	126
6.4 <i>Evaluación del proyecto</i>	130
6.5 <i>Punto de equilibrio</i>	131
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	133
7.1. CONCLUSIONES	133
7.2 RECOMENDACIONES.....	136
VIII BIBLIOGRAFÍA	137
VIII ANEXOS	141
ANEXO 1: REPORTE DE SIMILITUD DE TEXTO.....	141
ANEXO 2: ÁRBOL DE PROBLEMAS.	142
ANEXO 3: REVISIÓN DE PREGUNTAS PARA LAS ENCUESTAS	143
ANEXO 4: ENCUESTAS PARA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.	146

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Técnica lluvia de ideas para elección del tema de emprendimiento	19
Tabla 2 Matriz AOOD casa de huéspedes en Las Golondrinas	27
Tabla 3 Lienzo Canvas	29
Tabla 4 Población de las provincias de Santo Domingo, Esmeraldas y Pichincha	34
Tabla 5 Segmentación de mercado.....	35
Tabla 6 Demanda potencial de las provincias de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas.	57
Tabla 7 Competencia	58
Tabla 8 Demanda Insatisfecha.....	60
Tabla 9 Demanda objetiva	60
Tabla 10 <i>Servicios Casa de huéspedes</i>	81
Tabla 11 Precios de servicios ofertados por la Casa de huéspedes	81
Tabla 12 Infraestructura	85
Tabla 13 Descripción de maquinaria y equipo.....	85
Tabla 14 Descripción de insumos	90
Tabla 15 Descripción capital de trabajo.....	91
Tabla 16 Detalle de inversiones y capital de trabajo	91
Tabla 17 Medios de difusión	104
Tabla 18 Acciones.....	110
Tabla 19 Factores ambientales	110
Tabla 20 Impactos generados por las actividades de emprendimiento.....	110
Tabla 21 parámetros de cálculo de la importancia ambiental	113
Tabla 22 Escala Cromática	114
Tabla 23 Resumen Matriz de importancia de Impactos Ambientales.....	121
Tabla 24 Matriz de Interpretación.....	122

Tabla 25 Clasificación de impactos según su daño	122
Tabla 26 Jerarquización de los Impactos Negativos.....	122
Tabla 27 Matriz de planificación y gestión	124
Tabla 28 Tabla de amortización.....	126
Tabla 29 Evaluación del proyecto	130

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Lluvia de ideas para nuevo emprendimiento.....	18
Figura 2 Rango de edad de los encuestados	37
Figura 3 Edad y Tipo de alojamiento	38
Figura 4 Género	39
Figura 5 Género y tipo de alojamiento.....	40
Figura 6 Estado civil	41
Figura 7 Estado civil y tipo de alojamiento	42
Figura 8 Ocupación o profesión.....	43
Figura 9 Ocupación y tipo de alojamiento	44
Figura 10 Nivel de ingresos personales.....	45
Figura 11 Nivel de ingresos personales y tipo de alojamiento.....	46
Figura 12 Costo por personas y por noche del establecimiento de alojamiento.....	47
Figura 13 Costo por persona y por noche del establecimiento y tipo de alojamiento ...	48
Figura 14 Implementación de una ruta agroturística dentro del establecimiento de alojamiento.....	49
Figura 15 Implementación de la ruta agroturística y su precio	50
Figura 16 Alternativas de turismo en las zonas rurales.....	51
Figura 17 Alternativas de turismo en las zonas rurales y tipo de alojamiento	52
Figura 18 Logotipo de la casa de huéspedes	61
Figura 19 Tarjeta de presentación frontal.....	63
Figura 20 Tarjeta de presentación parte trasera.	63
Figura 21 Tarjeta de presentación simple.	64
Figura 22 Diseño de Camiseta.	64
Figura 23 Diseño sudadera hombre.	65

Figura 24 Diseño gorra	65
Figura 25 Diseño delantal de cocina.....	66
Figura 26 Diseño de gorro de cocina.....	66
Figura 27 Diseño de mascarilla	67
Figura 28 Productos personalizados	67
Figura 29 Diseño de Factura	68
Figura 30 Modelo de reserva.....	69
Figura 31 Banner.....	70
Figura 32 Post redes sociales	71
Figura 33 Diseño de tríptico publicitario.....	72
Figura 34 Página web.....	72
Figura 35 Anuncios.....	73
Figura 36 Tríptico	73
Figura 37 Mapa de la república del Ecuador	76
Figura 38 Mapa de la provincia de Imbabura.....	77
Figura 39 Mapa del cantón Cotacachi	77
Figura 40 Mapa del recinto Las Golondrinas	77
Figura 41 Mapa de localización de las Golondrinas.....	78
Figura 42 Plano planta principal	84
Figura 43 Plano segunda planta de casa de huéspedes	84
Figura 44 Logotipo Agro-Golondrinas	94
Figura 45 Organigrama estructural	95
Figura 46 Diagrama Funcional	95
Figura 47 Flujograma de actividades.....	96
Figura 48 Logo	103
Figura 49 Facebook	105
Figura 50 Página web.....	106
Figura 51 Tríptico frontal.....	106
Figura 52 Tríptico posterior.....	107
Figura 53 Post Facebook	107
Figura 54 Matriz de identificación de impacto	115

Figura 56 Matriz de importancia elaboración de ruta turística	116
Figura 57 Matriz de importancia visita a las comunidades	117
Figura 58 Matriz de importancia observación de aves	118
Figura 59 Matriz de importancia guianza por senderos	119
Figura 60 Matriz de importancia trekkikg en los senderos	120
Figura 61 Grafico de resumen de impactos	123
Figura 62 Balance de situación Inicial	125
Figura 63 Costo de capital.....	126
Figura 64 Detalle de flujo del año 1	127
Figura 65 Proyección de flujo a 1 a 5 años.....	129
Figura 66 Punto de equilibrio multiproducto.....	131

RESUMEN

En este estudio investigativo se ofrece el diseño de la propuesta de adecuación de una Casa de huéspedes enfocada en la conservación del conjunto de sistemas agrícolas en el Recinto Las Golondrinas, donde a través del análisis de flujo de visitantes, se logró identificar como problemática, la falta de servicios de alojamiento y alimentación acordes a las necesidades del turista, para ello se estableció objetivos claves que permitieron conocer el modelo de negocio que se debe seguir, mediante la segmentación de mercados, que facilitaron el análisis del comportamiento del consumidor, siendo eje fundamental para el diseño de nuevos productos y servicios, otorgando un direccionamiento eficaz en cuanto a preferencias, precios y demandas. También las directrices que debe seguir el emprendimiento en cuanto operación organizacional y funcional, como nueva empresa desde la elección de marca corporativa hasta establecer metas que le permitan ser rentable a través de un plan de marketing y de esa manera obtener difusión de sus productos, de la misma forma se elaboró un plan ambiental que disminuya la mitigación de impactos con la adaptación del método de Conesa, que ayudó a la identificación de los impactos positivos como negativos que puede ocasionar la ejecución de la propuesta. Finalmente se llevó a cabo el análisis económico para determinar la viabilidad de la propuesta y los resultados indicaron que el negocio alcanzará su punto de equilibrio a partir del tercer año de funcionamiento y logrará la rentabilidad a partir del quinto año de operación. Como respuesta a este estudio de investigación, la propuesta si es factible.

Palabras clave: Hospedaje, Casa de huéspedes, Agroturismo, Sistema agrícola.

ABSTRACT

This research study offers the design of a proposal for the adaptation of a guest house focused on the conservation of the agricultural systems in Las Golondrinas, where through the analysis of the flow of visitors, the lack of lodging and food services according to the needs of the tourist was identified as a problem, For this purpose, key objectives were established that allowed to know the business model to be followed, through market segmentation, which facilitated the analysis of consumer behavior, being a fundamental axis for the design of new products and services, providing an effective direction in terms of preferences, prices and demands. Also the guidelines to be followed by the enterprise in terms of organizational and functional operation, as a new company from the choice of corporate brand to establish goals that allow it to be profitable through a marketing plan and thus obtain dissemination of their products, in the same way an environmental plan was developed to reduce the mitigation of impacts with the adaptation of Conesa's method, which helped to identify the positive and negative impacts that may cause the implementation of the proposal. Finally, an economic analysis was carried out to determine the viability of the proposal and the results indicated that the business will reach its break-even point after the third year of operation.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Keywords: Lodging, Guesthouse, Agroturism, Agricultural System.

CAPITULO I: Idea de Negocio

1. Justificación de la idea de negocios

1.1. El problema

La carencia de servicios turísticos de alojamiento que presenta el Recinto “Las Golondrinas¹”, atenta con el interés del turista por visitar los diferentes atractivos naturales y culturales, por lo que escogen otro sitio para sus vacaciones. Como efecto, se disminuye la afluencia en este sector y provoca que el ingreso económico del sector se vea afectado. Asimismo, no existe infraestructura turística legalizada en el área de alimentación y alojamiento, como consecuencia se tiene servicios no aptos para recibir turistas, ya que no siguen ningún direccionamiento, lo que da como resultado una mala gestión, organización y operación en los establecimientos.

De la misma forma, la escasa cultura y el desconocimiento acerca de la importancia que tiene el agroturismo en el impulso socioeconómico del sector, provoca que se desaprovechen los recursos naturales como cultivos, sembríos y el conocimiento de los agricultores en el conjunto de sistemas agrícolas del sector.

Revisadas las causas y efectos por lo que no se promueve el turismo en la zona, se tiene como consecuencia del problema central a los escasos servicios de alojamiento ofertados en el Recinto Las Golondrinas, lo que hace que los turistas al no tener propuestas, muestren desinterés para visitar Las Golondrinas.

Por ello se debe enfatizar en el diseño de nuevos emprendimientos que engloben servicios de hospedaje y alimentación dentro de la localidad para impulsar al crecimiento económico mediante el turismo y se conserve los saberes tradicionales agrícolas que tiene la zona. En caso de que no se dé la importancia a revalorizar los servicios de alojamiento y alimentación de la zona, se perdería

¹ Las Golondrinas es un Recinto con una población aproximada de 7.598 habitantes, limitada entre la ciudad de Quinindé y Puerto Quito, conectada directamente con las provincias de Esmeraldas y Pichincha, pese a que pertenece a un cantón de la zona interandina, como lo es Cotacachi.

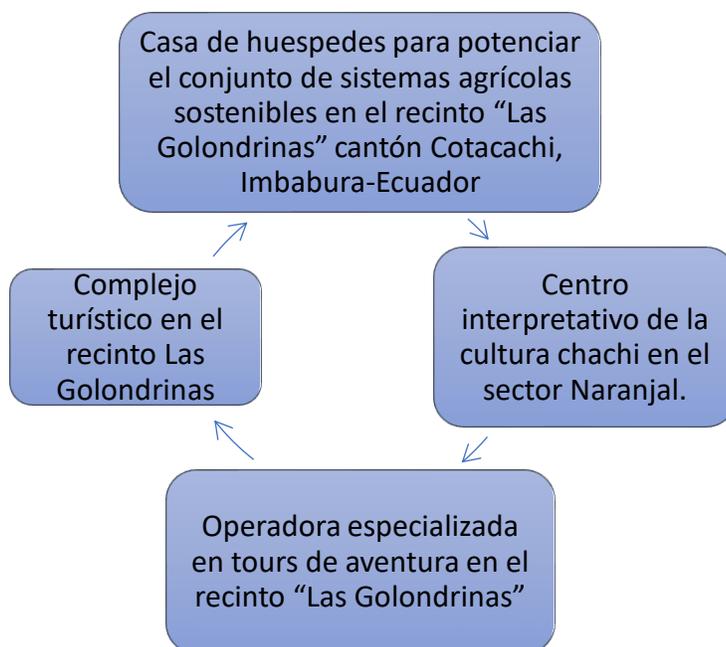
grandes oportunidades de dinamizar la economía, debido a la inconformidad y la insatisfacción de los productos que se ofrecen.

1.2 Desarrollo de la idea

La técnica utilizada para la selección de la idea de emprendimiento es la lluvia de ideas, que permitió generar nuevas propuestas a partir de la situación existente. En ese sentido, la lluvia de ideas es una técnica metodológica para la generación de ideas empleando aspectos como creatividad e innovación, teniendo como resultado la generación de varias ideas que están inmersa en la búsqueda de soluciones o mitigar problemáticas de un fenómeno o tema de investigación (Aiteco, 2019). De esa manera aplicar en la búsqueda de ideas idóneas que se complementen con el diseño de nuevos emprendimientos.

A continuación, se presenta las ideas producidas al intentar construir un nuevo emprendimiento turístico.

Figura 1 Lluvia de ideas para nuevo emprendimiento



Nota: Las ideas de emprendimiento presentadas, son el resultado del problema Central que tiene el Recinto las Golondrinas, en lo que refiere a servicios turísticos que permitan el desarrollo económico del sector.

Tabla 1 Técnica lluvia de ideas para elección del tema de emprendimiento

IDEA	CRITERIO ECONÓMICO	CONOCIMIENTO DE NEGOCIO	PROXIMIDAD AL MERCADO	TOTAL
Casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles del recinto las Golondrinas del cantón Cotacachi, Imbabura – Ecuador	4	4	4	12
Operadora especializada en tours de aventura en el Recinto las Golondrinas	4	3	3	10
Complejo turístico en el recinto Las Golondrinas	3	3	3	9
Centro interpretativo de la cultura Chachi en el sector Naranjal	3	3	3	9

Nota: se muestran las ideas generadas con la implementación de la técnica de lluvia de ideas para la elección del tema de emprendimiento

La tabla antes expuesta considera los siguientes rangos de valoración que 1 corresponde a difícil, 2 a medianamente difícil, 3 a indiferente, 4 a medianamente fácil y 5 a fácil, en cada uno de los ítems que la componen la tabla se realizó la respectiva valoración, pues generó que la idea de Casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles del recinto las Golondrinas del cantón Cotacachi, Imbabura – Ecuador sea la opción con mayor valoración.

A través, de la utilización de las técnicas de creatividad como lo es lluvia de ideas, se logró seleccionar el tema del emprendimiento en donde se muestra como resultado a la Casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el recinto Las Golondrinas cantón Cotacachi, Imbabura- Ecuador como una idea innovadora, jerarquizada en la tabla como accesible y sustentable para dinamizar el desarrollo económico en el Recinto Las Golondrinas.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Proponer el diseño de una casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el Recinto Las Golondrinas Del Cantón Cotacachi, Imbabura- Ecuador

1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer el modelo de negocio que sintetice la propuesta de valor de la Casa de huéspedes para la dinamización del turismo rural en el Recinto Las Golondrinas.
- Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado para el análisis del comportamiento del consumidor del nuevo emprendimiento turístico en el Recinto Las Golondrinas.
- Realizar un estudio técnico para la determinación del diseño de un nuevo emprendimiento en el Recinto Las Golondrinas.
- Esquematizar un estudio administrativo que permita la planeación estratégica de los aspectos organizacionales los procedimientos administrativos, legales, laborales, fiscales y ecológicos del emprendimiento Casa de huéspedes para su debido funcionamiento.
- Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental donde se analice los daños y consecuencias que conllevan el diseño de una casa de huéspedes en el sector.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero que posibilite el análisis de la capacidad que tiene el emprendimiento para ser sostenible, viable y rentable.

1.4. Producto o servicio para ofrecer.

El presente proyecto está sustentado en el diseño estratégico de un nuevo emprendimiento ya que actualmente en la oferta turística del Recinto “Las Golondrinas”, no cuenta con establecimientos adecuados para recibir turistas, lo que hace de esta propuesta una idea innovadora, en donde se procura la participación de la población y el cuidado de los recursos naturales que ofrece el sector.

La idea de emprendimiento corresponde a la adecuación de una casa familiar para huéspedes², que se adapte a las necesidades de los clientes, con servicios incluidos de alojamiento y alimentación, que fomente la conservación de los saberes tradicionales de agricultura y ecoturismo, para ello se requiere el acondicionamiento de espacios sustentables como huertos, galpones, viveros de cacao y maracuyá, para el diseño de rutas agroturísticas que fortalezcan el turismo sostenible en la zona.

Para fortalecer la idea de emprendimiento con respecto a ocio y descanso dentro del establecimiento, se prevé realizar actividades complementarias como recorridos autoguiados, pesca, senderismo, visita a los principales cultivos y espacios ecológicos como huertos, viveros para cosechar alimentos nativos en conjunto con los turistas. Por este motivo, el Recinto Las Golondrinas ubicado en el cantón Cotacachi, es ideal para la fomentación de ideas innovadoras, ya que conserva ubicación estratégica entre las provincias de Esmeraldas y Pichincha, además cuenta con recursos naturales como ríos, cascadas y bosques que podrían llamar la atención del cliente.

² La casa de huéspedes ubicada en el Recinto Las Golondrinas aportará a la conservación de saberes tradicionales de agricultura y pesca, dinamizando el crecimiento económico y la mejora de calidad de vida de la población

1.4.1. Análisis PESTEL

El análisis Pestel permite indagar las variables del microentorno, que necesita un establecimiento para su funcionamiento, de forma que se tome las decisiones correctas para el desarrollo de este. A continuación, se precede a elaborar el análisis de los factores que intervienen en el emprendimiento.

1.4.2. Político legal

Para la fundamentación de la base legal para la creación de una casa de huéspedes se toma en cuenta: Constitución del Ecuador, art. 52,66,238. Ley de Turismo, art. 5,8, 19. Reglamento de Alojamiento Turístico, art. 7,8,11, 43; que son ítems de importancia fundamental para la elaboración, constitución y ejecución de las actividades de los lugares de alojamiento turístico.

1.4.3 Económico

Actualmente, el recinto las Golondrinas se dedica al cultivo y comercialización de productos agrícolas como cacao, plátano, maracuyá y palma africana. Pues, gran parte del sector desarrolla actividades socioeconómicas en lo que respecta a agricultura, pesca, ganadería; donde, la población procura dar énfasis al conjunto de sistemas agrícolas que mantiene el sector. En lo que respecta a turismo la zona recibe visitas frecuentes a balnearios naturales y atractivos del sector como la finca el paisaje y los acantilados de don *Ruddy*, generando una oportunidad de dinamizar el turismo rural en la zona. Actualmente, los atractivos del sector no cuentan con dirección legal en consecuencia no hay servicios acordes a la necesidad del visitante.

1.4.4 Sociocultural

En el ámbito socio cultural, el diseño de una casa de huéspedes, busca incentivar a la población a mantener y revalorizar la cultura para salvaguardar los conocimientos y las manifestaciones culturales que se encuentran en el recinto las Golondrinas tales como los conocimientos de cultivo y producción del cacao, los

trueques realizados en el sector por parte del pueblo chachi, siendo una oportunidad para la conservación y rescate de la actividad cultural. Para Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria (2017) el fortalecimiento de los espacios culturales en los territorios es fundamental pues los antecedentes culturales aportan a conocer la experticia y experiencias de las sociedad y población, y cómo aprovechar las relaciones internas para generar un desarrollo económico por la creación del desarrollo de actividades económicas. De ese modo, se logra contribuir a la formación de un pensamiento que valore la riqueza cultural con la que cuenta el sector.

El Recinto Las Golondrinas cuenta con accesible ubicación, recursos y atractivos naturales que con una buena gestión puede ser aprovechado eficazmente, además de contar con saberes agrícolas, gastronómicos de gran riqueza culinaria, que por desconocimiento y desinterés por parte de los pobladores, el sector no ha podido desarrollarse adecuadamente, lo que ha hecho que las familias que optan por dedicarse a la actividad turística lo realicen sin reglamentación, pasando a operar informalmente, ocasionando daños en el desarrollo económico debido a que dichos establecimientos no son capaces de brindar servicios de calidad a los turistas. En ese sentido, se termina que debido al manejo erróneo de los recursos y atractivos que la zona ofrece y a su vez se pierda el interés por parte de los turistas a visitar el Recinto.

1.4.5 Tecnológico

El Recinto Las Golondrinas cuenta con infraestructura tecnológica, antenas de internet y telefonía móvil lo que permite ser más accesible a la hora de que los turistas necesiten estar conectados. Al implementar la casa de huéspedes con una oportuna gestión se puede obtener grandes beneficios para la población, convirtiéndose en una oportunidad para dar énfasis a la publicidad y marketing en sitios web y redes sociales del territorio, con el fin de dinamizar y extender el alcance de conocimiento a la sociedad, lo que permitirá manejar canales de

difusión eficientes que permitan mayor afluencia y por ende se podrá dinamizar la actividad económica en el sector.

1.4.6 Ambiente

El Recinto Las Golondrinas cuenta con varios atractivos y recursos con belleza paisajística natural en estado de conservación, que no son aprovechados adecuadamente, por lo cual; al implementar actividades socioeconómicas, se puede potencializar estos lugares, beneficiando no solo a los que ejecuten la idea de emprendimiento, sino también a la ciudadanía; pues se da origen a la innovación en otras áreas productivas sea de bienes y servicios que puede aprovechar la población.

Sin embargo, en varios lugares del Recinto se puede apreciar contaminación y mal manejo de los recursos, lo cual no solo afecta al desarrollo turístico, sino también al ambiente, tornándose como inconveniente para la adecuada implementación de la casa de huéspedes, para ello es necesario la creación de estrategias que ayuden a mitigar los daños que está causando la contaminación. Involucrando a la población para que se tome conciencia y se procure la conservación de los recursos que se ofrecen.

1.5. Las 5 Fuerzas Porter.

Las fuerzas Porter son fundamentales en el diseño de nuevos emprendimientos ya que permite un análisis eficaz de la competencia en la zona a desarrollarse, y así crear las estrategias claves para el posicionamiento del establecimiento (Córdoba & Díaz, 2022).

1.5.1 Poder de negociación de los consumidores

Para poder suplir las necesidades de los clientes o consumidores en la implementación del nuevo emprendimiento, se prevé proponer tarifas accesibles para que el turista tenga varias alternativas con respecto a costes, es decir; se crearán paquetes turísticos desde medianos hasta grandes para adaptarnos a la necesidad del cliente. Donde se utilizará estrategias de marketing en cuanto a promoción, para garantizar ventas a los clientes.

1.5.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores

En el Recinto Las Golondrinas no existen establecimientos competentes, por lo que al implementar esta idea de negocio podría ser aceptada eficazmente, debido a que sería el primer establecimiento con normativa adecuada para su funcionamiento. A su vez, contará con imagen llamativa e innovadora que será visible en el mercado con productos y servicios basados en normas de calidad, en la que las actividades vivenciales como senderismo, cabalgata, visitas autoguiadas, creación de rutas agroturísticas capten la atención del turista.

1.5.3 Poder de negociación de los proveedores

La casa de huéspedes ubicada en Las Golondrinas buscará proveedores que estén a la par con los requerimientos que ella ofrece como, servicio de alimentación, infraestructura, entre otros. Que se encuentren dentro del recinto para de esa manera aportar a la economía de la comunidad.

1.5.4 Poder de negociación de los compradores

Para la oportuna organización y gestión de la casa de huéspedes se prevé buscar costos de cambios, o a su vez mecanismos que fortalezcan estos procesos como afianzar líneas de cooperativismo que generen alianzas estratégicas que permitan tener mayor beneficio como empresa, se planea buscar agentes de turismo que ayuden a potenciar el emprendimiento.

1.5.5 Amenazas de Productos o Servicios Sustitutos a los eventos

Para que el nuevo emprendimiento tenga aceptación oportuna se prevé ofrecer a los turistas servicios y productos óptimos, basados en normas de calidad que permita posicionarse en el mercado.

1.6. Matriz AOOD

Para analizar la factibilidad de implementar una casa de huéspedes en el Recinto Las Golondrinas se utilizó la matriz AOOD que se enfoca en la proyección de nuevos emprendimientos, en donde se verifica los riesgos y oportunidades que hacen viable a este proyecto.

