



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO

TEMA:

“HOSPEDAJE AGROTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE AGUALONGO DE PAREDES, PARA EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN, PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

MAGISTER EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

AUTOR:

DARWIN ROBERTO PORTILLA SÁNCHEZ

TUTORA: MSc. VICTORIA GEOVANNA RUIZ ERAZO

ASESORA: PhD. NHORA MAGDALENA BENÍTEZ BASTIDAS

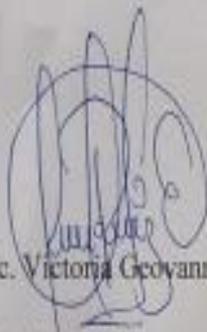
Ecuador, Ibarra, 2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo, certifico que el estudiante Darwin Roberto Portilla Sánchez con cedula de identidad N.º 1803888625, ha elaborado bajo mi tutoría la sustentación del trabajo de grado titulado: "Hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento del turismo sustentable en la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura." año 2022-2023.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuesta en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación a la sustentación para la calificación respectiva.

Ibarra, 15 de septiembre del 2023



MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

C.I. 0401393855

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico con todo mi amor a mí familia, quienes durante todo este tiempo han sido la gran inspiración, porque a pesar de la dificultades y grandes obstáculos que se presentan en la vida, siempre hay una luz al final del camino y ellos siempre me han apoyado de forma incondicional.

A mis padres, Eduardo y Elvia, por haberme inculcado valores decisivos para enfrentarme a adversidades de la vida, a mi esposa Elizabeth por siempre apoyarme y estar a mi lado en todo momento y a mis hijos Paula y Joaquín por ser mi motor y la razón para alcanzar mis metas.

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día”. (Robert Colier)

Roberto Portilla Sánchez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios y mis padres, por haberme dado la vida y así permitirme llegar a cumplir con el gran objetivo de finalizar mi trabajo de investigación.

A la Universidad Técnica del Norte por ser mi Alma Mater, tanto en mi formación de pregrado y post grado y sobre todo por el conocimiento adquirido en sus muros, que me ha permitido llegar hasta aquí

A mi tutora MSc. Victoria Ruiz y mi asesora PhD Nhora Benítez, por su paciencia, guía y sobre todo por el conocimiento que supieron compartir conmigo, para lograr el gran objetivo de cumplir con éxito el presente trabajo de investigación.

Gracias a todos, quienes de forma directa e indirectamente contribuyeron para la realización de la investigación.

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	1803888625		
APELLIDOS Y NOMBRES	Portilla Sánchez Darwin Roberto		
DIRECCIÓN	Imbabura, Ibarra, sector Huertos Familiares, calle Tulcán 3-516 y Miguel Vaca Flores		
EMAIL	robertoportillas.19@gmail.com		
TELÉFONO FIJO	062 546247	TELÉFONO MÓVIL:	0983881801

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento del turismo sustentable en la parroquia san roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.
AUTOR (ES):	Portilla Sánchez Darwin Roberto
FECHA: DD/MM/AAAA	7/11/2023
PROGRAMA;	Posgrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Magíster en Gestión de Empresas Turísticas
TUTOR	MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

2. CONSTANCIAS

El autor Darwin Roberto Portilla Sánchez, 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 es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarrá, a los 7 días del mes de noviembre del año 2023

EL AUTOR:



Darwin Roberto Portilla Sánchez
C.I. 1803888625

Índice de contenidos

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
Resumen	14
Abstract.....	15
Capítulo I.....	16
El problema	16
<i>1.1 Problema de Investigación</i>	16
<i>1.2 Antecedentes</i>	18
<i>1.3 Objetivos de la investigación</i>	22
1.3.1 Objetivo general	22
1.3.1 Objetivos específicos	22
<i>1.4 Justificación de la investigación</i>	23
Capítulo II.....	25
Marco Referencial	25
<i>2.1 Marco Teórico</i>	25
2.1.1. Turismo	25
2.1.2. Evolución del Turismo	26
2.1.3. Tipologías del turismo	27
2.1.4. Agroturismo	28
2.1.5. Actividades agrícolas	29
2.1.6. Rural	30
2.1.7. Servicios Turísticos	31
2.1.7.1. Servicios turísticos en el sector rural	31
2.1.8. Hospedaje	32
2.1.9. Desarrollo sostenible	33

Capítulo III	42
Marco Metodológico	42
3.1 Descripción del área de estudio / Grupo de estudio	42
3.2 Enfoque y tipo de la investigación	42
3.2.1 Enfoque	42
3.2.2 Tipos de investigación	43
3.3 Procedimiento de investigación	43
3.4 Métodos de investigación.....	44
3.5 Técnicas de investigación	44
3.6 Instrumentos de investigación	45
Capítulo IV	47
Resultados y discusión	47
Objetivo 1	47
Objetivo 2	49
Capítulo V	74
Propuesta alternativa.....	74
5.1. Título de la propuesta.....	75
5.2 Justificación e importancia	76
5.3. Ubicación sectorial y física.....	77
5.4. Diseños de las cabañas en el hospedaje	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
REFERENCIAS	115
Anexos.....	119
Anexo A. Ficha de Diagnóstico de Destinos Turísticos.....	119
Anexo B. Entrevista a dirigentes comunitarios	120
Anexo C. Encuesta a los habitantes del cantón Antonio Ante	121
Anexo D. Entrevista a establecimientos de alojamiento	125

Índice de tablas

Tabla 1 Tipos de turismo	27
Tabla 2 Género	49
Tabla 3 Edad	50
Tabla 4 Lugar de residencia.....	50
Tabla 5 Nivel de instrucción.....	51
Tabla 6 Estado civil	51
Tabla 7 Profesión.....	52
Tabla 8 Ingresos personales.....	53
Tabla 9 ¿Con quién realiza sus viajes?	54
Tabla 10 Número de acompañantes.....	55
Tabla 11 Tipo de alojamiento	55
Tabla 12 Medio de transporte utilizado	56
Tabla 13 Frecuencia de viajes turísticos	57
Tabla 14 Frecuencia de viajes turísticos al año	57
Tabla 15 Medios para conocer atractivos turísticos	58
Tabla 16 Modalidad de turismo que prefiere.....	59
Tabla 17 Cantidad de noches que pernocta	59
Tabla 18 Actividades de turismo comunitario.....	61
Tabla 19 Frecuencia por servicios complementarios.....	62
Tabla 20 Tipo de ambientación y frecuencia.....	62
Tabla 21 Conocimientos sobre el turismo vivencial y agroturismo	63
Tabla 22 Conocimientos sobre Agualongo de Paredes	63
Tabla 23 Pago por alojamientos agroturísticos.....	64
Tabla 24 Cotización por alimentación, servicios adicionales y porcentaje de consumo.....	68
Tabla 25 Frecuencia de visitantes semanalmente	69
Tabla 26 Ingresos monetarios por cabaña y tipo de mes en un año	69
Tabla 27 Ingresos monetarios por servicios complementarios y tipo de mes en un año.....	70
Tabla 28 Ingresos monetarios por cabaña más servicios complementarios y tipo de mes en un año.....	70
Tabla 29 Egresos monetarios por cabaña más servicios complementarios y tipo de mes en un año.....	71