Tabla 2 Matriz AOOD casa de huéspedes en Las Golondrinas

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none">• Emprendedores locales• GAD parroquial García Moreno• GAD municipal Las Golondrinas.• Proveedores locales• Asociación de agricultores Las Golondrinas.• Asociación Agropecuaria y Productora de Cacao del recinto Las Golondrinas	<ul style="list-style-type: none">• Competencia de establecimientos hoteleros informales de la zona (Hotel Madisson, Hotel Roly, Hostal San Rafael)• Falta de apoyo de los Habitantes del recinto a la creación de nuevos establecimientos turísticos.• Falta de promoción por parte del GAD tanto parroquial como municipal.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento económico en el Recinto Las Golondrinas• Incentivos a los colaboradores sean compradores o proveedores de la casa de huéspedes• Fomentación de agroturismo para la reactivación de dichos productos.• Beneficio económico en la zona rural.	<ul style="list-style-type: none">• Incapacidad en el servicio de hospedaje y alimentación.• Carencia de recursos de apoyo por parte de los gobiernos descentralizados• Incremento de la inseguridad ciudadana.• Disminución de turistas• Desaprovechamiento de los recursos agropecuarios del sector.

Nota: se muestran los resultados obtenidos de la elaboración de la matriz AOOD casa de huéspedes en Las Golondrinas

1.6.1 Aliados

Los aliados con los que cuenta el nuevo establecimiento son los emprendedores locales en lo que respecta a infraestructura y materiales de construcción para la adecuación de espacios sustentables. También los proveedores locales en lo que respecta a inmobiliario necesario para el desarrollo de actividades de ocio, descanso y alimentación. Además, la asociación de agricultores para el acondicionamiento de rutas agrícolas que capten la atención del cliente.

1.6.2 Oponentes

En cuanto a oponentes se encuentra la competencia de establecimientos hoteleros informales de la zona como Hotel *Madisson*, Hotel *Roly*, Hostal San Rafael que en cuanto a costos los realizan de precios no adecuados con la oferta. Por otro lado, la falta de apoyo de los habitantes del recinto a la creación de nuevos establecimientos turísticos. No permite la dinamización del turismo rural en la zona. Y la falta de promoción por parte del GAD tanto parroquial como municipal de la oferta dentro del Recinto hace que se desconozca las alternativas de actividades a realizar en el sector.

1.6.3 Oportunidades

Las oportunidades que brinda el diseño de un nuevo emprendimiento de alojamiento y alimentación aportarán en el crecimiento económico del Recinto Las Golondrinas. Por otro lado, la fomentación de agroturismo para la reactivación de conocimientos concernientes al conjunto de sistemas agrícolas conservara de mejor manera las practicas socioeconómicas del sector. Y finalmente se logrará beneficio económico en la zona rural.

1.6.4 Riesgos

En lo que respecta a los riesgos que enfrenta el diseño del nuevo emprendimiento se encuentra la incapacidad en el servicio de hospedaje y alimentación. También la carencia de recursos de apoyo por parte de los gobiernos descentralizados en lo que refiere a promoción y direccionamiento en la creación de nuevos establecimientos. Además, incremento de la inseguridad ciudadana por la entrada de más visitantes a la zona, que provoca la disminución de turistas por la falta de alternativas que tiene el sector. Y finalmente el desaprovechamiento de los recursos agropecuarios del sector en lo que respecta al cuidado y conservación de los saberes tradicionales de cosechas del conjunto de sistemas agrícolas.

CAPITULO II: Modelo de Negocio

En el presente capitulo se expondrá todos los lineamientos que comprenden el modelo de negocios que se implementará con la creación de una casa de huéspedes en el Recinto las Golondrinas.

2.1 Lienzo de CANVAS

Tabla 3 Lienzo Canvas

Socios Claves	Actividades Clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Los socios claves del emprendimiento serán: • Los dueños de los pequeños emprendimientos en la zona como ferreterías locales, comerciales. • Convenios con prestadores de servicios turísticos del sector. • Alianzas estratégicas con agricultores del sector, para el 	<ul style="list-style-type: none"> • Guías internas por los terrenos de la casa de huéspedes. • Elaboración de chocolate característica de la zona. • Senderismo por los atractivos naturales de la zona. • Cabalgatas • Pesca de tilapias. • Implementación de un tour de aventura incluidos en el paquete de hospedaje. • Visita de ríos representativos del 	<ul style="list-style-type: none"> • Una casa de huéspedes amigable con el medio ambiente. • Servicios de calidad en el área de hospedaje y alimentación. • Fomentación del agroturismo del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amigable y cálido. • Personalizar productos que los turistas requieran • Solución inmediata de problemas. • Anticipación de los consumidores en la introducción de un nuevo producto turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los productos y servicios van dirigidos a un gremio de personas entre las edades de 18 a 65 años.

diseño de la ruta agroturística con conocimientos tradicionales del conjunto de sistemas agrícolas potenciales del sector.	sector.			
	Recursos Claves Adecuación Dotación Mantenimiento Operación Administración			Canales Sitios Web Redes sociales Recomendación de clientes
Estructura de Costos El pago a los hoteles a la hora de ofrecer los beneficios a los clientes por su fidelidad		Fuente de Ingresos Paypal, Dinero en efectivo, transacciones con tarjetas de crédito y débito 60% de la venta online		

Nota: se muestran los resultados de la elaboración del lienzo canvas

2.2 Definición del modelo

2.2.1 Modelo de negocio E-Commerce.

Para el crecimiento oportuno del emprendimiento “Casa de huéspedes” ubicado en el Recinto Las Golondrinas se persigue el modelo de negocios de E-Commerce. De acuerdo con Pardo(2017) menciona que éste modelo se trata de la actividad económica desde el ámbito de la comercialización electrónica de los productos ofertados por los emprendimientos tradicionales, en donde los productos y/o servicios son ofertados por plataformas electrónicas, sirviendo como un canal de distribución y promoción de la actividad económica y sus productos, es así; que ante la temática expuesta se considera que la misma que sirve para ofrecer productos de consumo a mayor escala.

Con lo que respecta, a comercialización de sus productos la casa de huéspedes planea utilizar internet para la venta y publicidad, concentrándose en dar servicios accesibles que manejen estrategias claves de marketing acertadas, dependiendo al segmento de mercado al que se va a dirigir, ofertando los productos y servicios a través de páginas web, redes sociales, plataformas como booking, tripadvisor, entre otras.

A su vez, también se emplearán para su difusión a medios digitales de gran escala como lo es YouTube, Tiktok, buscadores online, aplicaciones móviles, blogs, u otras plataformas digitales que se empleen como mecanismo de difusión de los productos o el emprendimiento como tal, además; permitan al nuevo emprendimiento generar fuentes económicas a mayor magnitud.

CAPITULO III: Estudio de Mercado

3.1 Diseño de la investigación

Para el análisis de datos que permitan conocer cómo se maneja y controla el mercado en el desarrollo de nuevos emprendimientos, se prevé la utilización de los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 Investigación descriptiva

Es una herramienta que como su nominación lo indica, ayudará a puntualizar las características que el Recinto Las Golondrinas necesita para recibir turistas, conociendo el comportamiento del consumidor de forma más eficaz, en donde se distinga la naturaleza de un segmento de mercado, que van relacionados con datos específicos como edad, preferencias, nivel de ingresos entre otros. Para Morales (2012) se entiende como investigación descriptiva es el análisis de los espacios y contextos como tal de las situaciones, experiencias o costumbres que se encuentran inmersas en la relación del objeto de estudio y su entorno. Es decir, que la investigación no solo se centra en determinar la recolección de datos, sino en el pronóstico de identificación de las relaciones que existen entre los posibles compradores con el nuevo emprendimiento.

Los datos que serán recogidos se direccionan en función a la hipótesis planteada en la investigación, en donde; se procesa la información obtenida con el fin de gestionar los datos y analizar en función de los objetivos planteados; generalidades que contribuyan de modo significativo al análisis del comportamiento del mercado consumidor.

3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Con el fin de lograr identificar el mercado meta se desarrollará una encuesta para la obtención de los datos necesarios, teniendo en cuenta los lineamiento de desarrollo de este emprendimiento y los objetivos planteados, se diseñaron los siguientes instrumentos de recolección de información:

3.2.1 Encuestas

Es una herramienta eficaz para recolectar datos que ayudarán a tomar decisiones en lo que respecta al diseño de nuevos productos y servicios. De acuerdo con (Fernando, 2019) menciona que la encuesta permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz para ello, se procesa los datos obtenidos de la aplicación del instrumento a la población de estudio, con el fin de reforzar el análisis del objetivo de la investigación en función a los determinantes o variables establecidas para su análisis, además; ayudará a resolver incógnitas que refieren al diseño de un nuevo emprendimiento, Las encuestas serán diseñadas a partir del formato de la Universidad Técnica del Norte, consta del planteamiento del cuestionario compuesto por 27 preguntas, que se actúa en función a las sugerencias y aprobación del docente directos.

3.3. Diseño del plan muestral

La investigación se elaborará desde un método de muestreo que nos permitirá calcular la población de estudio como lo es la ciudad de Santo Domingo, Quinindé y Puerto Quito, la metodología empleada del muestreo no probabilístico y finito de modo aleatorio y por conveniencia. Ya que se tendrá en cuenta el segmento nacional de turistas que provienen de las ciudades antes mencionadas, para tener claro que porcentaje de este mercado conoce el tipo de alojamiento denominado Casa de huéspedes con sistema de rutas agroecológicas que se ubicará en el Recinto Las Golondrinas.

En ese sentido, el cálculo del tamaño de la muestra se basa en los datos proporcionados por la base de datos de población obtenida del Instituto Nacional de Encuestas y Censos el año 2020, que será la referencia de la cantidad de turistas que visitan a menudo el sector y que potencialmente sea la población objetivo de consumo de los servicios de hospedaje y alimentación ofertados por la Hostería.

Tabla 4 Población de las provincias de Santo Domingo, Esmeraldas y Pichincha

Posible mercado	Población cantonal	Población económicamente activa	Porcentaje	Número de encuestas
Santo Domingo	458.580	252.219	60%	232
Quinindé	145.879	80.233	34%	131
Puerto Quito	24.911	13.701	6%	22
Total	629.370	346.154	100%	385

Fuente: Datos obtenidos de INEC en Proyecciones Poblacionales 2010-2020

Nota: La presente figura muestra la población general a la que se dirigirá las encuestas dando como resultado a 385 personas dentro de las ciudades de Santo Domingo, Quinindé y Puerto Quito, tomando como referencia al número total de la población económicamente activa como lo es 346.154.

Para poder calcular el tamaño de la muestra se utilizó la calculadora en línea, donde:

Población = 346.154

Nivel de confianza= 95%

Margen de error = 5%

Tamaño de muestra= 385 encuestas

Ahora bien, con los datos obtenido del cálculo de muestreo se determinó que se necesitará un total de 385 encuestas realizadas en las ciudades de Santo Domingo, Quinindé y Puerto Quito, para poder obtener información del objeto de estudio.

3.4. Segmentación de mercados

Tabla 5 Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Casa de Huéspedes ubicada en el Recinto Las Golondrinas			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
País:	Ecuador	17.510.643	100%
Región:	Sierra	8.490.790	48,48%
Provincia/s:	Pichincha, Esmeraldas, Santo Domingo	4.330.467	24,73 %
Ciudad:	Santo Domingo, Quinindé, Puerto Quito	629.370	3,59%
1er Resultado: 629.370 personas de las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito, Quinindé.			
Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC)			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Masculino y femenino	629.370	100%
Edad:	18-65	370.069	58.8%
Estado civil:	Solteros y casados	629.370	100%
Ocupación:	Empleados públicos, privados y estudiantes	629.370	100%

Ingresos:	> 400usd	472.027	75%
2do Resultado: 629.370 población entre hombres y mujeres con edades entre 18 a 65 años con estado civil soltero y casado, actualmente empleados y perciben un sueldo superior a \$400.			
Segmentación Conductual			
Variable		Número	Porcentaje
Estilo de vida	Preferencia de alojamiento en casa de huéspedes	50.664	8,05%
Mercado meta: 50.664 hombres y mujeres que residen en las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito, Quinindé, entre 18 a 65 años con estado civil soltero y casado, actualmente empleados y perciben un sueldo superior a \$400, que viajan por actividad turística.			

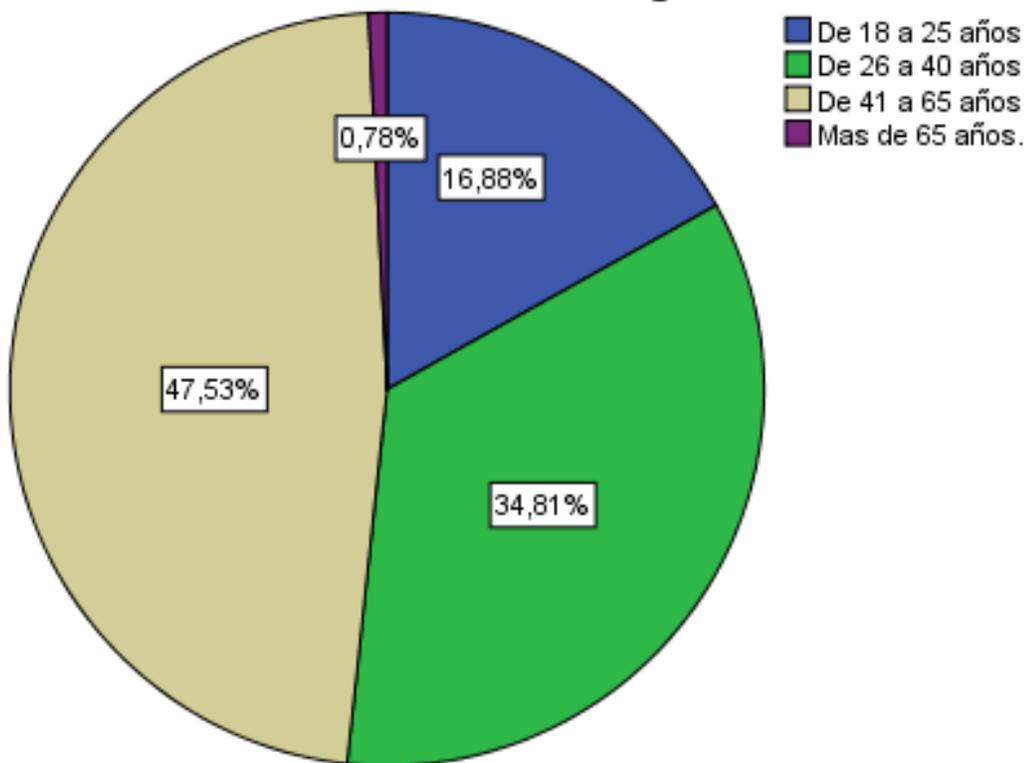
Fuente: Datos obtenidos de INEC en Proyecciones Poblacionales 2010-2020

Nota: se muestran los resultados de la segmentación de mercado

A continuación, se presenta los datos obtenidos en las encuestas que permitieron conocer el segmento de mercado al que será dirigido el emprendimiento.

Figura 2 Rango de edad de los encuestados

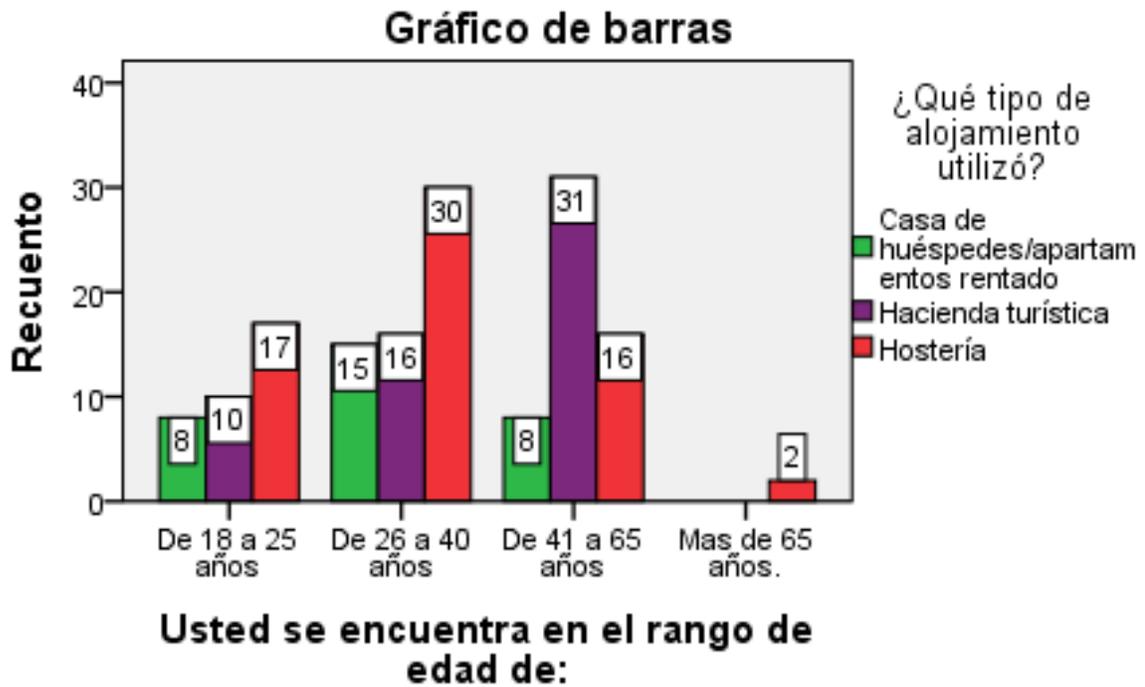
Usted se encuentra en el rango de edad de:



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS.

Como podemos observar en el gráfico anterior el 47,53% de las personas encuestadas se encuentran dentro del rango de edad de 41 a 65 años, mientras que el 34,81% se ubica entre 26 a 40 años, lo que da como referencia al mercado que se debe enfocar el diseño del nuevo emprendimiento y de esa manera fortificar las adecuaciones necesarias, servicios y productos para satisfacer sus requerimientos.

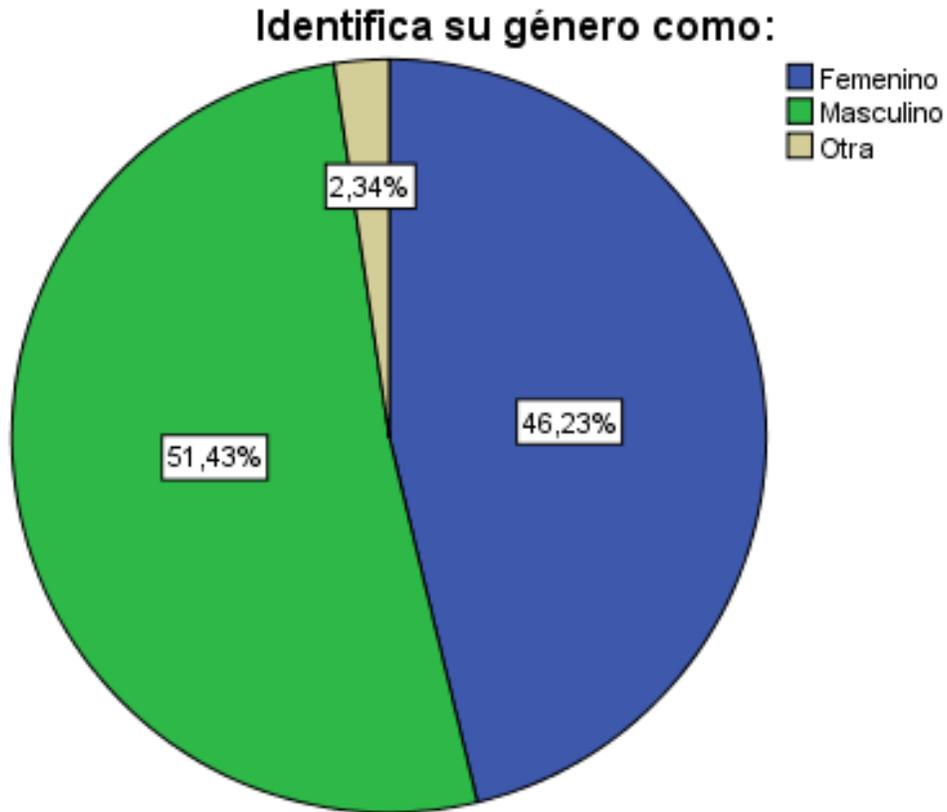
Figura 3 Edad y Tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS.

Los resultados obtenidos muestran que el 15% de las personas que prefieren al establecimiento casa de huéspedes como tipo de alojamiento, se encuentran en el rango de edad de 26 a 40 años, mientras que el 8% se ubica en el rango de 41 a 65 años, de manera que se da como referencia al tipo de mercado que se puede dirigir el nuevo emprendimiento.

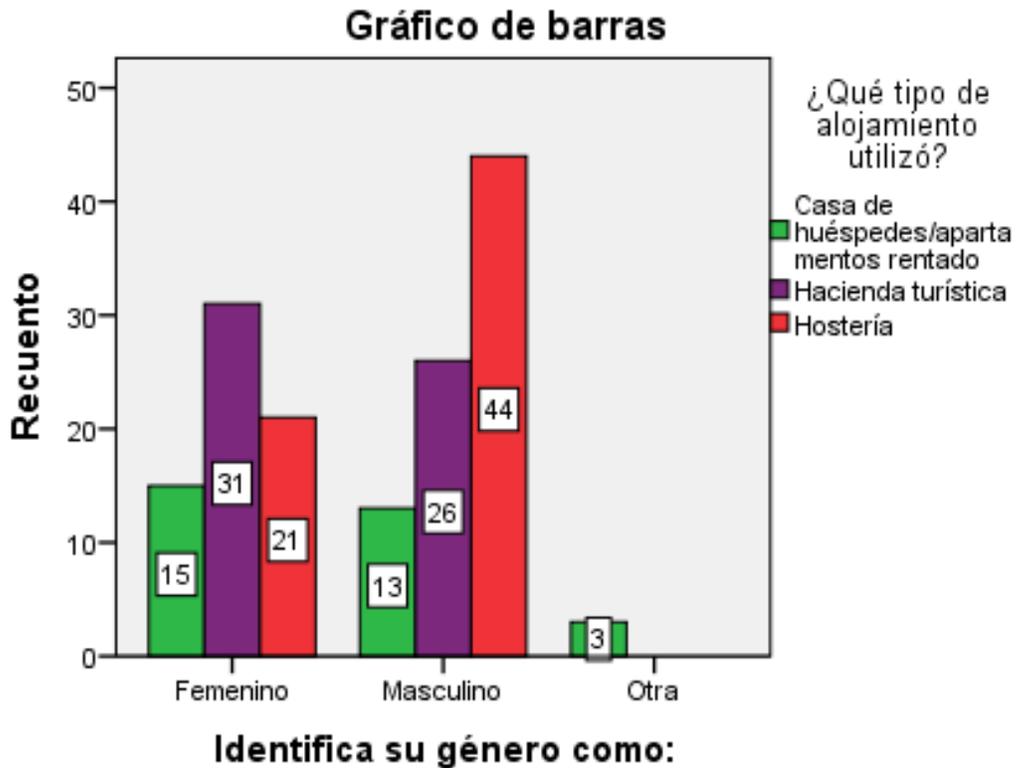
Figura 4 Género



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS.

Los datos obtenidos muestran que el 51,43% de las personas encuestadas corresponden al género masculino mientras que el 46,23% concierne a mujeres, habitantes de las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé, de modo que se evidencia mayor participación de los hombres; sin embargo la brecha que separa esta participación es de alrededor de 7 puntos porcentuales.

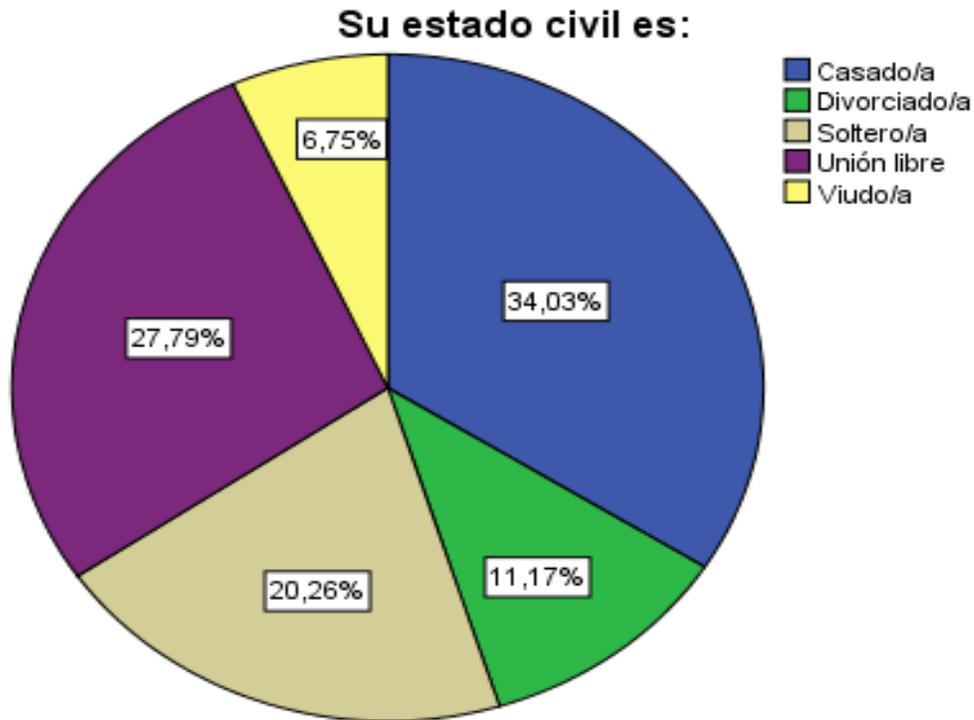
Figura 5 Género y tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS.