Tabla 30 Gastos anuales	71
Tabla 31 Flujo de caja anual.....	72
Tabla 32 Flujo de caja en a10 años de proyección	72
Tabla 33 Valores VAN y TIR.....	72

Índice de figuras

Figura 1 <i>Actividades de agroturismo</i>	30
Figura 2 <i>Elementos del desarrollo sostenible</i>	34
Figura 3 <i>Logo de propuesta</i>	75
Figura 4 <i>Ubicación</i>	78
Figura 5 <i>Cabaña individual</i>	81
Figura 6 <i>Cabaña individual</i>	82
Figura 7 <i>Cabaña individual interior</i>	83
Figura 8 <i>Cabaña familiar</i>	84
Figura 9 <i>Cabaña familiar</i>	85
Figura 10 <i>Cabaña familiar</i>	86
Figura 11 <i>Conjunto de cabañas</i>	87
Figura 12 <i>Conjunto de cabañas</i>	88
Figura 13 <i>Conjunto de cabañas</i>	89
Figura 14 <i>Menú de restaurant</i>	93
Figura 15 <i>Menú de restaurant</i>	94
Figura 16 <i>Maquetación de la página web</i>	96
Figura 17 <i>Maquetación de la página web</i>	97
Figura 18 <i>Maquetación de la página web “Quiénes somos”</i>	97
Figura 19 <i>Maquetación de la página web Visión empresarial</i>	98
Figura 20 <i>Maquetación de la página web, ubicación geográfica</i>	98
Figura 21 <i>Maquetación de la página web Cabañas</i>	99
Figura 22 <i>Maquetación de la página web. Comunidad Agualongo de Paredes</i>	99
Figura 23 <i>Maquetación de la página web Servicios</i>	100
Figura 24 <i>Maquetación de la página web Contacto</i>	100
Figura 25 <i>Maquetación de la página web Escríbenos</i>	101
Figura 26 <i>Maquetación de la página web Redes sociales</i>	101
Figura 27 <i>Redes sociales Instagram</i>	102
Figura 28 <i>Redes sociales TikTok</i>	103
Figura 29 <i>Correo electrónico Gmail</i>	103
Figura 30 <i>Postal 1</i>	104
Figura 31 <i>Postal 2</i>	105
Figura 32 <i>Postal 3</i>	105

Figura 33 Uniforme del personal “Camiseta negra”	108
Figura 34 <i>Uniforme del personal “gorra”</i>	108
Figura 35 <i>Uniforme del personal “Camiseta blanca”</i>	109
Figura 36 <i>Uniforme del personal “Delanta”</i>	109

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 <i>Asamblea General</i>	110
Ilustración 2 <i>Organigrama de operación</i>	110

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general, diseñar un hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento turístico sustentable en la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura y surge a partir de la escasa presencia de establecimientos de alojamientos turísticos en el sitio de estudio, el cual, posee grandes atributos en cuanto a recursos, tanto naturales como culturales se refiere, sin embargo, la problemática existente ha impedido en cierto modo que el turismo se desarrolle y beneficie a la población local.

En la investigación, se detalla la factibilidad que tiene la propuesta, en la cual se detallan los servicios a ofertarse principalmente el de alojamiento, completado con gastronomía y recreación, a través de una interacción directa con la comunidad en sus actividades diarias; impulsando la generación de empleo y la circulación de capital, con el requerimiento de los productos agrícolas que ofertan los habitantes de la zona, recorrido por la comunidad con los turistas y demás actividades.

De igual manera es importante mencionar que la propuesta, se destaca por su diseño técnico y armonioso de estilo rústico acorde al ambiente, revalorizando los saberes tradicionales que poseen los habitantes de la comunidad de Agualongo de Paredes, mismo que fue diseñado en base a las preferencias obtenidas a través de un estudio de mercado, que se evidenciaron en el resultado de las encuestas aplicadas y demás instrumentos ya sean de carácter cualitativo o cuantitativo, que contribuyeron a la estructura y diseño del producto final; identificando que el proyecto es factible a través de los datos económicos y financieros obtenidos, que refleja una viabilidad positiva con crecimiento del 5% anual

Palabras claves: hospedaje, agroturístico, sustentable, comunidad, servicios, factible

Abstract

The general objective of this research work is to design an agrotourism accommodation in the community of Agualongo de Paredes, for the strengthening of sustainable tourism in the San Roque parish of the Antonio Ante canton, province of Imbabura and arises from the scarce presence of establishments of tourist accommodations in the study site, which has great attributes in terms of resources, both natural and cultural, however, the existing problems have prevented tourism from developing and benefiting the local population.

In the investigation, the feasibility of the proposal is detailed, in which the services to be offered are detailed, mainly accommodation, completed with gastronomy and recreation, through direct interaction with the community in its daily activities; promoting the generation of employment and the circulation of capital, with the requirement of agricultural products offered by the inhabitants of the area, tours of the community with tourists and other activities.

Likewise, it is important to mention that the proposal stands out for its technical and harmonious design in a rustic style in keeping with the environment, revaluing the traditional knowledge possessed by the inhabitants of the community of Agualongo de Paredes, which was designed based on the preferences obtained through a market study, which was evidenced in the results of the surveys applied and other instruments, whether qualitative or quantitative, that contributed to the structure and design of the final product; identifying that the project is feasible through the economic and financial data obtained, which reflects positive viability with growth of 5% annually.

Keywords: lodging, agrotourism, sustainable, community, services, feasible

Capítulo I

El problema

1.1 Problema de Investigación

La pandemia provocada por el Covid-19, ha generado un fuerte declive económico en los diferentes sectores a nivel mundial, principalmente en el turismo, el cual posiblemente sea el más afectado, ya que, al tratarse de una actividad netamente social, su accionar como tal no se la pudo desarrollar con normalidad; debido a las restricciones y el confinamiento obligatorio al cual, se vio sometida la humanidad, impuestas por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Con la finalidad de contrarrestar los efectos mortales de dicho virus; por lo cual es imprescindible que se generen nuevas alternativas de desarrollo económico, como lo es el agroturismo, debido a que, la nueva realidad post pandemia es completamente diferente, a la cual se estaba acostumbrado (Lluga, 2021)

El agroturismo es una actividad que se realiza en sectores rurales y brinda a los a los productores, la posibilidad de vincular el desarrollo agropecuario, con la implementación actividades recreativas y de distracción. A través de la prestación de servicios como: la gastronomía, alojamiento, paseos guiados, muestra de actividades rurales cotidianas y venta de productos artesanales, genera para los productores de un ingreso que impacta de forma positiva en su economía (Peralta & Li, 2017).

Entre las principales necesidades que tiene el ser humano, Rodriguez (2019) menciona: es el proveerse de alimento, el mismo que lo obtiene principalmente a través de la agricultura, es así, que desde la prehistoria cuando las personas dejaron de ser nómadas y adoptaron en sedentarismo, se convirtió en el invento más importante de la humanidad, generando un cambio drástico en su comportamiento. Por tal motivo, es algo innato y tal vez la actividad más relevante que posee, sin embargo, con el pasar de la historia el abuso de la agricultura con el propósito de obtener alimento, ha hecho que, el ser humano desgaste y agote los recursos naturales e impacte drástica y negativamente en el medio ambiente, causando efectos en ciertas ocasiones irreversibles, como la destrucción de la capa de ozono, no obstante, al ser una actividad vital importancia e incluso de carácter

fisiológico, es imposible que se la pueda dejar de lado, he ahí, la importancia de modificar y mejorar su práctica.