En el gráfico 5 se evidencia que el 15% de las personas encuestadas que prefieren al establecimiento casa de huéspedes como tipo de alojamiento utilizado en sus vacaciones, son mujeres dando una pauta al mercado que se puede dirigir en lo que respecta a marketing y publicidad del nuevo emprendimiento, por lo tanto; el plan de marketing que será direccionado debe constar ejes para fortalecer este segmento de mercado y a su vez captar mayor preferencia de los demás sectores.

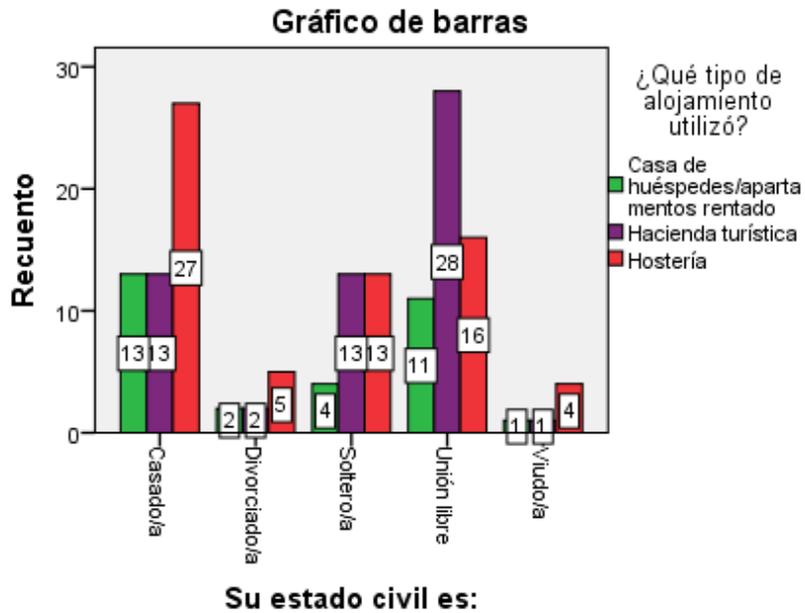
Figura 6 Estado civil



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

Los resultados muestran que el 34.03% de las personas encuestadas son casados mientras que el 27,79% se encuentran en unión libre con su pareja y el 20.26% corresponde a los solteros, dando como referencia el mercado al que se puede dirigir el nuevo emprendimiento. Adjuntado a esta pregunta se conecta con el tipo de alojamiento para distinguir que tipo de mercado estará enmarcado en el nuevo emprendimiento.

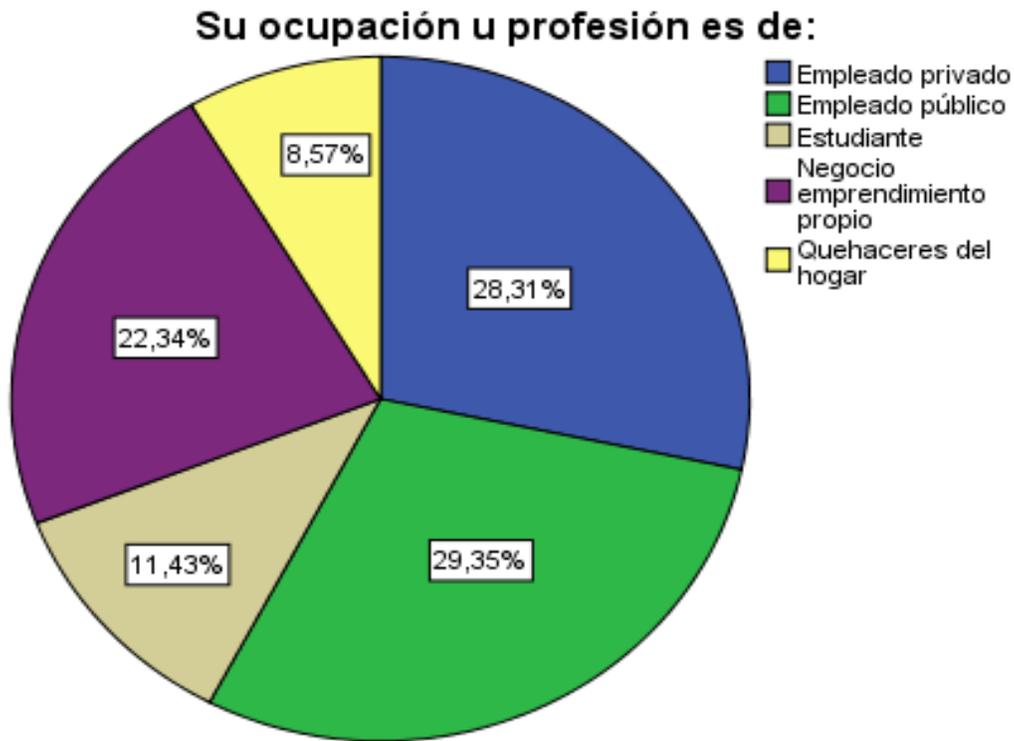
Figura 7 Estado civil y tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

La figura anteriormente expuesta refleja que el 13% de las personas encuestadas que prefieren a la casa de huéspedes como tipo de alojamiento adquirido en sus viajes corresponde a casados mientras que el 11% compete a personas en unión libre con sus parejas, analizando de esta manera los productos complementarios a implementar para llegar a cumplir las expectativas de este mercado.

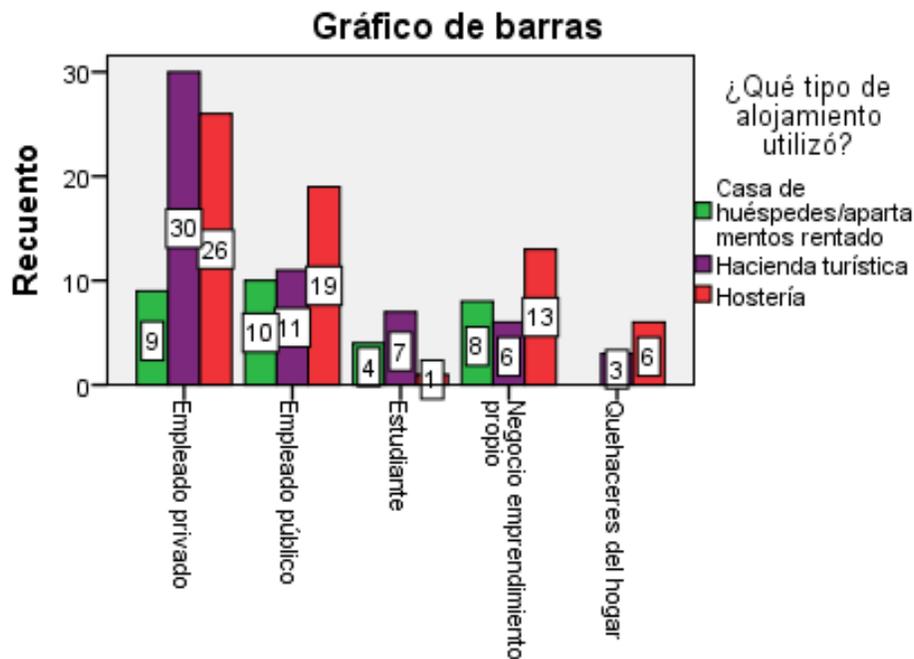
Figura 8 Ocupación o profesión



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

Como se puede evidenciar la figura anterior el 29,35% de las personas encuestadas son prestadores de servicio en el sector público, el 28% corresponde a empleados privados y el 22,34% se dedican a sus negocios de emprendimiento propio, siendo así una referencia del mercado consumidor del nuevo emprendimiento. Asociado a esta pregunta se vincula con el tipo de alojamiento para distinguir que tipo de mercado estará enmarcado en el nuevo emprendimiento.

Figura 9 Ocupación y tipo de alojamiento

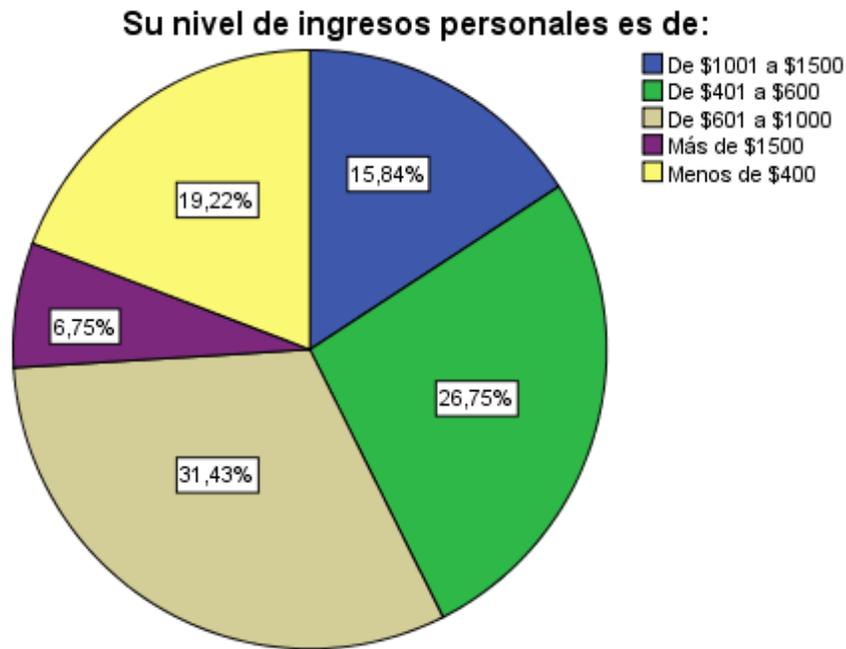


Su ocupación u profesión es de:

Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

En base a los resultados obtenidos, se puede observar que el 10% de las personas encuestadas que eligieron a la casa de huéspedes como establecimiento de alojamiento en sus viajes corresponden a empleados del sector público, mientras que el 9 % son empleados del sector privado, referenciando a que tipo de consumidor se tendrá en el mercado del nuevo emprendimiento.

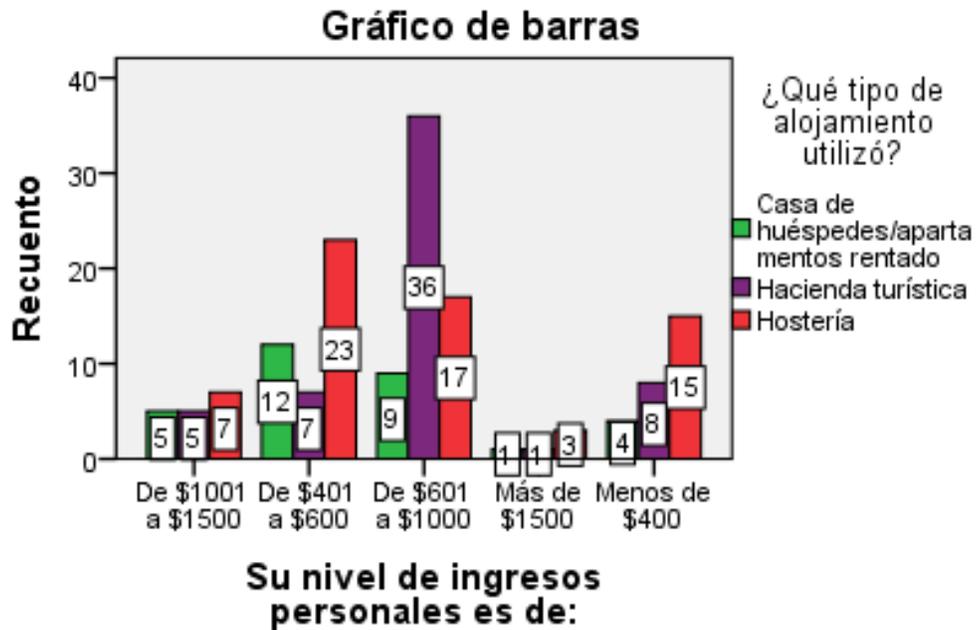
Figura 10 Nivel de ingresos personales



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

Según los datos obtenidos el 31,43 % de las personas encuestadas cuentan con un salario básico de \$601 a \$1000 dólares mensuales en sus trabajos, ya sea como prestadores de servicio en el sector público, privado o en negocios de emprendimiento propio, mientras que el 26,75% corresponde a personas con un sueldo básico de \$400 a \$600, dando una pauta del presupuesto para el producto con sus respectivas actividades a ofrecer en el nuevo emprendimiento.

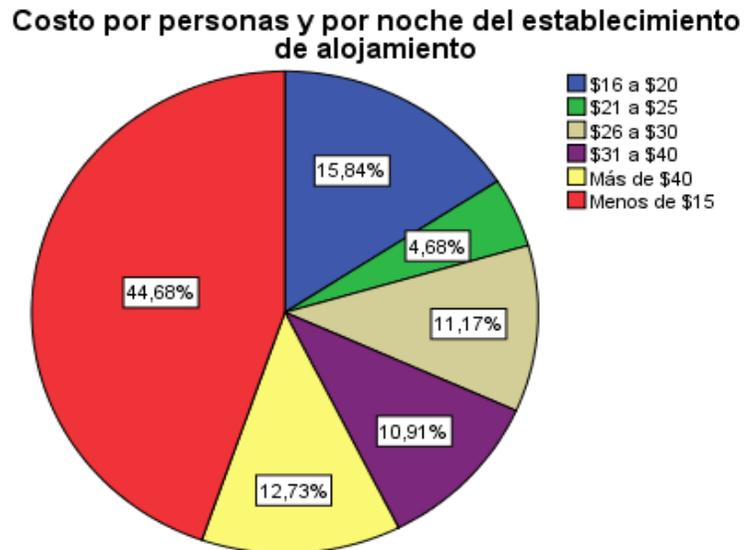
Figura 11 Nivel de ingresos personales y tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

En cuanto al nivel de ingresos y el tipo de alojamiento que se utilizó; se evidencia que el 12% de las personas encuestadas que escogieron a la casa de huéspedes como establecimiento de alojamiento en sus viajes, corresponden a personas con un salario básico de \$400 a \$601 dólares mensuales, sean estos prestadores de servicios en el sector público, privado o en negocio de emprendimiento propio, dando un precedente del presupuesto de los consumidores en lo que se refiere a gastos en hospedaje.

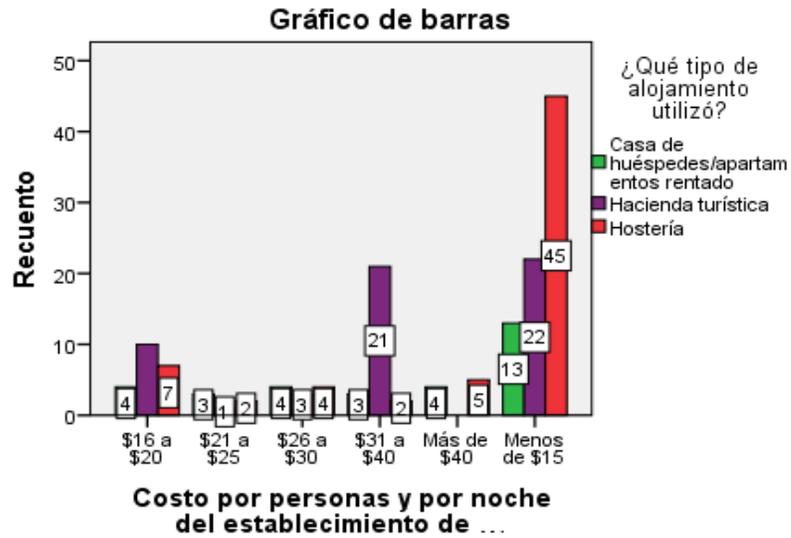
Figura 12 Costo por personas y por noche del establecimiento de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

Se puede observar que el 44,68% de las personas encuestadas gastaron menos de \$15 dólares en un establecimiento de alojamiento y el 15,84% consume instalaciones de hospedaje de \$16 a \$20, dando un precedente del presupuesto que están dispuestos a pagar por dichos servicios. Añadido a esta pregunta se conecta con el tipo de alojamiento para distinguir el presupuesto oportuno a ofrecer al mercado el nuevo emprendimiento.

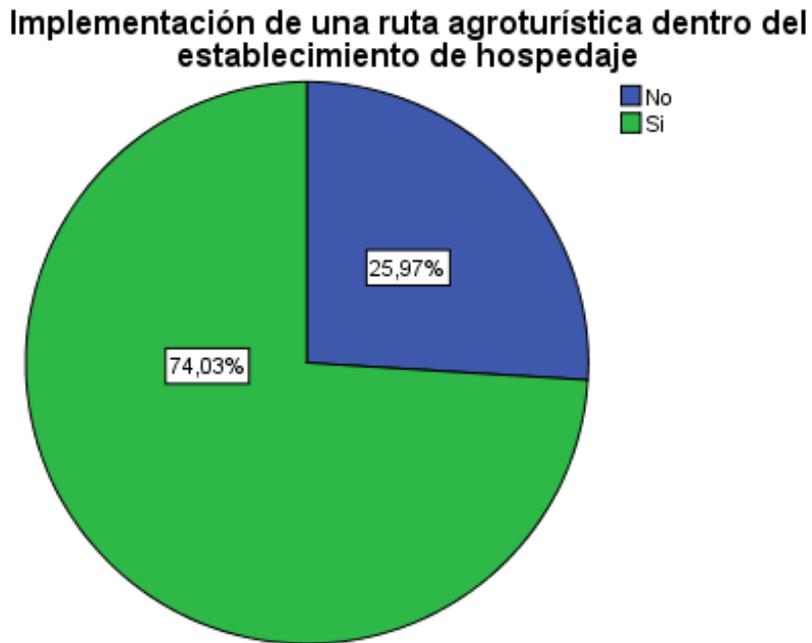
Figura 13 Costo por persona y por noche del establecimiento y tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

El 13 % de las personas encuestadas que utilizó a la casa de huéspedes como establecimiento de alojamiento en sus viajes, gastan menos de \$15 dólares en la adquisición de dicho producto o servicio, dando un precedente del presupuesto que las personas estarían dispuestas a pagar al implementar un nuevo emprendimiento.

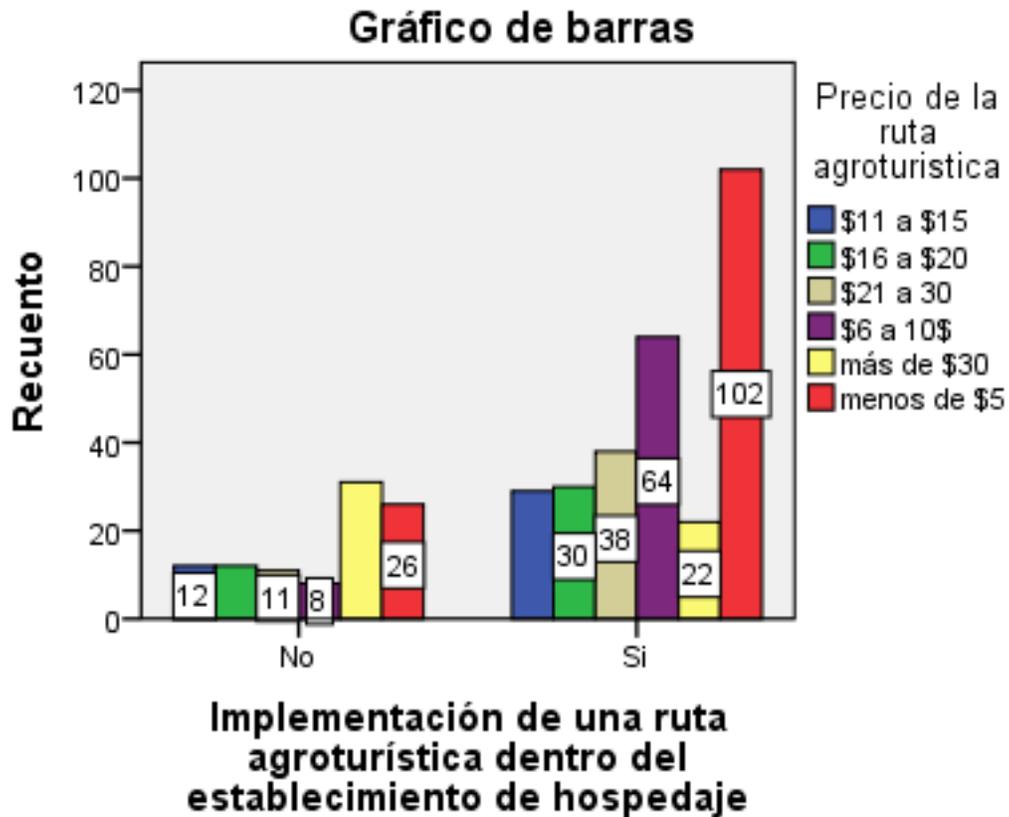
Figura 14 Implementación de una ruta agroturística dentro del establecimiento de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

En el siguiente gráfico con respecto a la implementación de alternativas de actividades interactivas o recreacionales en las instalaciones de hospedaje se puede visualizar que el 75% de las personas encuestadas les agrada la idea de la activación de una ruta agroturística en el Recinto Las Golondrinas para fortalecer el conocimiento en lo que respecta a sistemas agrícolas. Anexada a esta pregunta se conecta con el precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio de recreación antes mencionada.

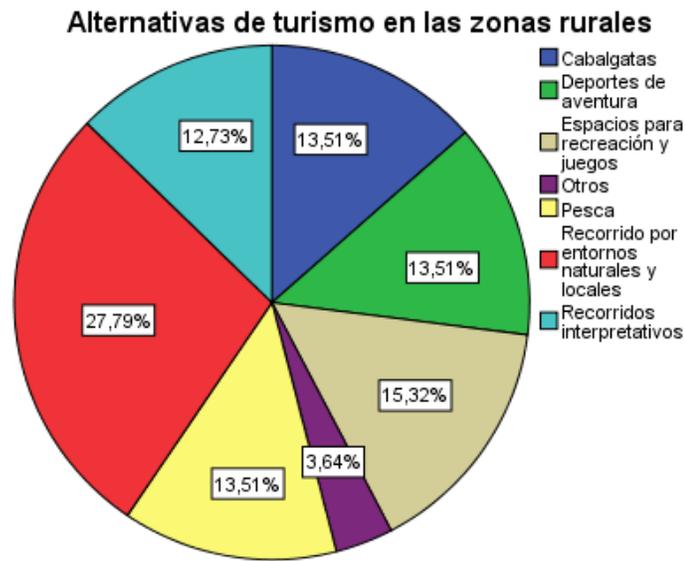
Figura 15 Implementación de la ruta agroturística y su precio



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

La preferencia para la implementación de una ruta agroturística es significativa puesto que 102 personas que están de acuerdo con la implementación de una ruta agroturística en el Recinto Las Golondrinas están dispuestas a pagar menos de 5\$ por dicha actividad, dando un precedente a tomar en cuenta a la hora de preparar las actividades que contara la ruta agroturística, actividad clave de la casa de huéspedes.