A nivel mundial la agricultura ha sido un factor de desarrollo y bienestar para la humanidad, no obstante, a partir de la llegada de los europeos al continente americano, dicho concepto cambia radicalmente, ya que, se acuña el término de agronegocio o agroindustria, que como, cualquier emprendimiento extractivo supone graves impactos socioambientales. Al priorizarse el factor económico como lo dijo el biólogo Bill Mollison: “*ya no pretende producir comida, sino dinero*” conllevó a la aplicación y expansión del monocultivo trayendo consigo territorios deforestados, pérdida de biodiversidad, el desplazamiento y migración masivos de las comunidades ancestrales, abandonando sus territorios es post de nuevas alternativas económicas, afectando drásticamente a su soberanía alimentaria (Banco Mundial, 2014).

Ecuador no es la excepción, donde una de las principales actividades económicas practicadas es la agricultura, la cual lastimosamente en muchas comunidades rurales se la lleva de forma incorrecta ya sea por el abuso de químicos, así como la ampliación de la frontera agrícola. Coadyuvando al desgaste del suelo y el exterminio de los recursos naturales dejando sin opciones de producción económica a quienes depende solamente de dicha actividad, he ahí la importancia de modificar la forma de realizar agricultura complementándola con otras actividades como lo es el turismo (Galarza & Galarza, 2018).

En la comunidad de Agualongo de Paredes, los pobladores que en su mayoría son indígenas dependen de una sola actividad económica la agricultura, desencadenado que para su subsistencia dependan en gran parte de la misma y por esa razón corren un alto riesgo, debido a que, si por a o b factores una cosecha se dañara, lo cual en la actualidad es muy probable por el cambio climático impredecible que existe, su calidad de vida y nivel de ingresos se verían seriamente afectados. Sumado a esto la falta de conocimiento, capacitación y apoyo para el desarrollo de otras actividades económicas o complementarias a la agricultura, ha generado su estancamiento y dependencia a una sola fuente de ingresos; adicionalmente el aislamiento cultural, así como, la desconfianza de los pobladores a nuevas alternativas o emprendimientos, provoca que la implementación de nuevas opciones o estrategias para el mejoramiento de la calidad de vida sea

sumamente difícil. La suma de todos los factores mencionados ha generado que, en la Comunidad de Agualongo de Paredes, la cual, a pesar de contar con una gran riqueza cultural, turística y agronómica, no exista el servicio de hospedaje para los visitantes que deseen conocer más a fondo las expresiones y manifestaciones de dicha comunidad.

Por lo mencionado anteriormente es de vital importancia generar nuevas estrategias de desarrollo económico para los habitantes de la comunidad Agualongo de Paredes, sin afectar negativamente a su identidad cultural y conocimientos tradicionales, siendo el agroturismo una de las mejores opciones, ya que, cumple con esa sinergia entre la identidad propia de los habitantes y la opción de incrementar sus ingresos económicos de manera sustentable y así mejorar su calidad de vida. Para lo cual, es importante que se cuente con la oferta de hospedaje, la cual deberá estar complementada con actividades agrícolas, que permitan el disfrute e interacción de los turistas con la comunidad en todo su esplendor.

1.2 Antecedentes

La humanidad después de haber superado parcialmente la pandemia generada por el Covid-19, se enfrenta a una nueva realidad y la necesidad de generar actividades sustentables, que garanticen un adecuado estilo de vida, incluyendo a las generaciones futuras. Por tal motivo, las actividades relacionadas con el agroturismo se perfilan como una de las mejores opciones para la generación y preservación de recursos tanto económicos y ecológicos, por lo cual, a nivel mundial, regional y nacional se puede encontrar varios ejemplos de proyectos agroturísticos exitosos, los mismos que serán analizados a continuación.

De acuerdo con Blanco & Riveros (2008), los saberes tradicionales que poseen las comunidades rurales, son de vital importancia para su desarrollo económico, si se lo sabe aprovechar de forma adecuada, un ejemplo es: “La Ruta del Queso Turrialba” en Costa Rica, en donde los productores de leche y queso aprovechando su conocimiento para la elaboración de dicho producto, el cual tiene más de 100 años de antigüedad. Implementaron un proyecto cuyo objetivo era promover el desarrollo socioeconómico del sector, a través del agroturismo y el trabajo mancomunado entre los propietarios de las fincas ganaderas e instituciones nacionales, así como también, el apoyo de organizaciones

sin fines de lucro; vale destacar que la ruta se complementa con la presencia de diversos atractivos naturales, que se encuentran en la zona, lo que le ha permitido ser un referente del agroturismo a nivel mundial.

En el Valle de San Quintín de Baja California, nace un proyecto cuyo objetivo es la elaboración de una ruta agroturística, con el fiel propósito de impulsar el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la región, aprovechando de manera sustentable tanto los recursos agrícolas como naturales existentes en la zona, dicha investigación se la realizó a través de la aplicación de una matriz FODA, la cual permitió establecer los productos y servicios existentes en cada rancho en el sector y así poderlos potencializar y comercializarlos, tanto a turistas nacionales como extranjeros, con un enfoque sustentable (Morales, Cabral, & Aguilar, 2015).

Uno de los trabajos sobresalientes es la Fonda del Quindío, realizado por Chacón (2019) es un proyecto basado en la permacultura, que busca integrar todos los elementos de la naturaleza como los son: los materiales, el paisaje y actividades de la zona rural del Quindío, con actividades turísticas. Aprovechando la biodiversidad existente del destino que representa menos del 1 % del territorio colombiano, se proyecta un eco hotel, cuyo objetivo principal es trabajar en actividades sustentables que promuevan el fortalecimiento socioeconómico de la comunidad rural, sabiendo conservar la identidad y el conocimiento tradicional de sus habitantes, así como, la práctica de actividades agrícolas direccionadas desde el enfoque turístico.

Con lo expuesto anteriormente se puede evidenciar que, en los diferentes sitios a nivel mundial en los cuales se ha optado por desarrollar proyectos relacionados con el agroturismo o turismo rural, la influencia del mismo, ha traído consigo aspectos positivos para todos los involucrados, ya sea de forma directa o indirecta, debido a que, gracias a este, se han podido generar nuevas alternativas de subsistencia económica, sin dejar de lado el ámbito sustentable. Ecuador a pesar de ser un país pequeño en cuanto a extensión territorial se refiere, cuenta con una gran riqueza tanto natural como cultural, siendo un escenario perfecto para el desarrollo de proyectos agroturísticos entre los cuales se mencionará algunos de ellos.

La falta de alternativas económicas en los diferentes territorios de Ecuador, ha generado la implementación de nuevas estrategias de desarrollo económico sustentable, como lo es el agroturismo y el turismo de aventura, las cuales están encaminadas a mejorar el estilo de vida de los habitantes del recinto La Envidia de la provincia de Cotopaxi y así, puedan abandonar las prácticas tradicionales no sustentables y poder generar ingresos monetarios, aprovechando de manera consciente los recursos naturales que posee la zona y generando una economía de valor y eco sustentable, que incidirá de forma positiva incluso en las generaciones futuras (Romero, 2018).

Villacís (2020) menciona, la práctica del agroturismo en las formas de vida de los habitantes de la parroquia Calpi de la provincia de Chimborazo, ha influenciado de forma positiva, ya que, gracias a esta actividad han podido adquirir nuevos conocimientos, los cuales les han permitido encontrar nuevas estrategias de desarrollo económico, dentro de un marco sustentable, y así, potenciar de manera significativa a su parroquia en el ámbito turístico, para el disfrute de los visitantes tanto nacionales como extranjeros, dicho potenciamiento será más efectivo con el trabajo sincrónico del sector público y privado, al igual que de todos los involucrados ya se de forma directa e indirecta.

El Agroturismo a pesar de ser una nueva alternativa de desarrollo sustentable, no deja ser una actividad microempresarial que busca la obtención de réditos económicos de forma sustentable, a través de la preservación de los recursos, por tal motivo, en el recinto Tatala de Puerto Quito, se implementó un proyecto cuyo objetivo era el otorgar a los habitantes del sector diferentes estrategias a las habituales, para mejorar sus ingresos monetarios, sin que se contamine indiscriminadamente los recursos de la comunidad, aprovechando el recurso tierra en cuanto a fincas y propiedades que tienen los agricultores de la zona, modificando su visión y forma de producción para que esta sea mucho más amigable con el medio ambiente y que sus beneficios se los pueda disfrutar a muy largo plazo (García N. , 2020).

La provincia de Imbabura como sitio del presente estudio, no es ajena a la realidad y a la existencia de las nuevas tendencias turísticas, entre las que se destacan el agroturismo y el turismo rural y comunitario, debido a su gran riqueza cultural. La provincia es una de las pocas provincias en el Ecuador, en donde se puede encontrar de forma predominante los diferentes grupos étnicos existentes en el país, así como también, en el ámbito natural

posee uno de los complejos geológicos más importantes a nivel nacional e internacional, motivo por el cual, en abril del 2019 por parte de la UNESCO fue nombrada Geoparque Mundial, lo que hace de la provincia un escenario idóneo para la aplicación de proyectos turísticos sustentables.

La implementación del servicio de hospedaje basado en el agroturismo y en el contacto directo de los visitantes con los habitantes de las comunidades, genera una vivencia única e irrepetible, por tal motivo, el contar con este servicio en la comunidad de Mariano Acosta, ayudará al desarrollo y potenciación del sector, ya que posee una gran ventaja, su cercanía a la reserva Cayambe Coca, por la cual tiene una afluencia importante de turistas, que sienten la necesidad de complementar su visita a los sitios naturales de la zona, con la oferta de otros servicios, que les permitan tener una mejor experiencia en su tiempo ocio (Rosero Lozada, 2022).

Apuela al ser una comunidad rural, cuenta con una gran extensión de terrenos, sin embargo, sus propietarios se han dedicado a la explotación de este recurso de forma habitual, desgastando los suelos con la agricultura a base de agroquímicos, por tal motivo, existe la necesidad de cambiar la producción que en cierto modo no es amigable con el medio ambiente, por opciones sustentables. He ahí la necesidad de la implementación de una hacienda agroturística, en donde los turistas puedan disfrutar de la gastronomía típica del sector y puedan quedarse a pernoctar en el sitio, disfrutando de las diferentes actividades que les ofrece el campo y los agricultores en labores diarias, dentro de un marco sustentable y amigable con el ambiente (Simbaña & Tituaña, 2021).

En concordancia con lo expuesto, Cusqui (2020) establece al agroturismo como un factor significativo y determinante en el mejoramiento y desarrollo de las comunidades rurales, ya que, su incidencia afecta directamente y de forma positiva en el ámbito socioeconómico y ambiental de sus habitantes, por tal motivo, la creación de nuevos productos agroturísticos, genera nuevas alternativas de aprovechamiento de los diferentes recursos, con los que cuenta la comuna Fakcha Llacta perteneciente al cantón Otavalo y así puedan aprovechar de manera sustentable cada uno de ellos, sin dejar de lado sus saberes tradicionales (patrimonio cultural), el cual ha sido transmitido de generación en generación.

De acuerdo con lo manifestado anteriormente, se puede evidenciar que las propuestas alternativas como: el turismo rural, el de aventura y el agroturismo, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades rurales, sin importar la ubicación y condiciones geográficas, tienen gran relevancia en el desarrollo socio económico y ambiental de las mismas, permitiendo a los involucrados adoptar nuevas estrategias de producción y aprovechamiento de los recursos tangibles e intangibles que poseen, generando una cadena de valor en la cual se ven beneficiadas todas las familias de la comunidad, ya sea de forma directa o indirecta, sin dejar de lado el patrimonio cultural y saberes tradicionales característicos de cada región.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una alternativa de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento turístico sustentable en la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura

1.3.1 Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de la comunidad Agualongo de Paredes con relación a la prestación de servicios turísticos.

Elaborar un estudio de mercado para la implementación de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes

Determinar la factibilidad técnica y económica para la puesta en marcha de un hospedaje agroturístico en la comunidad Agualongo de Paredes

Proponer un diseño de alojamiento agroturístico basado en normativas sustentables y amigables con el medio ambiente y que cumpla con las expectativas de la demanda turística del sector.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación busca desarrollar una oferta de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, el cual sea de tipo vivencial, donde el visitante pueda relacionarse de forma directa con los habitantes y productos ofertados del sector, si bien, la principal actividad es la agricultura, no existen productos relacionados al turismo, por lo que no se ha aprovechado al máximo el potencial de sus tierras, siendo la creación de diferentes productos turísticos como: el paseo por los huertos de durazno y granadilla, una experiencia diferente para el turista, así como también, el compartir la experiencias con los pobladores de la comunidad.

El agroturismo, se convierte en una oportunidad de mejora económica para sus habitantes, conjuntamente con la implementación de estrategias de aprovechamiento sustentable, enfocado al mejoramiento de la calidad de vida de los actores relacionados con el proyecto, al igual que, la preservación de sus recursos para las generaciones futuras. Complementada con la preparación de la gastronomía tradicional de la zona, con ingredientes propios del sector, que permitirán al turista una experiencia en cuanto al agroturismo vivencial se refiere (Molina & Valenzuela, 2019).

Es imprescindible que se dé la revalorización de los diferentes cultivos, a través de una práctica adecuada de la agricultura, conjugada con las nuevas tendencias en el ámbito como lo es la producción orgánica y así otorgarle una diferenciación y esto se lo puede conseguir aprovechando el conocimiento en las diferentes técnicas tradicionales que poseen los habitantes y de esta manera mitigar los diferentes problemas socioeconómicos y ambientales existentes en la zona. El saber y poder valorar de los saberes tradicionales de los pueblos genera un impacto positivo en ellos ya que potencia su productividad con el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, lo que permitirá garantizar una seguridad alimentaria con un enfoque sustentable. El mantener y rescatar los saberes y técnicas tradicionales en la agricultura propiciará un amor propio en la identidad de la población local, mediante la recuperación y conservación de su entorno natural, así como también la revalorización de sus expresiones culturales. Por último, estas prácticas están correlacionadas con la integración de miembros de la comunidad para que esta tradición se mantenga en futuras generaciones (Vargas, 2020).