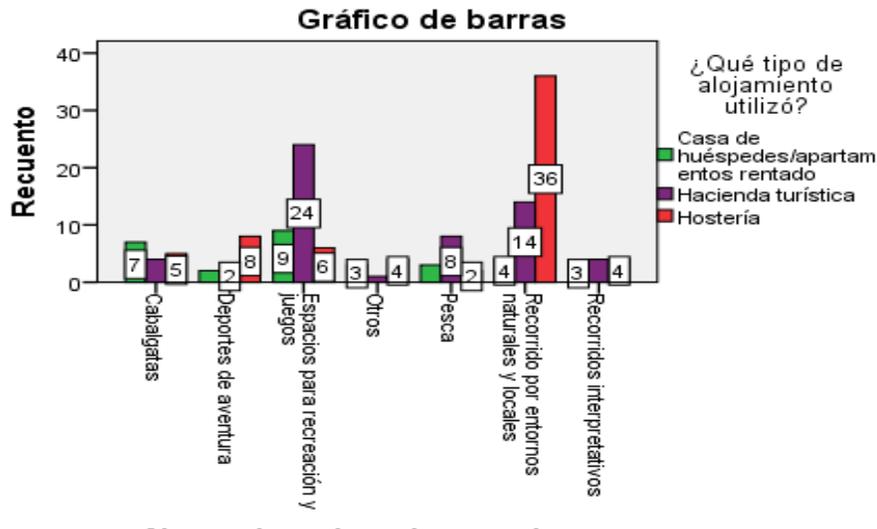
Figura 16 Alternativas de turismo en las zonas rurales



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

A partir de los resultados obtenidos, se puede visualizar que el 27,79% de las personas encuestadas prefieren recorridos por entornos naturales por otro lado el 13,52% corresponde a personas que prefieren actividades de aventura, dejando un precedente oportuno a la hora de tomar en cuenta la implementación de actividades que complementen el servicio de alojamiento que ofrecerá la casa de huéspedes. A su vez, es un indicador referente a la conservación ambiental, que nos muestra la importancia que el consumidor le da a las zonas naturales del territorio.

Figura 17 Alternativas de turismo en las zonas rurales y tipo de alojamiento



Fuente: Datos obtenidos de encuestas, Microsoft Forms, 2022. A través del programa IBM SPSS

El 9 % de las personas encuestadas que eligieron a la casa de huéspedes como lugar de alojamiento utilizado en sus últimos viajes prefieren espacios para recreación y juegos dentro del establecimiento, como actividades complementarias que permitan el disfrute de sus vacaciones, mientras que el 7% escogió a cabalgatas, dando una referencia de la prioridad de los viajeros a la hora de elegir sitios de hospedaje en zonas rurales.

3.5 Análisis del producto.

Para el estudio de mercado del diseño de una casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas en el Recinto Las Golondrinas se ha establecido las variables como tipos de viajes, destinos más visitados, número de acompañantes, volúmenes de gastos por actividades, tiempo de permanencia en el viaje, y preferencia de servicios. Por otro lado, con el diseño y aplicación de la encuesta se recopiló información para el respectivo análisis de resultados de 385 personas que conforman una muestra de la población económicamente activa de las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé.

Los resultados de la encuesta se han comparado con el comportamiento de consumo del segmento meta, dando como resultado lo siguiente:

3.6 Análisis del comportamiento del consumidor

Por consiguiente, tras mostrarse los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas, se elaboró la segmentación de mercado en función a la población de estudio; datos otorgados por el INEC, 2020 la población del Ecuador es de 17.510.643 personas, en lo que respecta al diseño de un nuevo emprendimiento se tomó en cuenta a las provincias de Santo Domingo, Pichincha y Esmeraldas con un total de 4.330.467 sujetos pertenecientes al 24,73% de la población ecuatoriana, en donde se toma como referencia a las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé como el posible mercado consumidor con un total de 629.370 personas (Instituto Nacional de estadísticas y censos de Ecuador, 2021).

Por lo tanto, para la segmentación demográfica se tomó como referencia a 629.370 personas que corresponde al género con un total de 100% de las ciudades elegidas como posible mercado consumidor, a continuación, para calcular el rango de edad en preferencia del nuevo establecimiento se procedió al análisis de las encuestas mediante el cruce de variables, obteniendo como resultado que la edad que predomina para la

preferencia de una casa de huéspedes va entre los 18 a 65 años lo que sería 370.069 personas del 58,8% del total de encuestados.

En lo que refiere al estado civil, se evidenció que las personas solteras y casadas con un porcentaje de 90% representan a 566.433 individuos del total de las personas entre el rango de edad de 18 a 65 años.

De manera que, en lo que respecta a ocupación u profesión del mercado, corresponde al 100% de 629.370 personas, siendo empleados del público, privado y estudiantes de las ciudades elegidas. Y en referencia al nivel de ingreso, se utilizó el análisis observado mediante el cruce de variables realizado a través del programa IBM SPSS, mostrando como resultado a 472.027 personas que ganan más de 400 usd mensuales lo que en porcentaje general representa al 75% de las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé. De acuerdo con Echeverria Cachipundo & Manosalvas,A (2016) “Los consumidores adquieren productos y servicios llevados por sus necesidades y por sus deseos, entender ambos impulsos es importante en una economía progresivamente más competitiva, donde la oferta de servicios va mucha más allá de la simple satisfacción de necesidades”. Por ello, es necesario tomar en cuenta los datos de las encuestas para saber a fondo, los requerimientos de los turistas.

De manera que, una vez identificado el comportamiento de los posibles consumidores, a través del análisis de segmentación de mercado, información útil para el desarrollo del diseño del producto y/o servicio que se oferta.

3.7 Diseño del producto o servicio.

La población elegida como posible mercado consumidor fueron las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé; a través, del análisis de las encuestas desarrolladas, la mayoría de las personas realizan viajes cuatro o más veces en lo que va del año, utilizan transporte propio y van acompañados con su familia. Por consiguiente, en sus últimos viajes visitaron áreas naturales, entornos rurales y balnearios cercanos a su localidad, el tipo de alojamiento que prefieren en sus viajes son hosterías u haciendas, con un costo por personas de menos de \$15 dólares, en donde el factor más importante para elegir un establecimiento de alojamiento tiene que ver directamente a la cercanía de los lugares a los que visitan, dentro de las alternativas de turismo en las zonas rurales los encuestados prefieren recorridos por entornos naturales y locales como actividades complementarias en la adquisición de servicio de alojamiento.

Respecto al nuevo emprendimiento como lo es Casa de huéspedes en el Recinto Las Golondrinas, la mayor parte de las personas muestran acogida a la implementación de una ruta agroturística dentro del establecimiento de hospedaje, y están dispuestos a pagar de \$5 dólares en adelante por dicha actividad. También les interesa la participación de las actividades gastronómicas como elaboración de chocolate, pan de almidón, en su mayoría están de acuerdo con poner en funcionamiento una actividad turística que revalorice y conserve el conocimiento del sistema de cosechas agrícolas particularidades de la zona, por otro lado la población encuestada en su mayoría no conoce de proyectos agroturísticos que se oferten en el sector Las Golondrinas, el servicio de mayor importancia que tiene los turistas en un establecimiento de alojamiento es el servicio de desayuno incluido en la tarifa ofrecida, el servicio más ocupado es restaurantes con platos a la carta, referente a la gastronomía prefieren comida típica del lugar donde se alojan, y el costo que disponen a pagar es de \$5 usd en adelante y finalmente los medios para recibir información en cuanto a servicios de alojamiento en su mayoría eligen que se utilice las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp.

En respuesta a los datos obtenidos anteriormente el establecimiento casa de huéspedes ofrecerá paquetes que van desde los 15 dólares como precio mínimo por

persona en donde se prevé la adecuación de 4 habitaciones totalmente acondicionadas para recibir turistas.

1 habitación matrimonial con capacidad para 2 personas.

2 habitaciones dobles con capacidad máxima de 4 personas.

1 habitación triple con capacidad de 3 personas.

3.8 Producto estrella.

La casa de huéspedes ofertará como producto estrella el servicio de tour a las áreas naturales del sector, se brindará servicio de una ruta agroturística dentro del establecimiento que conlleve el conocimiento del uso del conjunto de sistemas agrícolas, también se hará la participación de la preparación de gastronomía local como la elaboración de pan de almidón, chocolate característico del sector y manjares como el dulce de guayaba. El diseño de una ruta de aventura aprovechando los recursos naturales como ríos y cascadas que la zona posee.

Así mismo, se ofrecerá servicio de alojamiento y alimentación, además; se contará con un sistema emergente de iluminación, conexión a servicios de internet, uso de áreas común y otros. Al igual que servicio de recepción, sala de estar y área de comedor y cocina. Las habitaciones privadas totalmente equipadas.

3.9 Análisis de la demanda

Para determinar la demanda que adquirirá los servicios de alojamiento en una casa de huéspedes en el Recinto Las Golondrinas se utilizó la segmentación de mercado para realizar el siguiente calculo:

Tabla 6 Demanda potencial de las provincias de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas.

Demanda potencial	
Población de las provincias de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas	629.370
Número de consumidores de la demanda Potencial	50.664

Nota: se muestra los datos de la demanda potencial del emprendimiento

Tomando en cuenta el mercado objetivo de las ciudades de Santo Domingo, Puerto Quito y Quinindé, tenemos un 80% de intención de compra del producto, y por ende esto nos permitió determinar que la demanda potencial del producto es de 50.664 personas de la provincia de Santo Domingo, Pichincha y Esmeraldas

3.10 Análisis de la oferta

Para la elaboración del análisis se identificó como oferta turística del Recinto Las Golondrinas, los siguientes atractivos naturales y establecimientos de alojamiento considerados como una competencia en el siguiente proyecto, que estarán vinculados en el desarrollo y creación de una casa de huéspedes.

Tabla 7 Competencia

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas	Capacidad total anual
Hostal Roly	8	15	Ninguna	1.000
Hotel Madisson	15	35	Ninguna	2.500
Hotel Herrera	5	13	Ninguno	1000
Puerto Quito Lodge by DOT	9	26	Cinco estrellas	5.616
Caoni riverside Lodge	5	45	Dos estrellas	4.968
Hostería La isla	8	35	Dos estrellas	3.000
Hotel Quezada	11	60	Dos estrellas	3.500

Fuente: Datos obtenidos del catastro turístico del cantón Puerto Quito, Quinindé y anotaciones aproximadas del GAD municipal Las Golondrinas

En la tabla antes expuesta se puede visualizar las compañías que brindan servicios de hospedaje, actualmente en las ciudades que se realizaron las encuestas no cuentan con establecimientos con denominación casa de huéspedes por lo que se tomó en cuenta a los establecimientos de servicios alojamiento para encontrar la competencia que se tendría en el sector.

En primer lugar, se puede visualizar al Hostal Roly ubicado en el Recinto Las Golondrinas, ofrece habitaciones simples, dobles y matrimoniales, servicio de garaje y tv cable y zona wifi en las habitaciones. Además, que ofrecen un restaurante, pero no va incluido en el precio de hospedaje donde se potencia la gastronomía local por medio de la comercialización de platos típicos del sector con estilo manabita. Asimismo, el hospedaje tiene un costo por noche es de \$5 no incluye servicios extra como los de restaurante.

Por otro lado, se encuentra el Hotel Madisson ubicado en el Recinto Las Golondrinas ofrece habitaciones confortables con baño Privado, servicio de Tv. Cable, Garaje, Servicio de Bar a la habitación, ubicados en el centro de la población. Con atención las 24 horas. El hospedaje por noche es de \$10 usd incluido el servicio de bar.

Asimismo, se encuentra el hotel herrera ubicado en el Recinto Las Golondrinas que ofrece habitaciones simples y matrimoniales, zona wifi y baño privado. El hospedaje por noche va desde los \$7 usd no incluye servicios de alimentación. Igualmente, El Puerto Quito Lodge by DOT se encuentra ubicado en Puerto Quito y dispone de restaurante, pileta al aire libre, zonas comunes como el jardín, además; posee los servicios de limpieza y guía turística. El alojamiento ofrece discoteca y room service. Las habitaciones están equipadas con patio. Las habitaciones del Puerto Quito Lodge disponen de conexión wifi gratis y baño privado con todos los insumos de aseo de modo gratuito y servicio de comida con desayunos y platos a la carta. El Puerto Quito Lodge cuenta con mesa de pool y la zona es perfecta para practicar senderismo y ciclismo. El hospedaje por noche va desde \$49 usd incluido todos los servicios mencionados.

Otro establecimiento tomado en cuenta es El Caoni riveride Lodge se encuentra en Puerto Quito y ofrece jardín y terraza. Se encuentra a 42 km de Santo Domingo de los Colorados y ofrece wifi gratis y estacionamiento privado. La casa tiene acceso directo a un patio con vistas al río, y posee cinco dormitorios equipados con todos los servicios. La casa está a 48 km de Mashpi y a 16 km de Pedro Vicente Maldonado. El hospedaje por noche va desde los \$130 en adelante incluido todos los servicios mencionados.

3.11. Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

Con el empleo de la demanda potencial y el calculo de la competencia, se pudo determinar la demanda insatisfecha que posee el emprendimiento, mismos resultados que se muestran a continuación

Tabla 8 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	50.664	23.584	27.080

Nota: se muestran los datos de demanda insatisfecha para el emprendimiento

Una vez obtenido el resultado de la demanda insatisfecha que corresponde a 31.764 se procede a realizar el cálculo para determinar la demanda objetiva perteneciente al emprendimiento.

Tabla 9 Demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha*	Demanda objetiva**
Año 1	27.080	2.376

Nota: se muestran los datos de demanda insatisfecha para el emprendimiento

3.12. Propuesta mercadológica

3.12.1 Identidad corporativa

3.12.2 Marca

Figura 18 Logotipo de la casa de huéspedes



Nota: se puesta el logotipo elaborado como propuesta para la casa de huéspedes a través de la implementación de herramientas tecnológicas.

El logotipo diseñado para la imagen corporativa del nuevo emprendimiento cuenta con características del Recinto Las Golondrinas, en la parte lateral se puede observar el producto característico predominante que ofrece el sector, en la parte central se puede visualizar el nombre que identificará a la casa de huéspedes, reviviendo las tradiciones agropecuarias del sector y por último el slogan.

A continuación, se describe cada aspecto tomado en cuenta para la elaboración del Logotipo.

Nombre

“Agro-Golondrinas”

El nombre Agro-Golondrinas escogido para el nuevo emprendimiento tiene que ver directamente con las actividades socioeconómicas del sector, donde se valora los conocimientos en lo que respecta al conjunto de sistemas agrícolas, donde se reactive los saberes tradicionales de siembra y cosecha.

3.12.3 Slogan

“Casa de huéspedes tradicional”.

La frase que representa al nuevo emprendimiento da la idea del tipo de establecimiento que se va a ofertar en el recinto Las Golondrinas enfocándose a las tradiciones sean estas gastronómicas o agropecuarias que aguarda el sector. invita a los visitantes a conocer los recursos turísticos tanto paisajísticos como naturales con los que cuenta el sector y vivir experiencias inolvidables.

Icono

Imagen de Cacao producto representativo del sector.

El icono escogido para representar la imagen del emprendimiento es el cacao cuya función representa la economía del sector, Donde la fruta obtenida es cosechada y comercializada a grandes empresas de elaboración de chocolate ubicadas en la ciudad de Santo Domingo

Colores

Negro: el color negro ubicado en el logo tiene significado de elegancia, demuestra la noche y la ausencia de luz.

Verde: El verde se relaciona con el crecimiento, la salud y la naturaleza. En donde se indica que el emprendimiento es ecológico, basado en agricultura en donde sus productos son orgánicos y frescos.

3.12.4 Aplicación de la identidad en papelería corporativa.

Para la presentación oportuna del logotipo que representará al emprendimiento se utilizará la siguiente papelería corporativa.

La tarjeta de presentación va a contener los datos más importantes del emprendimiento, como lo es contacto para reservaciones, ubicación para saber cómo llegar, correo electrónico, entre otros que permitan al turista tener acercamiento oportuno, donde se muestre la imagen corporativa de los servicios y productos a ofrecer.

Figura 19 Tarjeta de presentación frontal



Nota: se muestra el diseño de la tarjeta de presentación de la parte frontal de la casa de huéspedes

Figura 20 Tarjeta de presentación parte trasera.



Nota: se muestra el diseño de la tarjeta de presentación de la parte trasera de la casa de huéspedes

Figura 21 Tarjeta de presentación simple.



Nota: se muestra el diseño de la tarjeta de presentación de la parte trasera de la casa de huéspedes

3.12.5 Uniforme representativo

Para que el personal empleador que trabaja en el emprendimiento sea distinguido eficazmente mente portarán una camiseta polo con gorra y en el área de cocina portarán con mandiles y gorros de protección de cabello, y mascarillas personalizadas.

Figura 22 Diseño de Camiseta.



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

Figura 23 Diseño sudadera hombre.



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

Figura 24 Diseño gorra



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

Figura 25 Diseño delantal de cocina



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

Figura 26 Diseño de gorro de cocina.



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

Figura 27 Diseño de mascarilla



Nota: se muestra el diseño del uniforme del personal de la casa de huéspedes

3.12.6 Productos personalizados

Para dar énfasis a la marca se prevé la introducción de productos personalizados como llaveros, vasos, botellas de agua entre otras que cautiven al cliente y de esa forma fidelizarlo.

Figura 28 Productos personalizados





Nota: se muestra el diseño de los productos personalizados de la casa de huéspedes

Papelería

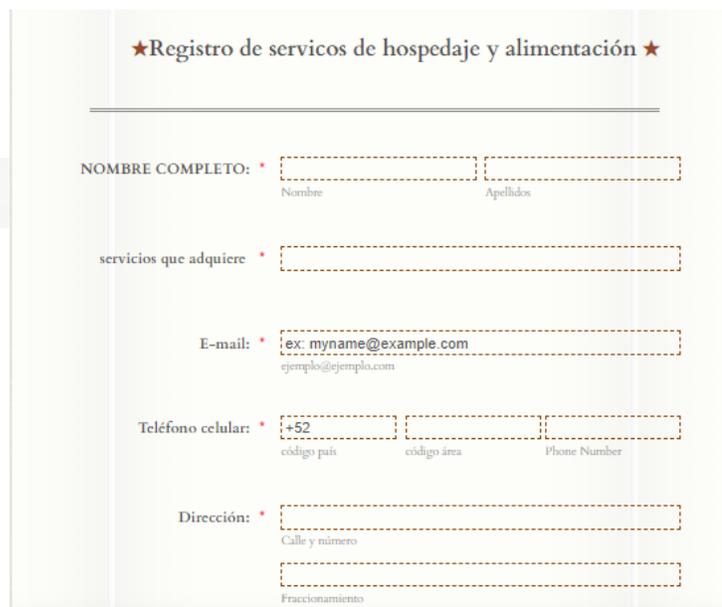
Para el registro previo de llegada de visitantes, roles de pago, facturas utilizará el logotipo representativo y se lo realizará de la siguiente manera:

Figura 29 Diseño de Factura



Nota: se muestra el diseño de los productos de papelería para la casa de huéspedes

Figura 30 Modelo de reserva



★Registro de servicios de hospedaje y alimentación★

NOMBRE COMPLETO: *
Nombre Apellidos

servicios que adquiere *

E-mail: *
ejemplo@ejemplo.com

Teléfono celular: *
código país código área Phone Number

Dirección: *
Calle y número

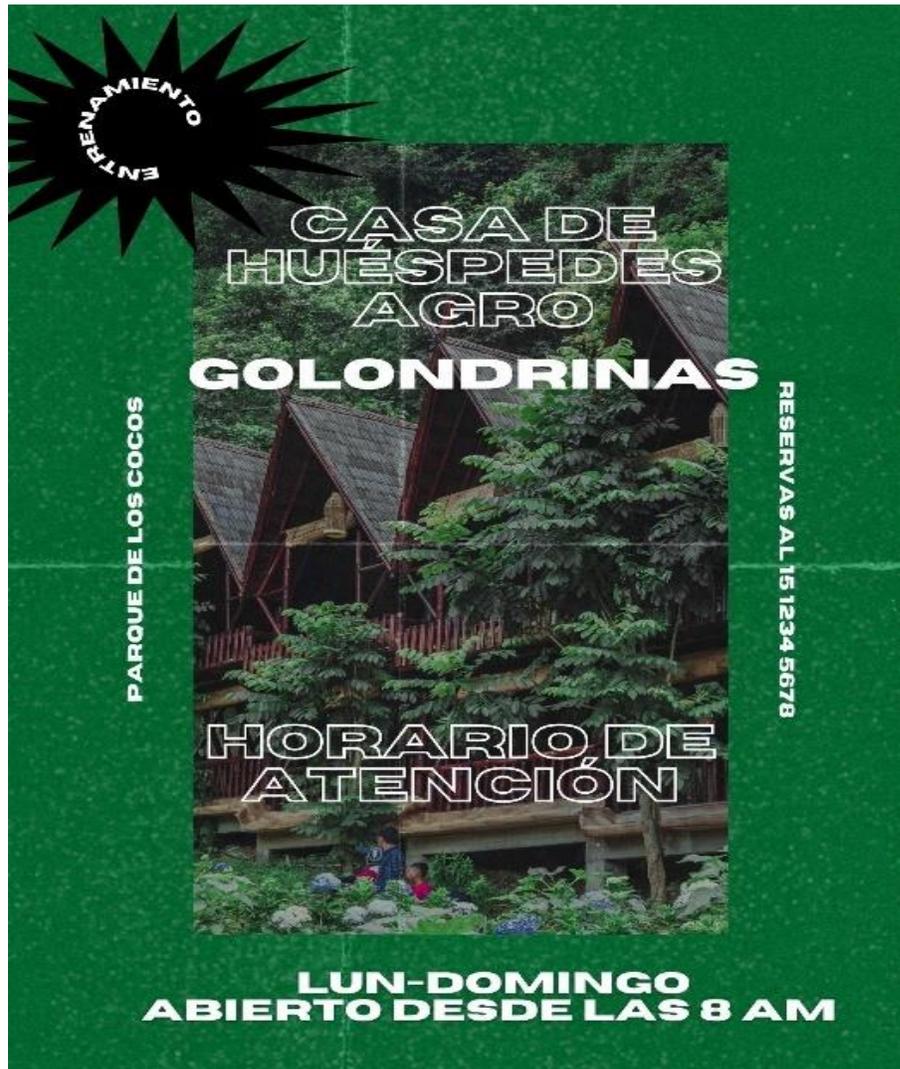
Fraccionamiento

Nota: se muestra el diseño de los productos personalizados de la casa de huéspedes

3.12.7 Materiales publicitarios

Para potencializar la marca del nuevo emprendimiento se planea, realizar banners, anuncios, Flyers, trípticos para de esa manera promocionar la marca.

Figura 31 Banner



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

Figura 32 Post redes sociales



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

Figura 33 Diseño de tríptico publicitario.



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

Figura 34 Página web



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

Figura 35 Anuncios



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

Figura 36 Tríptico



Nota: se muestra el diseño de los materiales publicitarios de la casa de huéspedes

CAPITULO IV: ESTUDIO DE TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

4.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

El presente estudio tiene como finalidad verificar la ubicación en la que será implementado el nuevo establecimiento como lo es Casa de huéspedes, para facilitar e incurrir en las necesidades de Los futuros clientes. El Recinto Las Golondrinas cuenta con ubicación privilegiada, ya que se encuentra en el centro de los poblados de Puerto Quito, Quinindé y Santo Domingo por ende da oportunidad para la construcción o readecuación de espacios para recibir turistas.

En lo que respecta al tamaño que abarca la Casa de huéspedes, se observa como eje principal la readecuación de cuatro habitaciones equipadas y especializadas para brindar el servicio de alojamiento en la localidad, donde la habitación principal será estándar o matrimonial que se puedan alojar dos personas, también contara con dos habitaciones dobles con capacidad de 4 personas y finalmente una habitación triple adaptada para recibir 3 personas, donde la capacidad máxima que se tendrá en el establecimiento será 9 personas por día.

El terreno previsto para la implementación de la nueva idea de negocio tiene alrededor de 10 hectáreas 100.000 metros cuadrados de área natural y campestre para el disfrute del turista. Dentro del terreno se encuentran los ríos principales del sector como lo es el rio agua clara para la implementación de deportes de aventura como tubing, paseo en botes y pesca deportiva. También cuenta con 5 parcelas de cultivos agrónomos característicos de la zona como es cacao nacional, café, maracuyá, pimienta y palma, mismas que se utilizarán para el diseño de una ruta agro turística, que llamen la atención del turista.

Para la adecuación de espacios de recreación y construcción de la casa de huéspedes se plantea la utilización de materia prima característica del sector como lo es guayacán o pambil, estos espacios estarán adecuados para toda clase de edad desde niños hasta adultos mayores.