El desarrollo de agroturismo en la comunidad de Agualongo de Paredes, tiene como propósito diversificar las oportunidades de ingreso económico de sus pobladores, ya que, existirán nuevas alternativas económicas en donde los actores relacionados generen una rentabilidad económica, que no dependa de una sola fuente de ingresos y a la vez estableciendo productos agroturísticos sustentables. De igual manera, al ser el turismo una cadena de valor generará ingresos económicos, no solo a los actores relacionados directamente, sino también, a los que están relacionados indirectamente, todos ellos se verán beneficiados, por ejemplo, a quienes vendan artesanías o quienes posean una tienda o un pequeño negocio ya que esa es la bondad del turismo, que es agente generador y multiplicador de ingresos económicos. Otro de los beneficios de la implementación de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, es el posicionar a la comunidad como un referente turístico, tanto a nivel nacional como internacional, lógicamente ofertando productos enmarcados dentro de la estandarización de la calidad y cumpliendo con las expectativas de los turistas.

Capítulo II

Marco Referencial

2.1 Marco Teórico

2.1.1. Turismo

El impacto que genera el turismo, por ser una actividad social y relacionada directamente con el descanso, ocio y diversión de las personas, es de gran importancia y debido a esta razón, su estudio ha sido muy amplio a través de la historia, ya que, ha incidido directamente en el comportamiento y cambios económicos del mundo, esto se debe al deseo innato que poseen las personas por viajar y conocer nuevos lugares; en la actualidad después de haber superado parcialmente la pandemia del Covid-19, el sector turístico, tuvo que dar un cambio significativo y adaptarse a la nueva realidad del planeta, he ahí que radica la importancia de conocer su base teórica para la realización de la presente investigación.

Según Sancho (2013), “El turismo comprende las actividades que desarrollan una persona o conjunto de personas durante estadías en lugares previamente planificados con fines de trabajo o distracción”. Adicionalmente para Schenkel (2019), muchos países principalmente los que se encuentran en vías de desarrollo, al no tener opciones de crecimiento económico y social, han apostado por el ámbito turístico, debido a que, por sus características permite generar una cadena de valor económico, no solo a los actores relacionados directamente con él, sino a los que de forma indirecta también lo hacen y de esta forma tener un crecimiento económico alternativo.

Con el pasar del tiempo, el impacto de la actividad turística ha sido de gran relevancia en todo sentido, por tal motivo, se han generado varias conceptualizaciones desde diferentes puntos de vista, incluso desde las mismas experiencias personales de los turistas, por lo que, establecer una conceptualización universal del término turismo sería muy complejo, ya que, a pesar de ser conceptos íntimamente ligados tienen significativas diferencias, lo que queda claro, es que el turismo con el pasar del tiempo va evolucionando y desarrollando nuevas tendencias para su disfrute.

2.1.2. Evolución del Turismo

Según Acerenza (2006), el turismo ha ido evolucionando de acuerdo con las actividades y los diferentes eventos históricos, provocados por la humanidad juntamente con el nivel de repercusión y grado de avance que estos tengan en el tiempo y en la historia, por lo que su desarrollo está ligado directamente con el comportamiento de las personas.

Se podría establecer, que la esencia del turismo es el movimiento o desplazamiento y el ser humano siempre ha tenido esa necesidad de movilización de forma inherente, tal es así, que desde sus orígenes fue nómada y se desplazaba de un sitio a otro en busca de alimento y protección, posteriormente, cuando ya se hizo sedentario aparentemente ya no tendría la necesidad de moverse. Sin embargo, lo que cambio fueron las motivaciones ya que en la edad antigua su desplazamiento fue motivado por el poder y la ambición de expandir sus territorios y convertirse en grandes imperios, para la edad media, lo que motivo principalmente el desplazamiento fue el conocimiento y es aquí donde se puede empezar hablar de los primeros términos turísticos, como es el caso del llamado Grand Tour, que era el viaje que realizaban los hijos de los reyes a otros imperios con la finalidad de terminar su preparación para asumir el trono de su padre.

Sin dejar de mencionar las cruzadas, que generaron el desplazamiento de miles de personas con la fiel intención de salvaguardar sus creencias religiosas, de igual manera es importante mencionar al que es considerado como el padre del turismo “Thomas Cook”, quien a través de los viajes en tren generó el primer baucher, facilitando el desplazamiento de los turistas, el descubrimiento de América, el cual fue un periplo que incluso marco el inicio de otra era en el tiempo, el aparecimiento de la aviación civil después de la Primera Guerra Mundial, el cual desencadenó un gran desarrollo en el ámbito turístico, debido a que, permitió recorrer grandes distancias en corto tiempo y en la actualidad el avance tecnológico y la predominancia de las redes sociales han provocado un cambio drástico en la forma de hacer turismo.

Tal vez uno de los eventos más recientes y que impacto significativamente al sector turístico, fue la pandemia del Covid-19, que obligó al turismo a evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades y realidades de las personas, ya que, por casi dos años no se pudieron desarrollar actividades con enfoque social y de interacción personal, sumado a eso las secuelas y el miedo existentes en las personas, obliga a que se oferten nuevas alternativas turísticas distintas a las tradicionales, he ahí, el repunte que tienen el turismo

de aventura, el ecoturismo y el comunitario, que por su característica de realizarse en espacios abiertos genera una mayor seguridad en los visitantes.

Con lo señalado anteriormente se podría establecer que el turismo, ha tenido una transformación significativa, son muchos los cambios entre el antes, durante y después de la pandemia, por tal motivo las acciones políticas que opte cada gobierno, para la recuperación del sector serán de vital importancia y trascendentales para un adecuado desenvolvimiento de este. La CEPAL (2020) presentó un estudio que, entre otros aspectos concluyó que “la caída de este sector podría llevar a una disminución del crecimiento del PIB del Caribe y América Latina de 8 y 1 puntos porcentuales, respectivamente”.

2.1.3. Tipologías del turismo

Tabla 1
Tipos de turismo

<i>Tipos de turismo</i>	<i>Descripción</i>
Turismo de Descanso o relajamiento también llamado de Sol y Playa:	Es el más común o convencional conocido como turismo de "sol y playa", las personas que más acceden a este tipo de turismo es las personas de la ciudad y de espacios industrializados, generalmente es a gran escala y existe una gran relacionen entre oferta y demanda.
Turismo Científico	Es aquel que realizan las personas que requieren investigar y hacer ciencia, esas personas buscan ampliar y complementar sus experiencia y conocimientos. Ecoturismo: Busca conversar el entorno, mantener un equilibrio con el ambiente, apegándose a la ética y pensando siempre en el bienestar de la localidad, más que en el mismo visitante.
Turismo de Aventura:	Es un turismo alternativo, y es muy atrayente para los turistas que gustan de la diversión extrema.
Turismo Cultural:	Los turistas aquí viajan con el deseo de conocer nuevas culturas e intercambiar 11 experiencias. Casi siempre el lugar de destino propone las actividades generadoras del conocimiento del sector.
Turismo Histórico:	Esta modalidad de turismo es efectuar particularmente destinos turísticos que ofrecen como principal atractivo su valor histórico. (Borbor, 2014)
Turismo Religioso:	Es la inspiración de fe del turista para viajar a sitios donde las actividades religiosas son muy acentuadas.