Para la implementación de la nueva idea de negocio se prevé la búsqueda de recursos financieros por medio del financiamiento o acceso a créditos bancarios para la compra de insumos, entre otros que permitan la activación del nuevo emprendimiento.

4.2 Identificación de la demanda

Para la readecuación e implementación de una casa de huéspedes en el sector Las golondrinas a través de las encuestas realizadas a los poblados de Puerto Quito, Quinindé y Santo domingo, se evidenció el número de consumidores que conciernen a la demanda potencial, dando como resultado a 50.664 personas de la provincia de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas, estos datos se obtuvieron a través del análisis de la encuesta en donde se tomó en cuenta el porcentaje con intención de compra al servicio de alojamiento y recreación para la Casa de huéspedes, lo que pertenece al 8% de total de encuestados.

4.3 Número de clientes proyectados

Para lograr conseguir el número de clientes proyectados del nuevo establecimiento, se hizo un breve análisis a la oferta en cuanto a los servicios relacionados a productos de alojamiento y recreación, en donde se evidencio a 23.584 personas como parte de la competencia existente de los poblados ya antes mencionados, con respecto a la implementación de una casa de huéspedes el número de clientes que se espera recibir al cabo del año de reapertura es de 2.376 personas. Siendo esto el resultado de la multiplicación de la capacidad máxima que tendrá en establecimiento con los 365 días del año para ser dividido a un 60% de flujo de visitas que se estima.

4.4 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

4.4.1. Macro localización.

La casa de huéspedes se encontrará localizada al norte de la República del Ecuador en la provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, parroquia García Moreno, recinto Las Golondrinas recientemente integrado a este cantón interandino, cuenta con un gran potencial turístico debido a su belleza paisajística muy capaz de atraer turistas tanto nacionales como internacionales. Los consumidores para la casa de huéspedes que estará ubicada en sector Las Golondrinas serán los poblados cercanos como lo es Puerto Quito, Quinindé y Santo Domingo.

La materia prima para la adecuación de la casa de huéspedes se pretende adecuar 4 habitaciones totalmente equipadas con sistema de iluminación de emergencia, servicio de internet en un área común, servicio telefónico, servicio de recepción, sala de estar un área de comedor y cocina entre otras.

Las Golondrinas cuenta con los servicios básicos como luz, agua, energía eléctrica, alcantarillado y recolección de basura, también cuenta con un subcentro de salud, además de pequeñas tiendas que ofrecen servicios bancarios.

Figura 37 Mapa de la república del Ecuador



Nota: se muestra la ubicación geográfica del Ecuador a través del programa de ArcGIS online.

Figura 38 Mapa de la provincia de Imbabura



Nota: se muestra la ubicación geográfica de la Provincia de Imbabura a través del programa de ArcGIS online.

Figura 39 Mapa del cantón Cotacachi



Nota: se muestra la ubicación geográfica del Cantón Cotacachi a través del programa de ArcGIS online.

Figura 40 Mapa del recinto Las Golondrinas

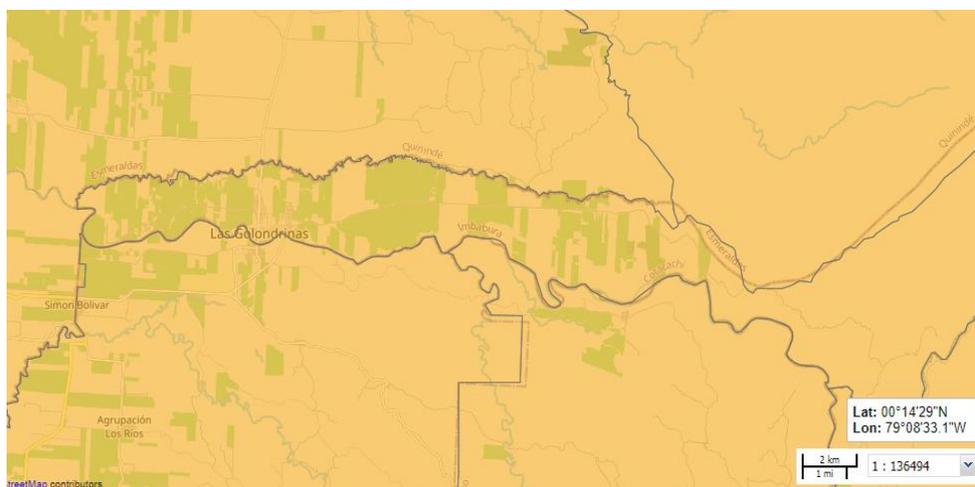


Nota: se muestra la ubicación geográfica del Recinto Las Golondrinas a través del programa de ArcGIS online.

4.4.2 Micro localización

La casa de Huéspedes se encontrará ubicada en el recinto Las Golondrinas cantón Cotacachi, parroquia García Moreno de la provincia de Imbabura, cuenta con un aproximada de 8000 habitantes a latitud de $00^{\circ}19'16.1''N$ y una longitud de $79^{\circ}08'06''W$ a sus alrededores se encuentra a los poblados de Puerto Quito, Quinde y Santo Domingo, su clima húmedo tropical varía entre los 20° a 27° y cuenta con una superficie de 124.86 km^2 , lo que da oportunidad a la creación de nuevos establecimientos que brinden servicios de hospedaje alimentación y recreación.

Figura 41 Mapa de localización de las Golondrinas



Nota: se muestra la ubicación geográfica del Recinto Las Golondrinas a través del programa de ArcGIS online

4.5 Identificación y descripción de los procesos

4.5.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

Esta casa de huéspedes proveerá productos de calidad tales como: Alojamiento, Restaurante, Guía agroturística y degustación del producto artesanal local, acordes a las necesidades del turista.

Para la definición de los servicios y productos que ofrecerá la casa de huéspedes se realizó el análisis de la encuesta basada en el comportamiento del consumidor, en donde se escoge las opciones más convenientes adaptadas a la accesibilidad del turista.

4.5.1.1 Producto 1 Alojamiento.

La Casa de Huéspedes ofrecerá 4 habitaciones confortables, de las cuales 1 será estándar o matrimonial, 2 habitaciones dobles y 1 triple equipadas con camas adecuadas, baño privado, lencería acorde a decoración como, cortinas, sábanas, fundas de almohada, cobijas, cubrecamas, toallas de cuerpo y producto de baño como shampoo, y jabón de olor. Con precios desde 15 \$ (Estandár) 25\$ (Doble) y 35\$ (Triple).

La adquisición de este producto incluye visita guiada por la ruta agroturística por los cultivos en donde se planea la creación de senderos por las parcelas de siembras de Cacao nacional, café, pimienta.

4.5.1.2 Producto 2 Restaurante.

Se diseñará platos típicos del sector como tonga manabita, tilapia frita, encocado de pescado, caldo de gallina criolla, mismas que irán desde un precio cómodo y accesible desde 3,00\$ hasta 10 dólares, dependiendo la exigencia del turista. Precio justificado a través del análisis de la encuesta realizada a las ciudades de Puerto Quito, Quinindé.

4.5.1.3 Producto 3 Ruta Agroturística

Se ofrecerá una ruta agroturística por las parcelas de cultivos que existen en los terrenos de la casa de huéspedes como es: Cacao Nacional, café, maracuyá, pimienta y palma, con un valor de 5\$

4.5.1.4 Producto 4 Paseo en bote.

Se aprovechará el río agua clara para paseos en bote al precio de 5\$.

4.5.1.5 Producto 5 Tubbig.

Se ofrecerá la actividad de tubbig por las corrientes del río Agua clara que se encuentra en los terrenos de la Casa de huéspedes. Con valor de 5\$

4.5.1.6 Producto 6 Degustación de producto artesanal

Se ofrecerá manjares tropicales propios de la localidad como el manjar de guayaba, mango, pechiche, piña, borjón, y el exquisito chocolate de la localidad.

Tabla 10 Servicios Casa de huéspedes

Servicios	Alimentación Hospedaje
Servicios complementarios	Ruta Agro turística Paseo en bote Pesca deportiva

Nota: se muestran los servicios que oferta la Casa de huéspedes

Tabla 11 Precios de servicios ofertados por la Casa de huéspedes

Servicios	Productos	Costo
Alimentación	Tonga manabita	4,00\$
	Seco de gallina	4,00 \$
	Caldo de gallina	3,00 \$
	Tilapia frita	3,00 \$
	Encocado de pescado	3,00\$
	Encebollado	
	Bebidas cortesía de la casa.	3,00\$ 3,00\$
Alojamiento	Habitación estándar o matrimonial	15,00\$
	Habitación doble	
	Habitación triple (3 personas)	25,00 \$ 35,00\$
Complementarias	Ruta agroturística por los cultivos del establecimiento	5,00 \$
	Paseo en bote	
	Tubbing por el río	3,00 \$
	aguaclara	5,00\$
	Degustación de productos gastronómicos	5,00\$

Nota: Los costos ofertados se verificaron a través del análisis de encuesta con los turistas que tienen intención de compra de los servicios y productos.

4.6 Descripción del proceso evolutivo o prestación de servicios.

4.6.1 Ingeniería del proyecto

En este apartado se detallarán los recursos materiales, físicos, estructurales, económicos, mano de obra, entre otros; para el correcto funcionamiento de la casa de huéspedes, en donde se establecerá la distribución y el diseño del nuevo establecimiento, el cual estará basado en la riqueza natural y agrónoma representativa de Las Golondrinas.

4.6.2 Distribución de la planta

La planta de la casa de huéspedes comprende un área total de 300 m², que estará dividida en dos plantas mixta de cemento y madera, en ese caso; el área quedará distribuida con seis áreas de uso común en la que se distribuirán las siguientes subáreas como el área financiera y contabilidad, servicio al cliente, comunicación y publicidad; y finalmente ventas.

4.6.2.1. Área de recepción

La sala de recepción tiene un área de 25m² dentro de esta se encuentran 1 escritorio, una sillas giratorias, 1 computadora, folletos publicitarios y suministros de oficina y dos muebles para recibir turistas.

4.6.2.2. Área de servicios higiénicos

Se dispondrá de una batería sanitaria para el público en general ubicado cerca de recepción.

4.6.2.3. Área de parqueadero

El área de parqueadero tendrá un área de 25m con señalización respectiva para su uso.

4.6.2.4. Área de parqueadero

La casa de huéspedes dispondrá de 4 habitaciones equipadas con sistema de iluminación de emergencia, baño privado, mueble de descanso y

ropero de guardar sus pertenencias.

4.6.2.5. Área de restaurante de parqueadero

El área de restaurante tendrá todos los equipamientos de cocina

4.6.2.6. Área de estar.

El área de estar estará compuesta por muebles, mesa pequeña, televisión hd, entre otros.

4.7. Planos

Figura 42 Plano planta principal



Nota: se muestra el plano de la Casa de huéspedes con la distribución de las áreas respectivas, se muestra el plano de la planta principal que comprende la recepción, baño público, cocina-restaurante, sala de estar y parqueader.

Figura 43 Plano segunda planta de casa de huéspedes



Nota: En el siguiente grafico se muestra la división de las habitaciones en la segunda planta, el primer estándar o matrimonial, dos habitaciones dobles y una triple capacidad máxima de 9 personas por día, a través del programa de Planner 5D.

4.8. Infraestructura

Tabla 12 Infraestructura

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Habitación matrimonial	Construcción estilo rústico de madera de 45 m2	1	5000usd	50000usd
Habitación doble	Construcción a base de madera de 60m2	2	6000usd	12 000usd
Habitación triple	Construcción a base de madera de 70m2	1	7000usd	7000 usd
TOTAL PRESUPUESTO				24.000 usd

Nota: se muestran los valores de la infraestructura de la Casa de huéspedes y a su vez con las características respectivas

4.8.1 Maquinaria y Equipo

Para el desarrollo de las actividades de la Casa de huéspedes, será de gran importancia el uso y empleo de la maquinaria y equipo que se describe a continuación; pues, se establecen la maquinaria para la producción del servicio y los subproductos que se derivan de la actividad económica

Tabla 13 Descripción de maquinaria y equipo

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
Cocina	Cocina industrial de 3 quemadores	1	Cocina industrial de acero inoxidable con patas hierro.	235.00 usd
	Refrigeradora indurama RI-385	1	Refrigeradora modelo RI-385 de 12 pies ancho 62 cm, profundidad 67 cm, altura total 158 cm	500.00 usd
	Batería de cocina de solar de acero inoxidable de 6 piezas	1 juego completo	batería de cocina Tramontina de acero inoxidable de 6 piezas incluye ollas sartenes y cazuelas.	150.00usd
	Juego de cubiertos acero inoxidable 24 pzas	2 juegos completos	El juego cuenta con cucharas con cuenca en formato simétrico y bordes, tenedores, cuchillos. Las piezas son de acero inoxidable.	100 usd

	Vajilla Artisan porcelana 4 6 piezas	3 juegos completos	- (4) Platos Grandes - (4) Platos pequeños - (4) Platos de Té - (4) Tazas MATERIAL: - Porcelana Fina de Alta Resistencia	50.00 usd
	Juego de vasos de cristal	3 juegos	Incluye: 1 jarra 1,56 litros y 4 vasos 28 cl. Medidas jarra: 13,7x21,6 cm Medidas vasos: 7,4x10,3 cm Vidrio templado Apto para lavavajillas Apto para microondas	24,00 usd
	Tostadora	1	Tostadora BLACK+DECKER 3-in-1 Waffle Maker with Nonstick Reversible Plates, Stainless Steel, G48TD	50.00 usd
	Cilindro de gas	1	Tanque Cilindro de gas Agip Gas	40,00 usd
	Parrilla asador mediano para asados	1	Parrilla portátil hecha de hierro termorresistente.	23,00 usd
	Licuada Oster	1	• Vaso de vidrio de 1,25 litros resistente a choques térmicos. • Voltaje: 120 V y 220 V Dimensiones: • Ancho: 18 cm • Profundidad: 22 cm • Altura total: 40 cm	70,00 usd
	Herramientas de limpieza	1 juego	El juego comprende escoba, recogedor, trapeador, trapos, guantes.	30,00 usd
Restaurante	Juego de sillas y mesas	3 juegos	Mesa de 100x60cm 15mm de grosor 4 sillas asiento redondo Pintura electrostática o al horno Cloro del tapiz y color de tablero	345.00 usd
	Cenicero o basusero	2	Basureros de pedestal permite que los fumadores puedan	50,00 usd

			apagar y tirar sus puchos sin peligro para su alfombra o pisos.	
	Lampara de mesa	6	Lamparas de mesa diseño retro de lujo aspecto antiguo, vintage y versátil, con puertos USB duales integrados	210,00 usd
	Camas de dos plazas	6	Camas a base de madera laborada de dos plazas	630.00 usd
	Camas literas	2	Litera tipo americana de 2 plazas	320,00 usd
	Colchón de dos plazas	9	Colchón Ortopédico Resortes Tela Anti-ácaros Anti-alérgico. Altura: 28 cm - Tela Anti bacterias.	800.00 usd
Habitaciones	Juego de sabanas	10	Sabana de 2 plazas - 4 Piezas - 1 ajustable 140 x 190 x 25 cm - 1 sabana superior 220 x 235 cm - 2 Fundas Almohada 70 x 45 Cm - 50% algodón - 50% poliéster	120.00 usd
	Almohadas	20	Fabricada en microfibra, relleno 100% poliéster - Superficie piel de durazno, suave al tacto - Dimensiones: 50 x 70 x 20 cm	120.00 usd
	Edredones y cobertores de tela	10	Cobertores/edredones elaborados en tela piel de durazno suave al tacto ó también en telas lujosas. Excelente tela, excelentes acabados, excelente tamaño. Incluye 2 cojines.	450.00 usd

	Muebles	4	Muebles únicos para decoracione de dormitorios	260,00 usd
	Armarios	4	Armarios de varios colores plomo, café, crema, café oscuro	470.00 usd
	Tacho de basura ecológico de 12 litros	4	Tacho con pedal para levantar la tapa. Incluye un tacho interno. Capacidad: 12 litros Medidas: 31.5 x 27.5 x 36.5 cm Peso: 11.95 kg	50.00 usd
	Espejo en marco de madera	4	Espejo en marco de madera, de fácil montaje.	52.00 usd
	Cortinas de Tul para decoración de habitación	4	Cortinas De Gasa Ligeras, Aireadas.	30.00 usd
	Alfrombras para dormitorios	4	Alfombra de pelos minimalista para sala comedor decoracion elegante y moderno diseño.	18
	Inodoro Edesa con Pedestal mas lavabo	6		510.00 usd
	Mesa de centro de vidrio elegante	1	Mesa de centro de vidrio elegante con base de madera.	80.00 usd
	Lampara de mesa	1	Foco LED Boquilla: E27 Cristal: Ambar Potencia: 8W.	29,00 usd
Sala de estar	Sofa set innova	1	Set innova de 139,99 incluye : * 1 sofa doble xg * 2 sofa individuales xg innova * 1 puff central * 2 cojines de 40x40 cm	139.99 usd
	Z8H Full Array LED 8K HDR	1	XBR-85Z8H LA8 85 pulgadas Incluye barra de sonido HT-G700 gratis, Zonas de LED iluminados, Procesador de	1789.00 usd

			imágenes X1™ Ultimate para un realismo	
	MESA PARA TELEVISOR 85 " HARMONY		Mesa de madera para televisión hd	180
Actividades	Bote inflable intex Seahawk 3 790lb con remos	3	2 soportes para cañas de pescar, válvulas de Boston de rápido llenado y desinflado rápido 400kg) límite de peso máximo All-Around Grab Line, bolsa de batería, bolsa de engranajes para un llenado rápido Medidas: 328 cm x 145 cm x 48 cm Usuarios: IDEAL 4 PERSONAS PERO SE PUEDE USAR hasta 5 PERSONAS DE 75KG PROMEDIO	1308.00 usd
	Chalecos salvavidas Dalang times	12		480.00 usd

Nota: se muestran toda la maquinaria y equipos necesarios para la ejecución de las actividades de la Casa de huéspedes.

4.8.2 Insumos

Tabla 14 Descripción de insumos

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL
Habitaciones	Colchón 2 ½ pl	9	Colchón continental de Lujo Pillow Top	187,97	1.879,7
	Cama de 2 ½ pl a base de madera	6	Cama de dos plazas elaborada de madera de guayacán.	105,00	630.00
	Cama litera 2 plazas	2	Cama litera de dos plazas tipo americana	160.00	320.00
	Lampara de mesa	6	Lampara de mesas con puertos duales usb integrados	35.00	210.00
	Juego de sábanas	10	Juego de sábanas de 2 plazas	12.00	120.00
	Almohadas	20	Almohadas de fibra de 60x70	6.00	120
	Edredones y cobertores de tela	9	Edredones y cobertores de dos plazas	50	450.00
	Muebles	4	Muebles de madera	65.00	260.00
	Armarios	4	Armarios de madera para dormitorios	117.50	470.00
	Tacho de basura	4	Tacho de basura	12.5	50.00
	Espejos	4	Espejo de aluminio	13.00	52.00
	Cortinas	4	Cortinas de Gasa	7.5	30.00

Nota: se muestran todos los insumos necesarios para la ejecución de las actividades de la Casa de huéspedes.

4.8.3 Capital de trabajo

Tabla 15 Descripción capital de trabajo

ÁREA	RUBRO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL usd
Servicios básicos		1	Pago de servicios básicos como luz agua telefono	35.00	35.00
Salarios		3	Pago de salarios a trabajadores	420.00	1260
Márketing y comercialización		1	Pago de estrategias de publicidad	320.00	320.00
Materias primas		1	Pago de materia prima adquirida	560.00	560.00

Nota: se muestra el capital de trabajo necesario para la ejecución de las actividades de la Casa de huéspedes.

4.8.4 Inversiones y capital de trabajo

En el presente apartado se detalla el monto de inversión en los diferentes ítems que permiten el correcto funcionamiento de Casa de huéspedes Agro-Golondrinas, que permiten la compra de materia prima, insumos, contratación de capital humano y estructura física del local

Tabla 16 Detalle de inversiones y capital de trabajo

Detalle	Monto
Construcción/adequaciones	24.000 USD
Maquinaria y equipos	9.812 USD
Insumos y requerimientos	9.812 USD
Capital de trabajo	2.175 USD
TOTAL	46.624 USD

Nota: se muestra el detalle de las inversiones y capital de trabajo

4.9 Estructura organizativa y administrativa

4.9.1 Misión

Ofrecer servicios de hospedaje y alimentación óptimos, con personal capacitado en atención al cliente, productos basados en calidad que garantice al huésped satisfactorio descanso.

4.9.2 Visión

Lograr posicionarnos como la mejor casa de huéspedes del sector mediante la revalorización del conjunto de sistemas agrícolas existentes en el recinto Las Golondrinas, a través de servicios y productos innovadores basados en la calidad, para ser reconocidos a nivel nacional por la confianza brindada a los clientes.

4.9.3 Políticas

Las políticas efectuadas por la casa de huéspedes que permitirán instituir una convivencia oportuna entre los empleadores son:

- Capacitación sobre atención al cliente y comunicación eficaz de todos los empleadores.
- Los trabajadores deberán portar sus respectivos uniformes otorgados por el establecimiento.
- Se debe respetar los horarios de trabajo sean de ingreso o de salida.
- El uniforme representativo de la casa de huéspedes no puede ser utilizado fuera del horario de trabajo.
- Los incumplimientos en las políticas demandaran de un descuento en sus cobros mensuales.
- Si el empleado necesita permiso debe justificar con anticipación.

4.9.4 Valores

Los valores corporativos establecidos a continuación son las que permitirán un ambiente más formidable en el ámbito laboral.

- Puntualidad

El empleador debe cumplir con los horarios establecidos tanto de entrada y salida como la de los recorridos organizados.

- Compañerismo

Cuidar la relación que tiene con sus compañeros para lograr un ambiente más formidable entre el personal que labora.

- Responsabilidad

Tratar de cumplir con todos los requerimientos tanto de los empleadores como los huéspedes para una mejor consolidación del establecimiento

- Respeto

Respeto al momento de brindar la atención al cliente, sin discriminar su origen étnica, clase social, género

- Profesionalismo

Brindar un servicio de calidad y con calidez al cliente en todo el proceso de alojamiento

- Calidad

Calidad en los servicios y productos comercializados dentro de la casa de huéspedes

- Honestidad

Responsabilidad y ética a la hora de desarrollar las actividades de atención, comercialización y venta de los servicios de la casa de huéspedes

4.10 Marca e imagen corporativa

Figura 44 Logotipo Agro-Golondrinas



Nota: se muestra el logo de Agro-Golondrinas

El logotipo diseñado para la imagen corporativa del nuevo emprendimiento cuenta con características del Recinto Las Golondrinas, en la parte lateral se puede observar el producto característico predominante que ofrece el sector, en la parte central se puede visualizar el nombre que identificará a la casa de huéspedes, reviviendo las tradiciones agropecuarias del sector y por último el slogan.

A continuación, se describe cada aspecto tomado en cuenta para la elaboración del Logotipo.

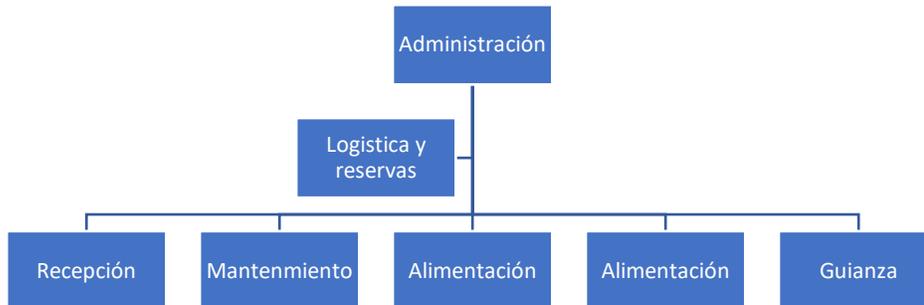
Nombre: "Agro-Golondrinas"

El nombre Agro-Golondrinas escogido para el nuevo emprendimiento tiene que ver directamente con las actividades socioeconómicas del sector, donde se valora los conocimientos en lo que respecta al conjunto de sistemas agrícolas, donde se reactive los saberes tradicionales de siembra y cosecha.

4.11 Organigramas

4.11.1 Organigrama estructural

Figura 45 Organigrama estructural



Nota: se muestra la estructura del organigrama de la Casa de huéspedes.