Turismo Gastronómico:	La gastronomía, es una de las actividades más prominente ya que las personas gustan de la buena comida, y de probar platos exóticos, para deleitar su paladar.
------------------------------	--

Fuente: Borbor, (2014). Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangué, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena. Cantón Santa Elementa Ecuador.

Adicionalmente a las tipologías anteriormente mencionadas en la tabla y posterior a la pandemia provocada por el COVID -19, hay otras tipologías turísticas que han ido tomando gran repunte y ganando un fuerte espacio, dentro de las preferencias de los turistas, como lo es, el turismo comunitario o rural, dentro del cual se encuentra el agroturismo, el turismo de aventura, el ecoturismo entre otras opciones, cuya característica en común de esta oferta turística, es que se la realiza en espacios abiertos y generalmente al aire libre, posiblemente esta inclinación se deba al temor heredado posterior a la pandemia y por eso el cambio al momento de optar por un producto o actividad turística.

2.1.4. Agroturismo

El Agroturismo, se lo puede considerar como acciones que realizan imperiosamente en el sector rural y es una tipología que se encuentra enmarcada dentro de lo que se conoce hoy en día como turismo alternativo, donde su parte esencial se verá reflejada en cada una de las actividades agrícolas realizadas por los pobladores de cada zona, complementadas con actividades de ocio y relajación, dentro de las cuales, se permitirá la participación activa de los y que constituyen a su vez, servicios por los que se cobra. El agroturismo nace propiamente en ámbito agrario y son los productores quienes llevan a cabo las diferentes actividades convirtiéndose en actores directos de la alternativa turística vinculándolos de forma positiva con el mundo real, sus características medioambientales específicas, proyectos, actores sociales y el acceso a los recursos del campo. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural, como parte de la forma de vida de una determinada comunidad rural (Jarrín Maldonado, 2015).

Rodriguez & Jimenez (2022) definen al Turismo Agrario como una modalidad que se realiza en zonas agrarias, donde los principales involucrados complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, como; alojamiento, alimentación o actividades relacionadas

con trabajos agropecuarios etc. Estas acciones son consideradas como una estrategia que permite la dinamización para el desarrollo de las zonas rurales, por la naturaleza de contribuir con la generación de ingresos a los pequeños y medianos productores agropecuarios y la posibilidad de crear un vínculo entre los turistas y las tradiciones propias de las distintas localidades en un intento de conservar los valores relacionados con la agricultura.

Partiendo de los conceptos anteriormente citados, se puede recalcar la importancia que tiene el turismo, al complementarlo con otras actividades principalmente con las de ocio, con la finalidad de no depender o monopolizar una actividad económica específica y poder generar una cadena de valor, la cual, provea fuentes de empleo e ingresos para los actores relacionados, así como también, generar una conciencia de producción agrícola sustentable, que impacte de forma directa en el entorno tanto natural como cultural.

Ecuador es un país que debido a su ubicación geográfica posee grandes ventajas agrícolas, ya que, es muy factible la planificación de estas, así como también, es uno de los países más megadiversos del planeta tanto cultural como naturalmente, lo que fácilmente le podría colocar como un referente turístico a nivel mundial, si se aplicara estrategias para la creación de productos turísticos complementarios.

La comunidad de Agualongo de Paredes, es una comunidad principalmente indígena, por lo cual, es heredera de extraordinarias expresiones culturales, las cuales no han sido explotadas al máximo, siendo su principal fuente de ingresos económico la agricultura, es ahí, que renace la importancia de aprovechar esta amalgama de recursos, para la implementación de un hospedaje agroturístico, en donde se aproveche de forma sustentable las dos fortalezas existentes en la comunidad.

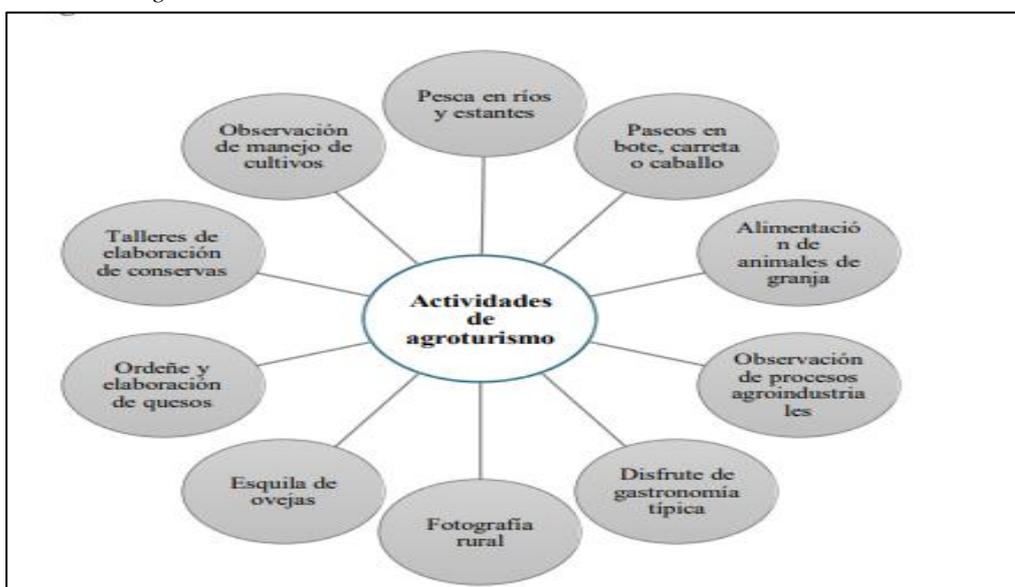
2.1.5. Actividades agrícolas

García Pérez (2017) sostiene que, las actividades agrícolas son todas las actividades que incluye la siembra, cultivo, cosecha y comercialización de productos que no hayan sufrido una transformación industrial. En otras palabras, son aquellas que se desarrollan en el sector rural por los agricultores, los cuales aprovechan el suelo y siembran productos agrícolas para su posterior consumo y comercialización, así como también la cría de animales de granja.

Aparentemente, las actividades agrícolas en un primer análisis pueden sonar muy distantes al ámbito turístico, sin embargo y debido a la sobrepoblación, al éxodo rural, así como también, al avance industrial, gran parte de la población ha perdido ese contacto directo con el campo y las actividades que en este se realizan, he ahí, que nace la necesidad de volverse a encontrar con dichas actividades y preservar el conocimiento sobre las mismas y precautelar en el tiempo los saberes tradicionales de las comunidades y que al mismo tiempo se conviertan en una opción de sustento económico.

Figura 1

Actividades de agroturismo



Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2010, p. 24.

2.1.6. Rural

Se define como el espacio que prevalece los activos naturales, en donde su gran mayoría únicamente se refiere a espacios agrícolas, cuyos niveles de urbanismo se encuentra en función de la integración con otras áreas de similares características (Fresneda, 2018).

Según la Organización para la Cooperación y el desarrollo Económico (2006), el criterio con mayor reconocimiento internacional:

Considera como municipio rural, a aquel con una densidad de población inferior a los 150 hab./km², y en base a ese criterio, diferencia tres tipos de regiones: a) “Predominantemente rurales”, en las que más del 50% de la población reside en municipios rurales; b) “Intermedias”, entre un 15 y un 50% de la población habita

en municipios rurales; y c) “Predominantemente urbanas”, menos del 15% de la población vive en municipios rurales (p. 21.)