Acorde con la diagramación del organigrama estructural de la casa de huéspedes, se puede evidenciar una forma estructural vertical y horizontal, con la existencia de áreas de funcionamiento de la casa de huéspedes que permiten brindar a sus clientes un servicio de calidad y calidez.

4.11.2 Diagrama funcional

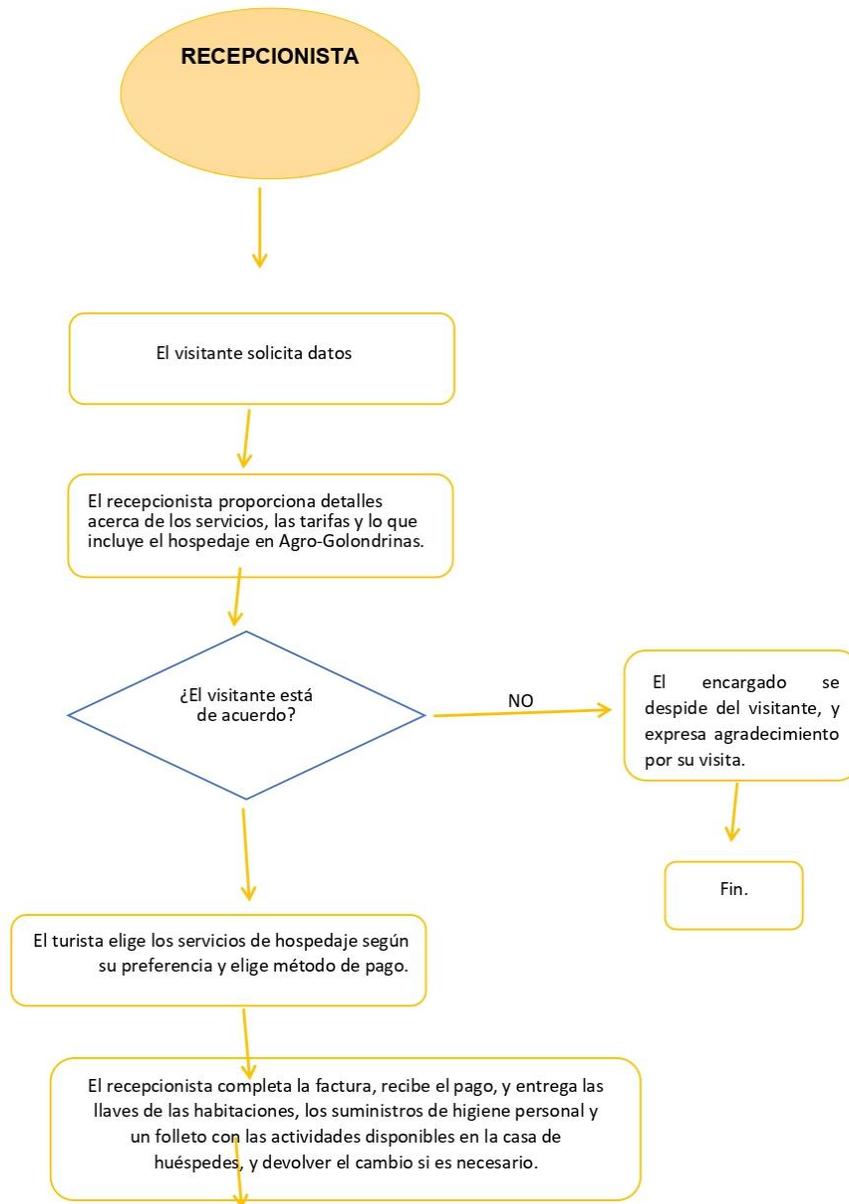
Figura 46 Diagrama Funcional



Nota: se muestra la estructura del diagrama funcional la Casa de huéspedes.

Figura 47 Flujograma de actividades

Nota: se muestra el flujograma de actividades de la Casa de huéspedes



4.12 Descripción del diagrama de flujo

4.12.1 Actividades para el proceso de venta del servicio

Se describe el proceso de la ejecución de las actividades de atención al cliente desde su fase inicial que es el ingreso a la Casa de huéspedes.

- Antes:

El visitante llega a la sala de recepción de la Casa de huéspedes y el encargado recibe calurosamente con un saludo quien le da el siguiente saludo: Bienvenido a la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas, nos complace su visita, ¿con qué servicios le podemos ayudar?

El cliente querrá saber más información sobre costos de alojamiento e inclusiones de su pago.

La persona encargada le proporcionará información sobre los precios de las habitaciones y lo que incluye como alimentación y actividades complementarias.

Se consultará al cliente o turista si está interesado en alguno de los paquetes turísticos que la Casa de Huéspedes ofrece, si el visitante no requiere ningún servicio, se despide amigable y cortés, agradeciendo por su visita y diciendo la siguiente frase: La Casa de huéspedes Agro- Golondrinas agradece su presencia, esperamos tenerlo pronto por aquí”

En cambio, si la respuesta es positiva se procede a efectuar el pago utilizando el método de su mejor elección, ya sea efectivo, con tarjeta o transferencia. Luego se genera la factura, se realiza la transacción y de inmediato se entregan las llaves de las habitaciones junto con los artículos de aseo que le corresponden.

Durante:

Una vez hospedados el recepcionista presenta al guía que estará encargado de la ruta agroturística.

En este momento, el encargado de realizar el recorrido por las instalaciones y los espacios procede a dar la bienvenida y la información pertinente en cuanto a la estancia

dentro del lugar y las medidas de bioseguridad y convivencia que se manejar y finalmente, procede a realizar el recorrido.

4.12.2 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

La implementación de casas de huéspedes en áreas rurales ha demostrado ser una herramienta útil para ayudar a personas comprometidas, emprendedoras, con cultura de servicio y disposición para operar negocios de alojamiento responsable, incluidos en la Ley de Turismo (López, Alejandro; De Esteban, 2010). La propuesta de implementación se llevará a cabo en el Recinto Las Golondrinas, según la clasificación de Casas de huéspedes del Ministerio de Turismo MINTUR (2016), los servicios de alojamiento se brindan en la casa donde vive su prestador del servicio y cuenta con una Habitación independiente.

4.12.3 Requisitos para el registro

Según el Servicio de Rentas internas (SRI, 2022) para el registro se debe tener en cuenta lo siguiente:

Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico deberán contar con los siguientes documentos:

- a) En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;
- d) Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
- e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente
- f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal (p.1)

4.12.4 Pasos para la constitución de nuevas empresas

Para constituir una sociedad es necesario inscribirse dentro del registro mercantil, el mismo que da inicio a la constitución de modo legal de la sociedad con personería jurídica y a su vez debe registrarse como nuevo usuario en el sitio web de la Autoridad Reguladora de Empresas y Valores (Superintendencia de Compañías, 2016). Para ello; lo pueden hacer a través de la página web de la Superintendencia de Compañías siguiendo los pasos que se detallan a continuación:

- 1) Acceder al Portal de la Superintendencia de compañías Autoridad Reguladora de Empresas y Valores: <http://www.supercias.gob.ec>.
- 2) Seleccionar la opción Portal del programa en línea
- 3) Hacer clic en el hipervínculo en la pantalla de inicio de sesión
- 4) Se muestra la pantalla Información de registro, en donde se deberá llenar la información requerida
- 5) Se prosigue con el registro, crackeando en el botón
- 6) El sistema le pedirá que envíe un correo electrónico, al cual se remitirá el correo con la notificación del registro
- 7) Pulsar el botón Aceptar.
- 8) Inicie sesión en la cuenta de correo electrónico registrada.
- 9) Abrir el correo electrónico enviado por la Autoridad de Regulación Corporativa
- 10) Hacer clic en el hipervínculo Activar cuenta de usuario.
- 11) Introducir las credenciales de la nueva contraseña. Cumpliendo con los lineamientos que se solicitan en la página
- 12) Se procede a confirmar la contraseña, digitándola por segunda ocasión.
- 13) Pulse el botón "Aceptar". Finalmente, el sistema se activa

Después del registro, solicitar el establecimiento Empresas que realizan los siguientes procesos específicos:

- 1) Visite el Portal de la Autoridad Reguladora de Empresas y Valores:

<http://www.supercias.gob.ec>.

Presione la opción para configurar la empresa, ingresará su nombre de usuario y contraseña obtenida previamente, se debe completar el formulario de solicitud de registro comercial y a su vez, los estatutos serán propuestos para que se lleve a cabo la sociedad.

Por tanto, el socio se considera una persona física, por lo tanto, complete los datos en el sistema basado en esta opción seleccionada, se presiona el último botón, para agregar los datos de los socios se debe completar el apartado designado con sus datos personales.

4.13. Propuesta comercial

El objetivo principal del plan de marketing es publicitar y promocionar los servicios de alojamiento y restauración de la casa de huéspedes que se llevará a cabo en el recinto Las Golondrinas. Siendo esta una oferta nueva en la región, se debe enfocar en atender las necesidades y preferencias para que tengan una experiencia única y memorable, fidelizando a nuestros clientes y ayudarlos refiriéndolos de la misma manera que a su familia. y amigos.

4.13.1 Plan de comercialización y marketing

En este apartado, se establece el parámetro que describe la estrategia de marketing del operador turístico para promover paquetes y servicios, y también comprenderá las alianzas estratégicas que beneficiarán a la empresa.

4.13.2 Nombre Comercial

El nombre que se eligió para el nuevo emprendimiento de alojamiento es “Agro-Golondrinas Casa de huéspedes tradicional”, en ese sentido; para el diseño de la imagen corporativa del nuevo emprendimiento se toma en cuenta las características del Recinto Las Golondrinas, en la parte lateral se puede observar el producto característico predominante que ofrece el sector, en la parte central se puede visualizar el nombre que identificará a la casa de huéspedes, reviviendo las tradiciones agropecuarias del sector y por último el slogan.

A continuación, se describe cada aspecto tomado en cuenta para la elaboración del Logotipo.

Nombre: “Agro-Golondrinas”

El nombre Agro-Golondrinas escogido para el nuevo emprendimiento tiene que ver directamente con las actividades socioeconómicas del sector, donde se valora los conocimientos en lo que respecta al conjunto de sistemas agrícolas, donde se reactive los saberes tradicionales de siembra y cosecha.

Slogan: “Casa de huéspedes tradicional”.

La frase que representa al nuevo emprendimiento da la idea del tipo de establecimiento que se va a ofertar en el recinto Las Golondrinas enfocándose a las tradiciones sean estas gastronómicas o agropecuarias que aguarda el sector. invita a los visitantes a conocer los recursos turísticos tanto paisajísticos como naturales con los que cuenta el sector y vivir experiencias inolvidables.

Icono: Imagen de Cacao producto representativo del sector.

El icono seleccionado para representar la imagen del emprendimiento es el cacao cuya función representa la economía del sector, Donde la fruta obtenida es cosechada y comercializada a grandes empresas de elaboración de chocolate ubicadas en la ciudad de Santo Domingo

Colores:

Negro: el color negro ubicado en el logo tiene significado de elegancia, demuestra la noche y la ausencia de luz.

Verde: El verde se relaciona con el crecimiento, la salud y la naturaleza. En donde se indica que el emprendimiento es ecológico, basado en agricultura en donde sus productos son orgánicos y frescos.

Figura 48 Logo



Nota: se muestra el logo de Agro-Golondrinas

4.13.3 Canales de Distribución

Por otro lado, los canales de distribución son una herramienta de difusión del producto, en base al espacio, territorio y diferentes condiciones en las que se encuentra el producto; por lo cual es eficiente pues se muestra el producto en tiempo real para que sea adquirido por el consumidor o la empresa, esto permitirá a la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas a manejar un plan estratégico de comunicación y publicidad del producto, pudiendo informar de modo correcto y oportuno las promociones, contactos u ofertas que se dirigen a los clientes, por estos mecanismos de difusión se proyecta una mejor accesibilidad al consumo del bien (Pico, 2017).

En ese sentido, se facilita la compra y la toma de decisiones de los consumidores pues poseen fácilmente la información de producto y los medios por los cuales pueden acceder a la compra de los productos y/o servicios ofertados (Borja et al., 2020).

4.13.4 Canal directo

Los canales directos son aquellos en los que le cliente tiene contacto directo con los asesores o encargados de la difusión del producto por estos medios, en ese sentido;

se puede mencionar a las plataformas virtuales como redes sociales, paginas web y otros espacios que permiten la fácil promoción y accesibilidad a la compra de los productos (Rock, 20219). Como canales directos se emplearán plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube en donde se crearán plataformas de la casa de huéspedes agro-golondrinas, con el principal objetivo de promocionar y publicitar los productos a sus potenciales clientes; para que sea de fácil acceso a la hora de comprar los paquetes turísticos.

Tabla 17 Medios de difusión

Medio de Difusión	Explicación
Facebook	Se creará una fan Page de la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas, en donde se promociona a sus servicios, paquetes turísticos y demás. Conociendo de modo mas accesible a sus promociones.
Página Web	Será un espacio dedicado a la comunicación y promoción de todos los servicios que ofertará la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas, con mayor facilidad y contacto con sus asesores
Trípticos	Serán distribuidos como medio de promoción física de los productos y servicios ofertados por la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas de modo mas directo con los potenciales consumidores

Nota: se detallan los medios por los cuales se realizará la difusión del emprendimiento

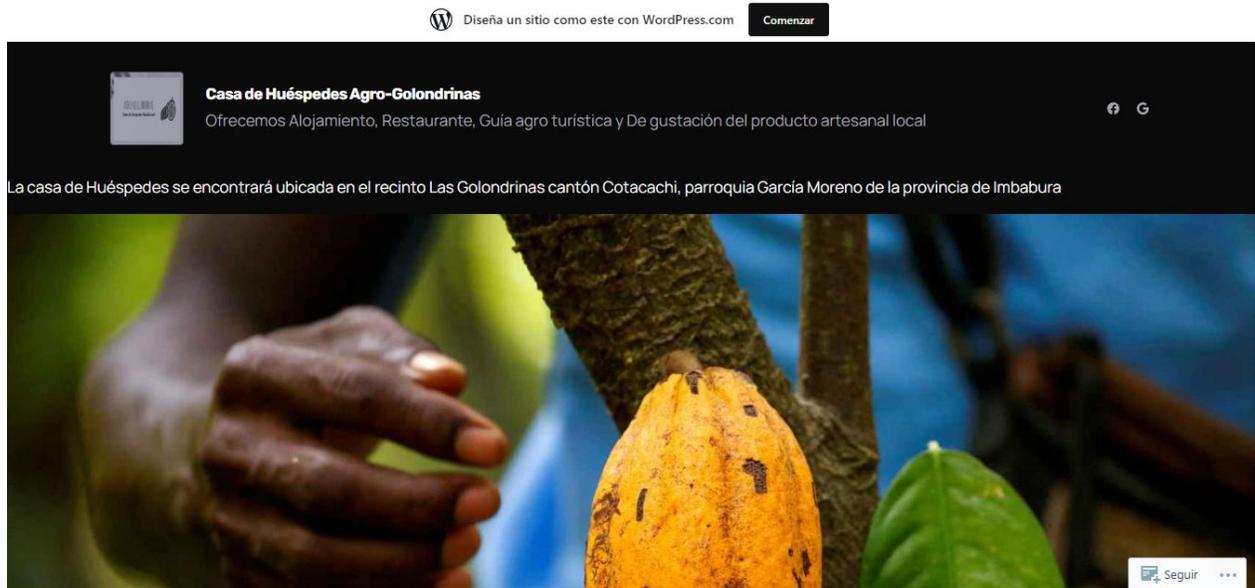
Figura 49 Facebook



Nota: se muestra los medios de difusión en donde se puede canalizar la atención al cliente

Canales directos

Figura 50 Página web



Nota: se muestra los medios de difusión en donde se puede canalizar la atención al cliente

Tríptico

Figura 51 Tríptico frontal



Nota: se muestra los medios de difusión en donde se puede canalizar la atención al cliente

Figura 52 Tríptico posterior



Nota: se muestra los medios de difusión en donde se puede canalizar la atención al cliente

Figura 53 Post Facebook



Nota: se muestra el post para la plataforma de Facebook

Canal indirecto

Es aquel canal de venta indirecta de los productos al consumidor con el uso de intermediarios (Keyser, 2019). La casa de huéspedes realizara alianzas estratégicas a través de convenios con empresas que tienen reconocimiento y popularidad de la provincia de Imbabura con respecto a servicios de alojamiento, con la finalidad de lograr un beneficio mutuo.

Kasahma Eco Resort y spa es un hotel para familias con servicios de alimentación y alojamiento reconocido en el cantón Puerto Quito, como un ente de promoción y fortalecimiento del turismo de naturaleza realizado a nivel nacional

La hostería Eco Lodge LATORRE es una hostería de cuatro estrellas, encargada de prestar servicios de alojamiento y deportes de aventura, siendo un eje para la potencialización de nuestros productos.

Tipos de publicidad

Los medios por los cuales se realizará la publicidad del producto será redes sociales, paginas web, volantes o trípticos y tarjetas de presentación, que permitirán mayor nivel de información de los servicios y productos a los clientes.

CAPITULO V: ESTUDIO AMBIENTAL

El actual emprendimiento propone la readecuación de una casa de huéspedes tradicional, enfocado en la revalorización del conjunto de sistemas agrícolas con los que cuenta el sector Las golondrinas. Este emprendimiento busca combinar las funciones de hospedaje tradicional con servicios innovadores basados en las normas de calidad. La misma cuenta con una gran variedad de recursos naturales capaces de atraer a los turistas. Actualmente, el establecimiento cuenta zona paisajística privilegiada, cultivos que permiten la revalorización de las técnicas de cosechas tradicionales, un río para la implementación de actividades de aventura como lo es tubing y paseo en bote, también cuenta con plantas y productos agrónomos, para el disfrute del turista como lo es arboles de naranja, coco, mandarina y cauge. Mismos que en un paquete bien elaborado son capaces de permitir una experiencia inolvidable al momento de adquirir una habitación.

5.1 Servicios Ofertados

- Habitaciones tradicionales campestres
- Gastronomía tradicional
- Ruta agroturística
- Paseo en bote y pesca deportiva de tilapias.
- Actividades de aventura en el río agua clara.

5.2 Identificar acciones y factores

Tabla 18 Acciones

Etapa	Actividades
Operación	Hospedaje tradicional
	Gastronomía tradicional
	Senderismo en la ruta agroturística
	Paseo en bote
	Tubbing en el río agua clara
	Trekking

Nota: se muestran las acciones que están dentro de los servicios ofertados

Tabla 19 Factores ambientales

Factores Ambientales	Biofísico	Suelo
		Aire
		Atmosfera
	Biótico	Paisaje
		Socioeconómico
	Cultural / Recreativo	Ecoturismo
		Fotografía

Nota: se describen los factores ambientales y sus componentes

Los principales impactos generados por las actividades del emprendimiento dentro del sector pueden ser positivos y negativos; esto dependerá de la responsabilidad social, ambiental y económica en las que se manejen las actividades, los impactos son los siguientes:

Tabla 20 Impactos generados por las actividades de emprendimiento

ZONA TURÍSTICA	
IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
Generación de empleo	Contaminación por combustión
Paisajes con riqueza natural y cultural	Uso de suelo
Ingresos económicos en el sector rural	Ocupación de carreteras
Atractivos naturales	Invasión al hábitat de las aves

Nota: se muestran los impactos positivos y negativos generados por la actividad de emprendimiento

5.3 Matriz Conesa Simplificada

Por medio de la aplicación de esta metodología, se busca que este enfoque analítico sea el que determine la importancia de cada posible impacto ambiental de la implementación del proyecto en cada etapa (Herruzo et al., 2019).

5.4 Criterio de evaluación

La definición de criterios de evaluación es un paso fundamental para poder evaluar adecuadamente el impacto ambiental de las actividades realizadas dentro del proyecto.

DIRECTRICES DE EVALUACIÓN		
	ESTANDAR	INTERPRETACIÓN
Símbolo	Afirmativo (+) /destrutivo (-)	Hace referencia clara sobre las acciones de implementación que serán beneficiosas (+) o dañinas al medio ambiente (-) r
Potencia	PO	Nivel en el que la acción afecta al factor en un contexto particular, esta puede medirse de una escala del 1 al 12 para de esa forma presentar el área que se ocasiono el impacto y su daño.
Amplitud	AM	Zona teórica de influencia de muestra como el impacto se relaciona con el área circundante (% de la zona utilizada) EL impacto tiene valor de 1, mientras que el impacto total en su afectación geográfica 8, si la afectación es crítica se asigna el valor de cuatro unidades basados en el porcentaje de extensión.
Punto	PNT	se refiere al lapso de partida desde donde ocurre la afectación por medio de los impactos, si es preciso el tiempo se considera de inmediato y es inferior a un año y es tomado como corto plazo, con un valor de 4 en cambio sí demora más años es considerado largo plazo
Duración	DU	Es un periodo de tiempo en donde se analizan los efectos y condiciones para que vuelvan a su estado normal mediante la implementación de materia prima
Retroceso	RTC	Es la capacidad con la que se restaura una zona afectada por las actividades, regresando a su estado natural en poco tiempo sin dañar el entorno,
Restablecimiento	RS	Este método se utiliza para restaurar ya sea parcial o totalmente un sitio, en lo cual la intervención humana ha malogrado el medio ambiente, si el efecto es dañino, se le asigna

		un valor de 8, pero si se puede solucionar un valor de 4
Trabajo en equipo	TE	Este aspecto ayuda a la intensificación de efectos individuales, la suma total, de ellos deberá mostrar si la operación es beneficiosa.
Incrementación	IN	En este aspecto se mide la manifestación de varios impactos y su aumento, si la acumulación es simple tendrá un valor de 1 y si es progresiva de 4
Impacto	IM	Este atributo hace referencia a la relación o conexión de la causa con el efecto, si la consecuencia es inmediata o se origina a través de otros impactos.
Recurrencia	RRU	Este aspecto relaciona la frecuencia del impacto, puede ser regular o predecible, y regulariza los tiempos dependiendo el efecto del medio ambiente.

Nota: se desarrollan todos los criterios de evaluación para realizar el análisis de impacto ambiental que posee el proyecto. Fuente: (Garces Arboleda, 2014)

5.5 Algoritmo Usado

Se emplea el siguiente algoritmo para su respectivo cálculo:

$$R = (3PO + 2AM + PNT + DU + RTC + TE + AC + RRU + IM + RS)$$

Donde;

PO= Potencia

PNT= Punto

RTC= Retroceso

AC= Acumulación

RRU= Recurrencia

AM= Amplitud

DU= Duración

TE= Trabajo en equipo

IM= Impacto

RS= Restablecimiento

Tabla 21 parámetros de cálculo de la importancia ambiental

Parámetro	Criterio de calificación	Parámetro	Criterio de calificación
Tipo		Nivel de destrucción (IN)	
Carácter benéfico	+	Bajo	1
Carácter perjudicial	-	Medio	2
		Alto	4
		Muy Alto	8
		Total	12
AMPLITUD (AM)		PUNTO (PO) tiempo de suceso	
Exacto	1	A largo plazo	1
Parcial	2	Mediano Alcance	2
Amplio	4	Instantáneo	4
Total	8	Fase crítica	(+4)
Critico	(+4)		
DURACIÓN (DU)		RETROCESO (RTC)	
Efímera	1	Breve	1
Pasajera	2	Mediano plazo	2
Duradero	4	Definitivo (Sin irreversibilidad)	4
TRABAJO EN EQUIPO (TE)		INCREMENTACIÓN (IN)	
Aislado (simple)	1	Básica	1
Cooperativo	2	Progresiva	4
Altamente cooperativo	4		
IMPACTO(IM)		RECURENCIA (RRU)	
Consecuente	1	Baja	1
Inmediato	4	Regular	2
		Sin interrupción	4
RECUPERABILIDAD (MC)		RELEVANCIA (R)	
Recuperabilidad inmediata	1	R=	
Recuperabilidad a medio plazo	2	(3PO+2AM+PNT+DU+RTC+TE+AC+RRU+IM	
Mitigable o compensable	4	+RS)	
Irrecuperable	8		

Nota: se presentan los criterios y rangos de calificación

Tabla 22 Escala Cromática

COLOR	ESCALA
	Inferiores a 25 son irrelevantes o compatibles con el ambiente.
	Entre 25 y 50 son impactos moderados.
	Entre 50 y 75 son severos.
	Superiores a 75 son críticos.

Nota: se muestra la escala cromática para la evaluación de la importancia ambiental

Figura 54 Matriz de identificación de impacto

			Fase de operación							Σ		
			Impactos ambientales			Actividades						
				Hospedaje tradicional	Paseo en bote	Ruta agroturística	Gastronomía tradicional	Tubing en río aguacalara	Trekking			
Factores Ambientales	Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas		X						1	
		Suelo	Ocupación del suelo		X			X		X	3	
			Ocupación de carreteras		X		X	X			3	
		Aire	Contaminación acústica		X		X	X			3	
			Olores por combustión		X		X	X			3	
	Ambiente	Combustión por acumulación de CO2				X		X		2		
	Biótico	Panorama	Tráfico artesanal con el paisaje		X			X		X	3	
		Animal	Perturbación de las aves por observación			X			X		2	
	Cultural / Recreacional	Social y cultural	Fuentes de Empleo		X	X	X		X		4	
			Turismo ecológico	Incremento de los ingresos en el territorio			X		X		X	3
		Fotografía	Fotografía de espacios naturales y culturales		X			X		X	X	4
			Invasión de hábitat de las aves							X	X	2
		Interpretación	Caminatas interpretativas						X	X		2
			Espacios culturales		X						1	
Σ				8	4	6	7	6	5	77		

Nota: Se muestra la tabla de identificación de los posibles impactos que generen la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas.

Figura 55 Matriz de importancia elaboración de ruta turística

MATRIZ DE IMPORTANCIA																		
		Medios	Impactos ambientales	Cayoning											Valor	Impacto		
				(+/-)	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC				
Factores Ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas	(-)	-2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-16	Irrelevante	
		Suelo	Ocupación del suelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Ocupación de carreteras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Aire	Contaminación acústica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Olores por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atmósfera	Acumulación de CO2 por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Biótico	Paisaje	Transporte artesanal armónico con el paisaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Fauna	Perturbación de las aves por observación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Cultural / Recreacional	Sociocultural	Empleo	(+)	+8	+4	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
		Ecoturismo	Ingresos económicos en el sector rural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Fotografía	Capturas de la riqueza natural y cultural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Perturbación de las aves por fotografía	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante	
		Interpretación	Danzas interpretativas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atractivos culturales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

Nota: Se muestra la importancia de los efectos que tendrán las actividades dentro de la Casa de huéspedes.

Figura 56 Matriz de importancia visita a las comunidades

MATRIZ DE IMPORTANCIA																
Factores Ambientales y culturales	Medios	Impactos ambientales	Visita a las Comunidades													
			(+/-)	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	Valor	Impacto	
			Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suelo	Ocupación del suelo	(-)		-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante	
	Ocupación de carreteras	(-)		-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante	
Aire	Contaminación acústica	(-)		-4	-4	-4	-2	-2	-2	-4	-4	-2	-2	-42	Moderado	
	Olores por combustión	(-)		-4	-4	-4	-2	-2	-2	-4	-4	-2	-2	-42	Moderado	
Atmósfera	Acumulación de CO2 por combustión	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante		
Biótico	Paisaje	Transporte artesanal armónico con el paisaje	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severos	
	Fauna	Perturbación de las aves por observación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Cultural / Recreacional	Sociocultural	Empleo	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
	Ecoturismo	Ingresos económicos en el sector rural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
	Fotografía	Capturas de la riqueza natural y cultural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
		Perturbación de las aves por fotografía	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante	
	Interpretación	Danzas interpretativas	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
Atractivos culturales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

Nota: Se muestran los resultados de jerarquización con respecto a los efectos de las actividades operacionales.

Figura 57 Matriz de importancia observación de aves

MATRIZ DE IMPORTANCIA																	
		Medios	Impactos ambientales	Observación de aves												Valor	Impacto
				(+/-)	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Factores Ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Suelo	Ocupación del suelo	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante
			Ocupación de carreteras	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante
		Aire	Contaminación acústica	(-)	-4	-4	-4	-2	-2	-2	-2	-4	-4	-2	-2	-42	Moderado
			Olores por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atmósfera	Acumulación de CO2 por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Biótico	Paisaje	Transporte artesanal armónico con el paisaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Fauna	Perturbación de las aves por observación	(-)	-8	-4	-4	-4	-1	-4	-4	-4	-4	-1	-58	Severo	
	Cultural / Recreacional	Sociocultural	Empleo	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo
		Ecoturismo	Ingresos económicos en el sector rural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo
		Fotografía	Capturas de la riqueza natural y cultural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Perturbación de las aves por fotografía	(-)	-8	-4	-4	-4	-1	-4	-4	-4	-4	-4	-1	-58	Severo
		Interpretación	Danzas interpretativas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atractivos culturales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

Nota: Se muestra la tabla con respecto al nivel de daño en el ambiente.

Figura 58 Matriz de importancia guianza por senderos

MATRIZ DE IMPORTANCIA																		
	Medios	Impactos ambientales	Guianza con teatralidad													Valor	Impacto	
			(+/-)	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Factores Ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		Suelo	Ocupación del suelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Ocupación de carreteras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Aire	Contaminación acústica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Olores por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atmósfera	Acumulación de CO2 por combustión	(-)	-2	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-1	-4	-1	-1	-22	Irrelevante		
	Biótico	Paisaje	Transporte artesanal armónico con el paisaje	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severos	
		Fauna	Perturbación de las aves por observación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Cultural / Recreacional	Sociocultural	Empleo	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
		Ecoturismo	Ingresos económicos en el sector rural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		Fotografía	Capturas de la riqueza natural y cultural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
			Perturbación de las aves por fotografía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Interpretación		Danzas interpretativas	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo		
	Atractivos culturales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

Nota: Se muestra el valor de importancia de cada una de las actividades que posiblemente dañen el ambiente.

Figura 59 Matriz de importancia trekkikg en los senderos

MATRIZ DE IMPORTANCIA																	
	Medios	Impactos ambientales	Trekking														
			(+/-)	3*IN	2*EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	Valor	Impacto		
Factores Ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Contaminación de cascadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Suelo	Ocupación del suelo	(-)	-4	-4	-4	-2	-2	-2	-4	-4	-2	-2	-42	Moderado	
			Ocupación de carreteras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Aire	Contaminación acústica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Olores por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atmósfera	Acumulación de CO2 por combustión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Biótico	Paisaje	Transporte artesanal armónico con el paisaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Fauna	Perturbación de las aves por observación	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-13	Irrelevante	
	Cultural / Recreacional	Sociocultural	Empleo	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
		Ecoturismo	Ingresos económicos en el sector rural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
		Fotografía	Capturas de la riqueza natural y cultural	(+)	+8	+4	+4	+4	+1	+4	+4	+4	+4	+1	+58	Severo	
			Perturbación de las aves por fotografía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Interpretación	Danzas interpretativas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atractivos culturales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

Nota: Se detalla el valor jerarquizado de las operaciones que conllevan el uso del suelo.

Tabla 23 Resumen Matriz de importancia de Impactos Ambientales

Impactos ambientales	Actividades						Naturaleza	Valor
	Hospedaje tradicional	Paseo en bote	Ruta agroturística	Preparación de gastronomía local	Tubbing río aguaclara	Trekking		
Contaminación de cascadas	-	-16	-	-13	-	-	-	-29
Ocupación del suelo	-37	-	-	-22	-	-42	-	-101
Ocupación de carreteras	-37	-	-22	-23	-	-	-	-83
Externalidades por contaminación acústica	-21	-	-42	-42	-	-	-	-105
Externalidades por contaminación de olores por combustión	-37	-	-42	-41	-	-	-	-120
Combustión que genera acumulación de CO2	-37	-	-	-22	-22	-	-	-81
Transporte artesanal armónico con el paisaje	+58	-	-	+58	+58	-	+	+174
Perturbación de las aves por observación	-	-	-58	-	-	-13	-	-71
Empleo	+58	+58	+58	+58	+58	+58	+	+348
Ingresos económicos en el sector rural	-	-	+58	+58	-	+58	+	+174
Capturas de la riqueza natural y cultural	+58	-	-	+58	+58	+58	+	+232
Perturbación de las aves por fotografía	-22	-22	-58	-22	-13	-13	-	-150
Senderismo y observación	-	-	-	+58	+58	-	+	+116
Atractivos naturales	+58	-	-	-	-	-	+	+58
TOTAL								+360

Nota:

Se muestra los resultados de todos los impactos positivos y negativos

Tabla 24 Matriz de Interpretación

TABLA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS			
TIEMPO DE OPERACIÓN			
	Rango	Positivo	Negativo
1	11	Simple	Simple
26	50	Moderado	Moderado
51	76	importante	Importante
76	100	Alto	Critico

Nota: se muestran los parámetros para la interpretación de la matriz

Tabla 25 Clasificación de impactos según su daño

Clasificación	Efectos	Escalonamiento
Ámbito Recreacional	Generación de empleo	348
Ámbito / Cultural	Toma de fotografías	238
Biótico	Hospedaje tradicional	174
Cultural / Recreacional	Ingresos económicos en el sector rural	174
Cultural / Recreacional	Senderismo ruta agroturística	116
Cultural / Recreacional	Atractivos culturales	58

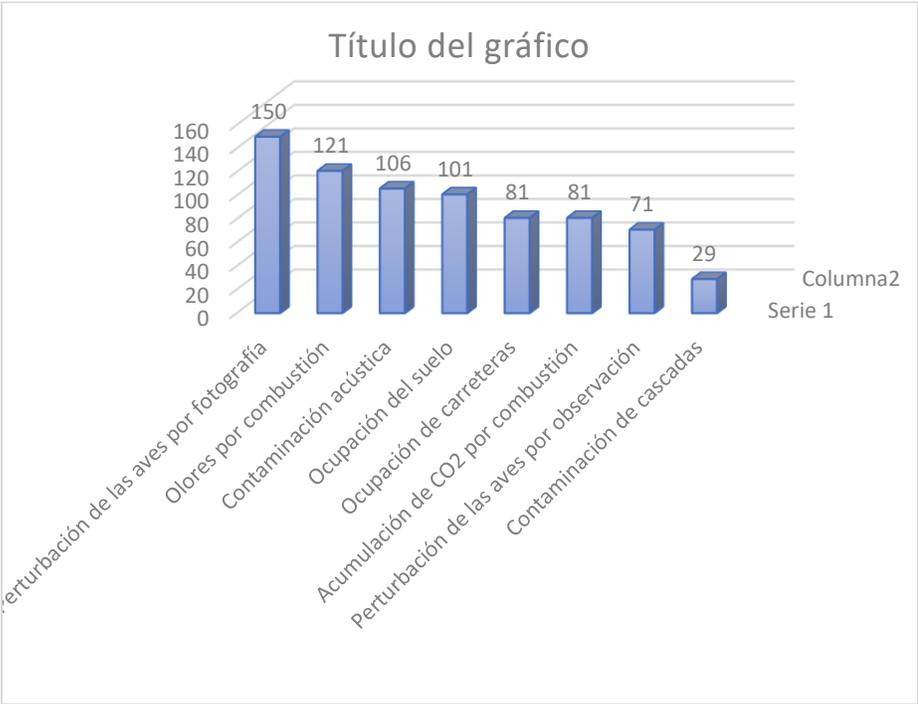
Nota: se muestra la jerarquización de los impactos positivos

Tabla 26 Jerarquización de los Impactos Negativos

Ámbitos	Impactos	Escalonamiento
Biótico	Trastorno de aves por fotografía	150
Biofísico	Emisiones de olores por la combustión	121
Biofísico	Polución Sonora	106
Biofísico	Uso del suelo	101
Biofísico	Impacto de las carreteras	81
Biofísico	Dióxido de carbono	81
Biótico	Incomodidad de las aves debido a la observación	71
Biofísico	Ríos contaminados	29

Nota: se muestra la jerarquización de los impactos positivos

Figura 60 Grafico de resumen de impactos



Nota: En la siguiente figura se muestra el resumen de impactos de las actividades propuestas para la Casa de Huéspedes

5.6 Plan de Manejo

Tabla 27 Matriz de planificación y gestión

Planificación ambiental					PMA
Objetivo: Minimizar las consecuencias en el entorno natural provocadas por las actividades valoradas en el proyecto, mediante la planificación e implementación de estrategias claves para su reducción.					
Lugar de aplicación: Las Golondrinas-Imbabura-Ecuador					
Estrategias de precaución					
Funcionamiento					
Aspectos medioambientales	Impacto	Propuesta	Indicador de evaluación	Fuente de verificación	Plazo
Biológico	Invasión de los espacios de las aves por fotografía y observación	Ejecutar parcialmente exposiciones virtuales de aves	Cantidad de exposiciones realizadas	Inscripción de visitantes participantes	3 meses
Físico/Biológico	Emisiones de olores por la combustión	Estandarizar el recorrido en bote con implementación de natación	Cantidad de rutas realizadas en las parcelas de los cultivos	Fotografías	3 meses
	Contaminación acústica	Aplicar normas de opacidad de ruido en dispositivos electrónicos personales	# de perturbaciones acústicas durante los recorridos	Fotografías	1 mes
	Contaminación del suelo	Aplicar normas de manejo de desechos personales durante los recorridos	Cantidad de desechos recolectados por recorrido	Fotografías	1 mes
	Contaminación de cascadas	Implementar parcialmente la actividad de rappel	# de descensos sin presencia de cascadas	Fotografías	3 meses

Nota: se muestra la matriz de plan de manejo

CAPITULO VI: ESTUDIO ECONOMICO

6.1 Balance de situación inicial

Figura 61 Balance de situación Inicial

			Casa de huéspedes Agro-Golondrinas		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2023		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$1.500	Proveedores		
BANCOS		\$5.235	Prestamo al Banco del Pacífico		\$25.963
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$6.735,00	Total Pasivo Circulante		\$25.963
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$0	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$42.000	Total Pasivo Circulante		\$0
Mobiliario y equipo		\$5.340			
Vehículos		\$0,00			
Maquinaria		\$1.070			
Equipos de cómputo		\$1.750,00			
Gastos de instalación		\$0			
Papelería y útiles		\$68			
Propaganda o publicidad		\$0,00			
Gastos de instalación		\$0			
Papelería y útiles		\$68			
Propaganda o publicidad		\$0,00			
Total Activo Fijo		\$51.228			
Otros activos			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$22.000
Derechos de marca de empresa			BIENES MUEBLES		
Total Otros Activos		\$0	APORTE EN EFECTIVO		\$10.000
			Total Capital contable		\$32.000
					55,21%
SUMA DEL ACTIVO		\$57.963	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$32.000
		\$25.963	SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$57.963
					100%

Nota: se muestra el estado de situación inicial de Agro-Golondrinas

El presente proyecto de emprendimiento correspondiente a Casa de huéspedes Agro-Golondrinas a ejecutar tiene una inversión total de \$57.963 de los cuales \$6.735,00 corresponden al capital de trabajo y \$51.228,00 correspondiente a los activos fijos.

El valor de la inversión consta de un valor propio en patrimonio por \$32.000,00, por lo que se requiere un financiamiento por el valor restante, que son \$25.963,00.

6.2 Tabla de amortización

Tabla 28 Tabla de amortización

Plazo	42
Financiamiento	25.963
TA	14%
TM	1,17%
Cuota mensual	\$785,46

Nota: se muestra los resultados de la tabla de amortización

El monto de financiamiento para el emprendimiento “CASA DE HUÉSPEDES AGRO-GOLONDRINAS” es de \$25.963, para lo cual se ha considerado recurrir al programa de créditos para microempresas del Banco del Pacífico, con un financiamiento a 42 meses y una tasa anual de interés del 14.00%, el cual genera cuotas mensuales de \$785,46.

6.3 Costo de capital

Figura 62 Costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	57962,98	100%		9,37%		9,37%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	32000	55%	5,61%	3,10%		
FINANCIAMIENTO	25962,98	45%	14,00%	6,27%		
					TASA DE PAGO	

Nota: se determina el costo del capital de la inversión y la tasa de pago

El valor de financiamiento del emprendimiento es de \$25.962,98, siendo el 55% capital propio y el 45% capital financiado por entidades del sector financiero del país. Por otro lado, se aplicará una tasa pasiva del 5,61%, manteniendo una tasa de interés bancario del 14%, por medio de la gestión del financiamiento en el Banco del Pacífico. Como respuesta de costo de capital 9,37%.

Figura 63 Detalle de flujo del año 1

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			20%	25%	30%	35%	20%	30%	30%	50%	20%	20%	20%	25%	
Habitación simple (1)	15	30	90	112,5	135	157,5	90	135	135	225	90	90	90	112,5	1462,5
Habitación doble (2)	25	60	300	375	450	525	300	450	450	750	300	300	300	375	4875
Habitación triple (1)	35	30	1050	262,5	315	367,5	210	315	315	525	210	210	210	262,5	4252,5
Desayunos	3	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Almuerzos	3	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Cenas	3	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Ruta agroturística	5	200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Baseo en bote y pesca	5	200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Tubbing	5	200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS			6240	5550	5700	5850	5400	5700	5700	6300	5400	5400	5400	5550	68190
EGRESOS															
Costo hab simple			9	33,75	40,5	47,25	27	40,5	40,5	67,5	27	27	27	33,75	420,75
Costo hab doble			60	112,5	135	157,5	90	135	135	225	90	90	90	112,5	1432,5
Costo hab triple			315	78,75	94,5	110,25	63	94,5	94,5	157,5	63	63	63	78,75	1276
Costo Desayunos			216	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4506
Costo Almuerzos			216	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	2966
Costo Cenas			216	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4506
Costo piscina			200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Manenimiento			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Sueldos y salarios			850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	10200
Decimos										850				850	1700
Permisos								500							500
Impuestos			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Publicidad			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Servicios Básicos			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Arriendo															0
PAG DE PRESTAMO			\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	\$785,46	9425,57305
															0
															0
															0
TOTAL EGRESOS			3417,46	3640,46	3685,46	3730,46	3595,46	4185,46	3685,46	4715,46	3595,46	3595,46	3595,46	4490,46	45932,57
FLUJO DE CAJA			2822,54	1909,54	2014,54	2119,54	1804,54	1514,54	2014,54	1584,54	1804,54	1804,54	1804,54	1059,54	22257,43
FLUJO ACUMULADO			2822,54	4732,07	6746,61	8866,14	10670,68	12185,21	14199,75	15784,28	17588,82	19393,36	21197,89	22257,43	22257,43

Nota: se detalla el flujo económico del emprendimiento en su primer año

Para el cálculo del flujo del año uno, se toma en cuenta el predominio de las ventas mensuales que deriva el ingreso y egreso de las actividades productivas de la Casa de huéspedes Agro-Golondrinas

Lo que respecta a ingresos, se tiene contemplados para el establecimiento de alojamiento Casa de huéspedes, cinco productos que son: habitación simple, habitación doble, habitación triple, servicios de alimentación, ruta agroturística, paseo en bote y pesca y finalmente tubing en la afluyente con la que cuenta el establecimiento.

En el caso de los servicios de alojamiento en la habitación estándar o matrimonial se puede vender hasta 30 pax al cabo de 30 días, con el precio de \$15 dólares por habitación.

En la habitación doble se puede vender hasta 60 pax mensualmente, por el precio de \$25 dólares por habitación. En la triple se puede vender hasta 30 pax mensuales, por el precio de \$35 dólares por habitación. Por otro lado, la casa de huéspedes ofrecerá alimentación variada de almuerzos y meriendas hasta pax de 200 mensuales a precios fijos de 3 dólares, el desayuno viene incluido con el hospedaje. También, contara con una ruta agrónoma se puede vender hasta 200 pax mensuales por el precio de 5 dólares en caso de que solo requiera ese servicio, caso contrario viene incluido en el hospedaje.

El paseo en bote o pesca de tilapias deportivas se puede vender hasta 200 pax mensuales por el precio de 5 dólares en caso de que solo requiera ese servicio, caso contrario viene incluido en el precio de hospedaje.

La actividad de tubing en el afluyente de la casa de huéspedes se puede vender hasta 200 pax mensuales por el precio de 5 dólares en caso de que requiera ese servicio, caso contrario viene incluido con el precio de alojamiento.

En conjunto se tiene un ingreso anual que asciende a \$68.190 por todos productos vendidos.

Figura 64 Proyección de flujo a 1 a 5 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	68190	72179,115	76401,5932	80871,0864	85602,045	
Egresos	45932,57	48619,62857	51463,8768	54474,5136	57661,2727	
Flujo de caja	22257,42695	23559,48643	24937,7164	26396,5728	27940,7723	
DATOS PARA LA TIR	-57962,98	22257,42695	23559,48643	24937,7164	26396,5728	27940,7723
		22257,42695	45816,91338	70754,6298	97151,2025	125091,975

La proyección de flujo está considerada para 5 años de operación, donde se observa la inversión de \$57.962; en el primer año se calcula un volumen de ingreso por \$68.190 y un egreso por \$45.932,57, consecuentemente un flujo de caja por el valor de \$22.257,43. Tomando como referencia el índice de inflación y el porcentaje de posicionamiento del producto, se establece un porcentaje de crecimiento anual del 6%, con lo que se realiza la proyección del flujo de caja para un período de cinco años, obteniendo al quinto año un flujo acumulado de \$125.091,98

6.4 Evaluación del proyecto

Tabla 29 Evaluación del proyecto

Incremento anual	5,85%
Costo de capital	9,37%
Inversión	57962,98
VAN	37452,56
TIR	31,05%

Aplicando los datos a la evaluación del proyecto para conocer el VAN y la TIR, se consideran la inversión, que es de \$ 57.962, el porcentaje de crecimiento anual de 6% y el costo de capital del 9,37%, del cual, en el ejercicio de proyección a cinco años arroja un valor anual neto de \$37.452,56 y una tasa de retorno del 31,05%. Siendo la VAN mayor que cero y la TIR mayor que el costo de capital, se establece que el proyecto es factible.

6.5 Punto de equilibrio

Figura 65 Punto de equilibrio multiproducto

PUNTO DE EQUILIBRO MULTIPRODUCTO

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	3
-------------------------------	---

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	293	585	365	7.200	7.200	7.200	7.200
TOTAL UNIDADES		30.042					
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	0,97%	1,95%	1,21%	23,97%	23,97%	23,97%	23,97%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$15	\$25	\$35	\$3	\$3	\$3	\$5
COSTO VENTA UNITARIO	\$4,32	\$7,35	\$10,50	\$1,88	\$1,24	\$1,88	\$1,00
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$4,41					
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$1,75					
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$51.600					
INVERSIÓN		\$57.963					
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$10,68	\$17,65	\$24,50	\$1,12	\$1,76	\$1,12	\$4,00
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$2,66					
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		41.118					
PUNTO EQUILIBRIO POR		\$181.448					
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	400	801	499	9.855	9.855	9.855	9.855
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$6.005	\$20.017	\$17.461	\$29.564	\$29.564	\$29.564	\$49.273

Los resultados del ejercicio de proyección indican que la Casa de huéspedes supera la inversión de \$57.963 al tercer año de funcionamiento, con 30.042 unidades vendidas, con una facturación de \$181.448. Esta cifra se logra con la venta de los siete productos ofertados con su respectiva cuota de participación: el producto 1 con el 0,97%, el producto 2 con el 1,95%, el producto 3 con el 1,21%, el producto 4 con el 23,97, el producto 5,6 y 7 con el 23,97% total. El costo promedio ponderado se sitúa en \$1,75% mientras que el precio ponderado alcanza los \$4,41, lo que resulta en un margen de contribución ponderado de \$2, 66.

La proyección demuestra que la Casa de huéspedes podrá superar el punto de equilibrio en el tercer año y una rentabilidad positiva en 5 años.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

En definitiva, para realizar un estudio de factibilidad para la adecuación de una casa de huéspedes tradicional enfocada a la potencialización del conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el Recinto Las Golondrinas del Cantón Cotacachi, Imbabura-Ecuador, se llegó a las siguientes conclusiones:

Sintetizando, el recinto Las Golondrinas tiene un enorme potencial turístico que beneficia a sus habitantes, pero la mayoría de ellos no saben aprovechar esta riqueza natural y agrónoma, por el déficit de servicios de alojamiento los turistas consideran otros sitios para sus vacaciones, consecuentemente; en el sector existe suficiente accesibilidad, buena infraestructura y servicios turísticos de ocio como balnearios, algunas deficiencias en la señalización y señalética. Por otro lado, en lo que refiere a factores socioeconómicos, estos son los aspectos que inciden en el desarrollo turístico del recinto.