Es importante definir y comprender el término rural, ya que, como se menciona anteriormente es el espacio o ámbito en donde se llevan a cabo las diferentes actividades agrícolas, lógicamente que, para su delimitación dependerá mucho de algunos factores como: el número de habitantes, así como también, la cantidad de recursos que posea el espacio geográfico. Partiendo del análisis realizado, es indispensable la parte rural para el correcto desarrollo y práctica del agroturismo.

2.1.7. Servicios Turísticos

La Organización Mundial de Turismo (1998) define al destino turístico como “el lugar donde se genera la oferta o el producto turístico”, el destino puede encontrarse dentro del mismo país o uno diferente al lugar de residencia del visitante y puede estar enmarcado a una zona región de un territorio determinado. Una locación o destino, se refiere al espacio geográfico que se precisa para el desarrollo de informes estadísticos sobre turismo. Los servicios turísticos es todo aquello que permite a los turistas disfrutar de una experiencia única y satisfacer sus necesidades y está comprendido per el conjunto de facilidades, acciones y prestaciones ya sean tangibles o intangibles.

Villagran & Molina (2020) define a los servicios turísticos como: “el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteados, por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística”. Tanto la oferta como la demanda turística tienen una gran incidencia sobre los servicios turísticos, debido a que, dependen del número de visitantes que opten por uno u otro destino, en busca de un producto específico que satisfaga sus necesidades.

2.1.7.1. Servicios turísticos en el sector rural

Dentro del hospedaje agroturístico es importante conocer sobre los distintos servicios que se pueden ofertar en el ámbito rural ya que es en este lugar donde se prestará el servicio de alojamiento, uno de los ejemplos más representativos de hospedaje rural es la hacienda turística. Por tal motivo no debe centrarse en solo brindar la opción de pernoctación para los turistas, sino que también debe complementarlos con una amalgama de servicios, que hagan de la estadía del visitante una experiencia única.

Por lo tanto, es preciso comprender su definición tomando como referencia, Baez (2017) considera al servicio como: Una palabra muy generalizada y que engloba a gran variedad de tareas y actividades con las que se pretende complacer las necesidades, principalmente de las personas, grupos de personas, entre otros. Con respecto al servicio turístico Chavez (2022) manifiesta: “El servicio turístico hace referencia a acciones que se llevan a cabo para lograr satisfacer las necesidades de los clientes dentro de establecimientos o espacios turísticos”.

En concordancia con las definiciones anteriormente expuestas, se puede conceptualizar a los servicios turísticos como el conjunto de acciones y productos diseñadas y elaboradas por una empresa, cuyo objetivo primordial busca cumplir con las expectativas generadas en el visitante y satisfacer de forma integral sus necesidades, para que su visita o estadía en el destino sea placentera. De igual manera, también se le podría definir, que son todas aquellas facilidades, puestas a la orden del turista con la intención de generar el disfrute total del mismas, apreciando de forma integral el atractivo turístico. Es preciso destacar que los servicios turísticos que se ofertan en el sector rural, presentan ciertas diferencias en comparación de un hotel tradicional o de ciudad. por lo tanto, deben guardar las siguientes características:

2.1.8. Hospedaje

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

- Hotel H
- Hostal HS
- Hostería HT 7
- Hacienda Turística HA
- Lodge L
- Resort RS
- Refugio RF
- Campamento Turístico CT
- Casa de Huéspedes CH

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2016) también en Ecuador existe la categorización de los establecimientos los mismos que son:

- Hotel 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas – Lodge
- Resort 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio Categoría única
- Campamento turístico Categoría única
- Casa de huéspedes Categoría única.

Hacienda turística

Se define como un centro de alojamiento turístico, que posee algunas características para ofertar, como; servicio de alojamiento privado, con baño individual o compartido, esto dependerá de las necesidades de cada uno de los clientes y la categoría a elegir, estos centros se encuentran alojados en poblados urbanos o parajes naturales. La construcción de este tipo de centros puede tener cierto valor patrimonial o cultural, el cual mantiene actividades inherentes a sus características de campo, como la siembra, cabalgatas, la vinculación con comunidades locales, permitiendo mantener un contacto directo con la naturaleza, además algunos de ellos pueden ofertar servicios adicionales para confort de los clientes, como estacionamiento, alimentación, etc., Estos deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

En ese sentido, para llegar a cumplir con la calidad que se requiere en un establecimiento de hospedaje, es necesario contar con las habilidades necesarias del equipo humano, así como también, con la infraestructura necesaria la cual se debe encontrar en excelentes condiciones y características adicionales, con la finalidad de conseguir la fidelización de nuevos clientes y el éxito deseado, según las proyecciones calculadas.

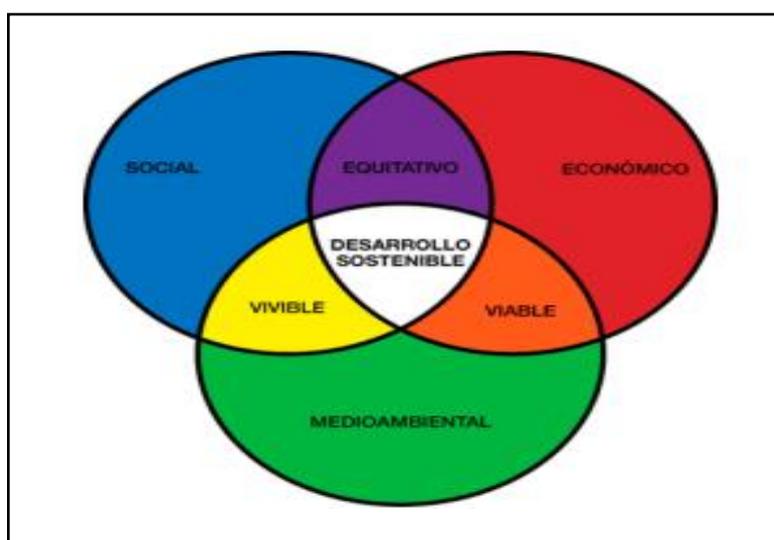
2.1.9. Desarrollo sostenible

Gomez Contreras (2015) afirma que el desarrollo sostenible permite satisfacer sus requerimientos actuales, sin complicar la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades. Así pues, se establece que el desarrollo y el ambiente son uno solo, teniendo en cuenta que la protección ambiental se ha convertido en un problema que todo el mundo debe tratarlo. En otras palabras, se debe trabajar para evitar el desgaste de los recursos no renovables y la contaminación ambiental.

Por su parte, ¡Cuidemos el Planeta! (2017) considera que, el desarrollo sostenible es lograr una ruta de desarrollo óptima, respetando el medioambiente y mejorando la distribución de los ingresos y el bienestar social. En otras palabras, en su concepto el autor integra los términos distribución de ingresos y bienestar social, con lo que realza el ámbito social y económico de las personas. Para conseguir un desarrollo sostenible se debe lograr el equilibrio entre los tres ejes principales que se muestra a continuación:

Figura 2

Elementos del desarrollo sostenible



Fuente: Cuidemos el planeta. (2017) ¿Qué es el desarrollo sostenible?