De ello resulta necesario mencionar que, el índice de aprobación más alto para el emprendimiento "CASA DE HUESPEDES TRADICIONAL AGRO-GOLONDRINAS" después de 385 encuestas desarrolladas en las ciudades de Quinindé, Puerto Quito y Santo Domingo es del 8%. Dado que esta modalidad de servicios de alojamiento no es conocida en estos sectores por ende la mayoría prefiere hosterías para hospedarse. Además, se pudo observar mediante el análisis del estudio de mercado se pudo observar que el mercado meta de la Casa de huéspedes se ha establecido para hombres y mujeres casados de 18 a 65 años que disfrutaran de nuevas alternativas de hospedaje, con un precio máximo de 15 \$ por persona dentro del paquete de alojamiento se incluirá el desayuno, la ruta agroturística con paseo en bote y otras actividades recreacionales.

En consecuencia, se determinó mediante la investigación del estudio técnico-administrativo que "CASA DE HUESPEDES TRADICIONAL AGRO-GOLONDRINAS"

estará ubicada en el recinto Las Golondrinas, la cual brindará los servicios alojamiento y alimentación basados en la revalorización del conjunto de sistemas agrícolas sostenibles del sector, además en los paquetes ofertados se incluirá productos de ocio como ruta agroturística, paseo en bote, pesca de tilapia, tubing entre otras, por ende; se agregarán conocimientos agrónomos tales como el proceso de cosecha de los productos predominantes del sector, elaboración de chocolate a base del cacao nacional entre otros. Con una capacidad máxima de 9 personas por día, 270 pax mensuales enfatizando el valor agregado de cada servicio. Por otro lado, el equipo de trabajo de la casa de huéspedes está conformado por: recepcionista, jefe de cocina y guía turístico, un total de 3 personas que estarán encargadas de brindar servicios de calidad a los clientes.

Como resultado de la aplicación de las 385 encuestas, se obtuvo sugerencias para entender el enfoque del contrato y los puntos de información que mantendrá la casa de huéspedes para su comercialización, lo que lleva a la creación de un sitio web oficial donde se puede encontrar más información sobre los servicios y ofertas en las redes sociales, se crearán páginas en las diferentes redes sociales como Facebook e Instagram para que los clientes puedan palpar de manera visual los diferentes servicios y de esa manera atraer a más consumidores. Para lograr posicionarse en el mercado y obtener un mayor reconocimiento a nivel nacional.

En el estudio económico-financiero, el proyecto es factible ya que la inversión que se necesita para la puesta en marcha es de \$ 57.962,98 dólares, con un patrimonio de \$ 32.000 y financiamiento por el valor de \$ 25.962,98. Con la evaluación del proyecto se establece un valor actual neto VAN de 37.452,56, que es mayor que cero; y una TIR de 31.05% que es superior al costo de capital del 9,37%, comprobándose la factibilidad del emprendimiento para ser ejecutado.

En síntesis, a través de la matriz de Conesa se identificaron los impactos ambientales evaluados durante la fase operativa de la casa agro-golondrinas, correspondientes a 6 impactos positivos: empleo, conquista de bienes naturales, uso del suelo, ingreso económico, implementación de una ruta agroturística, paseo en bote y pesca deportiva de tilapias. Por otro lado, los impactos negativos, alcanzan un 8%, lo que cambiará el entorno, de ellos resulta necesario decir; el disturbio de las aves, el olor a

quema, la contaminación acústica, la ocupación de terrenos y caminos, la acumulación de dióxido de carbono y la contaminación de los ríos serán mitigados, compensados o prevenidos a través de planes de manejo ambiental, como se caracterizará el trabajo sustentable Casa de huéspedes tradicional Agro-Golondrinas.

7.2 Recomendaciones

Las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado cantonal y parroquial con alianzas con el Ministerio de Turismo; deben trabajar en proyectos de desarrollo turístico para aumentar el flujo de turistas y así satisfacer todas las necesidades por parte de los prestadores de servicios turísticos, entre los cuales se deben agregar dos aspectos importantes, como la calidad en los servicios de alojamiento y alimentación. También, se debe fomentar el uso correcto del suelo en cuanto al conjunto de sistemas agrícolas de la zona para garantizar sustentabilidad para las próximas generaciones.

Por otro lado, se debe consolidar acciones para hacer acercamientos a otros segmentos para comprender las preferencias de los consumidores en todos los mercados y lograr cubrir las preferencias de estos. También, identificar a los clientes potenciales para diseñar nuevos circuitos agregando nuevos servicios en la casa de huéspedes misma que se enfocará en nuevos segmentos de mercado que requieren la contratación de nuevos proveedores de la provincia de Imbabura y tendrá mayor publicidad a través de periódicos, medios de comunicación y celebridades; con el fin de obtener una imagen más precisa de los posibles impactos del proyecto, y a su vez; se debe contratar a expertos ambientales para determinar si los impactos identificados son reales con la ayuda de expertos, tiempo y medidas.

VIII Bibliografía

- Aiteco. (15 de Septiembre de 2019). AITECO CONSULTORES DE DESARROLLO Y GESTION. Obtenido de Tormenta de Ideas: Creatividad para la Mejora: <https://www.aiteco.com/tormenta-de-ideas/>
- Alvarado Borrego, A. (2009). Vinculación universidad – empresa y su contribución al desarrollo regional. *Ra Ximhai*, 5, 407–414. <https://doi.org/10.35197/rx.05.03.2009.13.aa>
- Alvarez-Sousa, A. (2019). Necessity entrepreneurs. Determining factors. *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas*, 166, 3–24. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>
- Anne Støren, L. (2014). Entrepreneurship in higher education. *Education + Training*, 56(8/9), 795–813. <https://doi.org/10.1108/et-06-2014-0070>
- Armijos Santos, M. E., Albán Navarro, A. D., Mieles Loor, J. L., Burgos Bazán, R., Barrionuevo Intriago, V., Zamora Boza, C. S., Lozano Chaguay, L. A., Fiallos Narváez, R. E., Espinoza García, M. F., Escobar Torres, K. S., & Armijos Santos, M. (2018). El emprendimiento: Reflexiones desde la educación superior. *El Emprendimiento: Reflexiones Desde La Educación Superior*, 43–63. <https://doi.org/10.21855/librosecotec.45>
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183–196. <https://www.revistaespacios.com>
- Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2018). Digital Marketing As a Tool for Labor Performance in the Ecu-. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 10(4), 1–7.
- Cardoso Jimenez, C. (2006). Turismo Sostenible una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable, unknown*(11), 5–21.
- Córdoba, A. F., & Díaz, N. C. (2022). La importancia del emprendimiento. *Travesía Emprendedora*, 6(1), 102–105. <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol6->

1.art17

Echeverría-Cachipiendo, O. y Manosalvas, A. (2016). Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe. Tesis. Universidad de las Fuerzas Armadas. Quito-Ecuador. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf>

Gabriel Benítez, B. Á., Haro Velasteguí, F. A., & Coello Gavilanes, M. J. (2022). Aplicación del Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares en el Ecuador. *FIPCAEC*, 7(2), 45–61.

Garces Arboleda, M. Y. (2014). Impacto socioeconómico de las iniciativas de emprendimiento juvenil en buenaventura, en el marco del proyecto pacífico joven. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.

Herruzo, G. E., Hernández, S. B. R., Cardella, G. M., & Sánchez, G. J. C. (2019). *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

Informe Bruntland. (2002). *Distinción entre turismo sostenible y ecoturismo Desarrollo Sostenible Triple Rentabilidad Turismo Sostenible*.

Instituto Nacional de estadísticas y censos de Ecuador. (2021). Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo. *Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo Y Subempleo, 2021, 29*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral_enero-marzo_2021_Mercado_Laboral.pdf

Isabel, G., Lozano, R., & Morales, O. T. (2015). Entrepreneurship Units Under Study on Relative Efficiency. *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas de La Universidad Militar Nueva Granada*, XXIII(2), 149–162.

López, Alejandro; De Esteban, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *Environment*, 13, 109–129.

Lozano, B. V., Toro, M. F., & Calderón, D. J. (2021). El marketing digital: herramientas y

tendencias actuales. *Dominio de Las Ciencias*, 7(6), 907–921.
file:///C:/Users/patri/Downloads/Dialnet-EIMarketingDigital-8383788.pdf

Martínez, S. L. M. (2020). El Emprendimiento Por Necesidad Y Por Oportunidad: *III Congreso Virtual Internacional Sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible*, 201–209. <https://www.eumed.net/actas/20/economia-social/14-el-emprendimiento-por-necesidad-y-por-oportunidad-relacion-con-el-desempleo-en-espana.pdf>

Padilla Martínez, M. P., Loo Sandoval, E. L., & Guamanquispe Vargas, T. M. (2019). “Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública” “Caso Facultad de Ciencias Administrativas.” *Ciencia Digital*, 9(2), 43–59. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.374>

Padilla Martínez, M. P., Velasteguí López, E., Quispe Otacoma, A. L., De La Cruz Martínez, L. V., & Moya Quishpe, K. E. (2018). Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua. *Ciencia Digital*, 2(1), 428–443. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i1.30>

Pico, L. (2017). Entrepreneurship by necessity, a window to the development of business opportunities. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 131–136. <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>

Quispe-otacoma, A. L., & Nogueira-, D. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo Diagnosis and prospects for promotion of entrepreneurship as a development instrument. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(1), 91–103.

Rodríguez Cruz, M. (2017). Interculturalidad, plurinacionalidad y sumak kawsay en Ecuador. La construcción de un nuevo modelo de Estado a través de la educación intercultural bilingüe: discurso y realidad. *Perfiles Educativos*, 39(157), 70–86. <https://doi.org/10.22201/iissue.24486167e.2017.157.58441>

Saldarriaga Salazar, M. E., & Guzmán González, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 85, 125–142.

<https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>

Sánchez, M. A., Rosas, J. V., & Mendoza, V. M. (2018). *Metodología de la investigación Un Enfoque práctico.*

http://asesorias.cuautitlan2.unam.mx/Laboratoriovirtualdeestadistica/CARPETA_3_INFERENCIA_ESTADISTICA/DOC_INFERENCIA/TEMA_4/08_PRUEBA_DE_CHICUADRADA.pdfhttps://www.zaragoza.unam.mx/portal/wp-content/Portal2015/Licenciaturas/qfb/tesis/tesis_sanchez_flo

SRI. (2022). *Ley orgánica para el desarrollo económico y sostenibilidad fiscal tras la pandemia covid-19.* 1–33.

Superintendencia de Compañías. (2016). Manual de Procedimientos. *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*, 1–23.

Trujillo, C. A., Naranjo Toro, M. E., Lomas Tapia, R., & Merlo, M. (2019). *Investigación Cualitativa.*

Verdesoto, L., & Ardaya, G. (2018). *Continuidad y cambios en el desarrollo local y regional -Una aproximación al caso ecuatoriano.* 130–144.
http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika006/polemika006_015_articulo011.pdf

UIDE. (12 de Marzo de 2021). Beneficios del turismo para el país. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>

VIII Anexos

Anexo 1: Reporte de similitud de texto.



Identificación de reporte de similitud: oid:21463:231416779

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS LUZURIAGA.docx

RECuento DE PALABRAS

22105 Words

RECuento DE CARACTERES

118389 Characters

RECuento DE PÁGINAS

137 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

14.6MB

FECHA DE ENTREGA

May 8, 2023 4:11 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 8, 2023 4:13 PM GMT-5

● 7% de similitud general

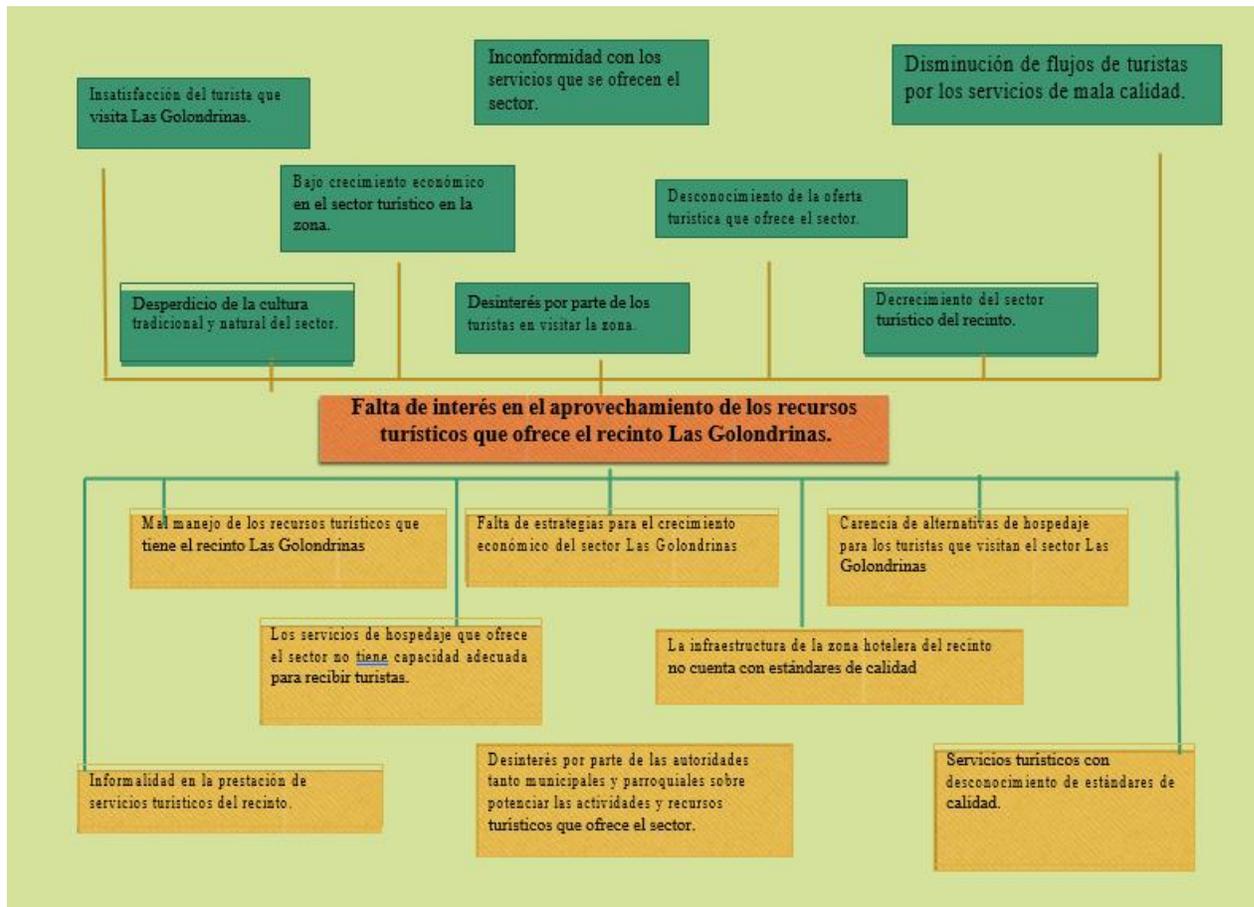
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)

Anexo 2: Árbol de problemas.





Anexo 3: Revisión de preguntas para las encuestas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Validación de instrumentos de recopilación de información

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE		
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
CARRERA DE TURISMO		
ESTUDIANTES: Evelyn Mabel Luzuriaga Córdova		
PERIODO: DICIEMBRE 2021 – ENERO 2022	FECHA DE REVISIÓN	14/12/2021
TEMA:	“Casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el Recinto Las Golondrinas del cantón Cotacachi, Imbabura-Ecuador”	
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Establecer el modelo de negocio que será implementado en el emprendimiento; Casa de huéspedes para la definición de los productos y servicios que se ofrecerán al mercado, donde se desarrollen estrategias de cómo se va a realizar, a quién se va a vender y de qué forma se van generar ingresos.	INSTRUMENTO	Matriz Lienzo Canvas
OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado que permita el análisis oportuno de la factibilidad en la implementación de un nuevo emprendimiento en el Recinto “Las Golondrinas”.	INSTRUMENTO	Encuesta

EL ESTUDIANTE EN LA ENCUESTA CONSIDERA LAS SIGUIENTE VARIABLES	CUMPLE	NO CUMPLE
--	--------	-----------

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

ENCABEZADO /LOGO UTN	✓	
OBJETIVO DE LA ENCUESTA	✓	
INSTRUCCIONES	✓	
VARIABLES SOCIO - DEMOGRÁFICAS		
Género	✓	
Edad (Determinar criterios y rangos) PEA	✓	
Lugar de residencia (cantones de provincia) otros - extranjero	✓	
Nivel de instrucción	✓	
Estado civil	✓	
Ocupación	✓	
Nivel de ingresos	✓	
VARIABLES PERFIL DEL CONSUMIDOR		
Preferencia de consumo (depende del emprendimiento)	✓	
Frecuencia de consumo (depende del emprendimiento)	✓	
Monto de gasto en la compra de producto/servicio	✓	
Servicios complementarios asociados al producto/servicio	✓	
Monto de gasto en productos complementarios	✓	
Acompañantes (número de personas)	✓	
Acompañantes (Tipo de personas Ejm. familia)	✓	
Tiempo de permanencia/ productos turísticos	✓	
Medios de ofertas promocionales	✓	
Valoración del entorno/ambiente	✓	
Opción de productos(caso de operadoras paquetes a ofrecer)Especialización	✓	

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	SI	NO	SI	NO
Instrumento Objetivo Específico 1:	✓			
Instrumento Objetivo Específico 2:	✓			

OBSERVACIONES:

Mejorar el objetivo dos, con más síntesis y mejor redacción.



Msc. Fabio Elton Cruz Góngora
DOCENTE DIRECTOR – TURISMO
FACAE - UTN
CI: 1002737581

Antrop. Raúl Cevallos Calapi
DOCENTE TÉCNICO - TURISMO
FACAE - UTN
CI: 1001345840

Anexo 4: Encuestas para segmentación de mercados.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Tema: Casa de huéspedes para potenciar el conjunto de sistemas agrícolas sostenibles en el Recinto Las Golondrinas del cantón Cotacachi, Imbabura-Ecuador.

Objetivo: Determinar las preferencias de consumo de servicios de alojamiento de los viajeros nacionales e internacionales para la implementación de un nuevo emprendimiento en el Recinto Las Golondrinas.

Instrucción: La presente encuesta consta de 27 preguntas referentes a la implementación de un nuevo establecimiento de hospedaje como lo es “Casa de huéspedes en el Recinto Las Golondrinas”, por favor marque una opción para cada pregunta; lea detenidamente y conteste de acuerdo a su propio criterio.

Perfil Sociodemográfico

1. Usted se encuentra en el rango de edad de:

- De 18 a 25 años
- De 26 a 40 años
- De 41 a 65 años
- Más de 65 años

2. Identifica su género como:

- Masculino
- Femenino
- LGBTIQ

3. Su lugar de residencia es:

- Quinindé
 - Puerto Quito
 - Santo Domingo
 - Otros especifique:
- 4. Su estado civil es:**
- Soltero/a
 - Casado/a
 - Unión libre
 - Divorciado/a
 - Viudo/a
- 5. Su ocupación/profesión es de:**
- Estudiante
 - Empleado público
 - Empleado privado
 - Negocio/Emprendimiento propio
 - Quehaceres del hogar
- 6. Su nivel de ingresos personales es de:**
- Menos de \$400
 - De \$401 a \$600
 - De \$601 a \$1000
 - De \$1001 a \$1500
 - Más de \$1500
- 7. En su último viaje turístico, ¿Qué tipo de transporte utilizó?**
- Transporte propio
 - Transporte público
 - Transporte turístico
 - Otros especifique:

8. En su último viaje turístico ¿Con quién estuvo acompañado?

- Solo
- Con la pareja
- Con la familia
- Con amigos
- Otros especifique:

9. En su último viaje turístico dentro del país, ¿Cuál fue el principal tipo de destino visitado?

- Playas
- Entornos rurales – comunidades
- Áreas naturales protegidas
- Ciudades – zonas urbanas
- Bosques - Montañas
- Balnearios
- Otro

10. ¿Cuántos días duró su último viaje turístico?

- Menos de un día
- dos días
- tres días
- cuatro días
- más de cuatro días

11. La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Hacienda turística
- Lodge
- Resort
- Campamento turístico
- Refugio
- Casa de huéspedes/apartamentos rentados
- Casas de amigos o familiares

12. La última vez que viajó por más de un día ¿Cuántas noches ocupó un establecimiento de alojamiento?

- Una noche
- Dos noches
- Tres noches
- Más de tres noches.

13. ¿Cuánto fue el costo por personas y por noche del establecimiento de alojamiento que ocupó en su último viaje?

- Menos de \$15
- \$16 a \$20
- \$21 a \$25
- \$26 a \$30
- \$31 a \$40
- Más de \$40

14. Durante el año 2021 ¿Cuántas veces ha realizado viajes turísticos de al menos dos días de duración?

- Ninguna
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Cuatro veces
- Más de cuatro veces.

15. ¿Cuál es el factor más importante que tomó en cuenta para elegir el establecimiento de alojamiento en que se hospedó la última vez?

- Cercanía a lugares visitados
- Precio accesible
- Facilidad de pago
- Recomendaciones y calificación dada por otros clientes.
- Instalaciones, ambientación y decoración
- Percepción de seguridad
- Servicios que incluye en la tarifa
- Otros especifique:

16. En un (establecimiento de alojamiento) en zonas rurales ¿Cuál de las siguientes alternativas considera de su mayor preferencia?

- Deportes de aventura
- Cabalgatas
- Recorridos interpretativos
- Recorrido por entornos naturales y locales
- Espacios para recreación y juegos
- Pesca
- Otros especifique:

17. ¿Considera usted necesario la implementación de una ruta agroturística dentro del establecimiento en el Recinto Las Golondrinas?

- Si
- No

18. ¿Cuánto considera como precio adecuado a pagar por la actividad que seleccionó en la anterior pregunta?

- menos de \$5
- \$6 a 10\$
- \$11 a \$15
- \$16 a \$20
- \$21 a 30
- más de \$30

19. Le gustaría ser partícipe de las diferentes actividades gastronómicas del Recinto Las Golondrinas tales como: Elaboración de chocolate, elaboración de pan de almidón, ¿cosecha de cacao?

- Si
- No

20. ¿Le gustaría conocer el sistema de cosechas de cacao y café a través de una actividad turística?

- Si
- No

21. ¿Conoce del desarrollo de proyectos que se enfoquen al desarrollo agroturístico del Recinto Las Golondrinas?

- Si
- No

22. ¿Cuáles de las siguientes características y actividades le gustaría que estén presentes en una ruta agroturística dentro del establecimiento?

- Visita de un vivero de maracuyá
- Senderos sostenibles con flora y fauna
- Gastronomía típica de la zona
- Visita a sitios naturales del sector
- Producción de guarapo, panela granulada, aguardiente
- Cabalgata, pesca deportiva, actividades de aventura.

23. ¿Cuál es el servicio de mayor importancia para usted, en un establecimiento de alojamiento?

- Limpieza y comodidad de la habitación
- Servicio de TV Cable
- Servicio de internet WIFI
- Que tenga Piscina
- Que tenga Restaurante
- Que brinde servicio de desayuno incluido en la tarifa

24. ¿Cuál fue el principal servicio ocupado en el establecimiento donde se hospedó la última vez?

- SPA
- Piscina
- Restaurante (platos a la carta)
- Actividades culturales
- Actividades deportivas
- Actividades recreativas
- Otros especifique:

25. ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría que se ofrezca?

- Comida vegana/vegetariana
- Gastronomía típica del lugar
- Platos a la carta
- Menú del día (almuerzos, cenas)
- Comida internacional

26. ¿Cuánto considera como precio adecuado para pagar por el tipo de comida que seleccionó en la pregunta anterior?

- menos de \$5
- \$6 a 10\$
- \$11 a \$15
- más de \$15

27. ¿Cuál es el medio de su mayor preferencia para recibir información de servicios de alojamiento?

- Aplicaciones de reserve (Booking, Expedia, AirB&B, otros)
- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Whatsapp
- Correo electrónico
- Otra red de mensajería
- Radio y televisión
- Prensa
- Otros especifique:

Gracias por su colaboración.