<https://cuidemoselplaneta.org/desarrollo-sostenible>

Es de vital importancia en cualquier actividad turística, se tome en cuenta el desarrollo sostenible, ya que gracias a esto la actividad podrá generar dividendos económicos para todos los involucrados, sin dejar de lado la conservación de los recursos, garantizando su producción y eficiencia de forma indeterminada, hacia un futuro para las generaciones venideras, de igual forma, al aplicar un turismo sustentable se garantizará el mejoramiento de la calidad de vida de todos los partícipes y de sus familias.

2.2.0. Estudio de mercado

Se define como aquella ejecución de acciones que pretende observar y analizar un determinado sector que requiere la empresa u organización, por lo cual, requiere obtener conclusiones concretas, para tomar decisiones en función de ello y, a través de dicho análisis se verifica distintas posibilidades de éxito o fracaso (Sánchez Galán & López, 2020).

2.2.1. Segmentación de mercado

Marketing aplicado en el sector empresarial (2018) se refiere al procedimiento de fraccionar la totalidad del mercado, para un producto en específico o una categoría en segmentos del mismo tipo, en ese sentido esta segmentación debe crear grupos en donde cada uno de ellos contengan similares características (aficiones, gustos, necesidades, deseos, etc.), pero a su vez los grupos mismos difieran entre sí. Para la realización de una segmentación de mercados se deben considerar algunas variables como, por ejemplo: ideales, gustos, preferencias, capacidad de gasto, edad, entre otras, y así poder consolidar un proceso equitativo que permita ser la vitrina para un determinado grupo.

2.2.2. Oferta turística

Socatalli (2013) refiere a la oferta turística como, el conjunto de productos y/o servicios en lugar geográfico determinado y sociocultural, que tiene como finalidad el aprovechamiento de los atractivos turísticos, que se encuentre en dicho lugar y cuyos oferentes puedan vender en el mercado, a un precio adecuado para ser consumido por los turistas que puedan atraer a través de una gama de servicios. Por otra parte, según Clavijo (2012) define a este término como, el conjunto de productos o servicios que se encuentran a elección total del usuario turístico en un sitio determinado, que se encuentra afín a lo que requiera en ese momento. La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos puestos a disposición en un mercado meta, con la intención de ser atractivo y por ende adquirido por un grupo determinado de turistas, permitiendo el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar.

2.2.3. Demanda Turística

Mamani (2016) define a este término de forma individual o colectiva y hace referencia a los turistas que se encuentran expectantes por, un conjunto de productos y/o servicios turísticos, que se oferta en un determinado lugar, que contiene ciertas características que los atraen y tienen como finalidad cubrir de manera general necesidades económicas de

los ofertantes, a esto se lo define como, cantidad de producto turístico que los consumidores se encuentran dispuestos a adquirir en ese momento y a un precio establecido. Por otro lado, Socatalli (2013) menciona que la demanda turística es, el conjunto de posibles consumidores o clientes fijos que buscan satisfacer necesidades apegadas a un viaje o estadía determinada.

2.2.4. Estudio de factibilidad

Para Solarte (2010), un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto, midiendo a través de indicadores financieros o criterios técnicos. Por otra parte, Machado (2018) definen a este término como, el análisis de una empresa para determinar la rentabilidad de un negocio o proyecto y conocer a detalle los beneficios o desventajas para la toma de decisiones.

Antes de poner en marcha un proyecto es recomendable realizar o tomar en cuenta un estudio de factibilidad, siendo este el que permite conocer a través de indicadores estadísticos, si la idea de negocio tendrá una rentabilidad y en cuanto tiempo se podrá recuperar la inversión realizada, analizando el porcentaje de crecimiento económico de la empresa y así de manera sustentada poder invertir de forma segura; o a su vez, saber si no se podrá tener las ganancias esperadas y en base a esos resultados tomar las decisiones respectivas, si continuar con la idea o abandonarla.

2.2.5. Marco Legal

Independientemente de la actividad económica planteada, siempre deberá estar enmarcada dentro de los parámetros legales existentes, por tal motivo para el cumplimiento de este apartado se analiza la Constitución del Ecuador 2008, la cual según:

Art. 52. En el Ecuador se establece que sus habitantes tienen igual derecho a tener bienes y servicios en excelente calidad y que ellos son quienes pueden elegirlos a libre albedrío, a través de información real y legítima de los mismos.

Art. 66. A Todos los ciudadanos se les permite el libre ejercicio de actividades económicas ya sea enmarcadas dentro de los principios de solidaridad, responsabilidad social y Ambiental.

La presente investigación se enmarca en el ámbito turístico, por consiguiente, es imperioso el análisis de la Ley de Turismo, principalmente del Reglamento turístico (2015), permite a cualquier persona, ya sea de tipo natura o jurídica, a estar involucrada en la prestación de servicios de alojamiento por tiempo determinado tanto a turistas nacionales como extranjeros. Dicha definición se encuentra amparada en la Ley de Turismo, ya que, es la encargada de controlar lo ante expuesto a través de políticas, instrucciones, reglamentos y estatutos, así como todas las acciones referentes al ámbito turístico, y que han sido procuradas con anterioridad a la expedición de la ley. Se encarga de regular la prestación de servicios de hospedaje de cualquier tipología en todo el territorio ecuatoriano, y de todos los requisitos necesarios para la prestación de este servicio tanto para la oferta como para la demanda, y así la actividad este enmarcada dentro de cualquier parámetro legal que rige en el país.

El artículo 16 de la Ley de Turismo (2014) prescribe: "Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley"(p. 4).

Que, el artículo 19 de la Ley de Turismo (2014) contempla que "el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, mismas que deberán sujetarse a las normas de uso internacional, para lo cual expedirá las normas técnicas correspondientes" (p. 4).

El artículo 3 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) determina:

Establecimiento de alojamiento turístico: Es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento (p. 3).

El servicio de alojamiento por sus características propias y por generar un lucro económico obligatoriamente de ser controlado y regulado por un cuerpo legal establecido en el cual se especifique los parámetros a los que se encuentra sujeto el servicio en

mención, con la finalidad de conocer de forma detallada su conceptualización, clasificación, categorización y servicio prestado. Y se encuentre amparado bajo los requisitos estándares establecidos para tener un producto de calidad. Entre los diferentes servicios turísticos, el alojamiento cumple una función primordial en la experiencia generada durante el viaje, siendo determinante en el nivel de satisfacción del visitante

Es preciso mencionar, que las directrices que consideran características sobre el turismo responsable, permiten que los establecimientos de hospedaje ajusten su actividad turística a estas leyes regulatorias e incluyan dentro de su planificación, medidas sobre la conservación ambiental y el respeto a la 2 cultura que caracteriza a una población determinada, otorgando los beneficios correspondientes para la mejora de su calidad de vida (Doumet Chilán & Rivera, 2018).

En todo el territorio ecuatoriano, existe una gran variedad de sitios que cuentan con excelentes recursos naturales y culturales, que fácilmente podrían ser factores claves para el desarrollo de la actividad turística y permita a los turistas obtener nuevas experiencias y disfrutar de paisajes únicos. Pero dicha actividad no se la puede realizar sin ninguna regularización, dentro de un marco legal y establecido en donde se dé prioridad a los habitantes de las zonas geográficas propietarias de los recursos. Como lo establece el Art. 275 de la norma jurídica suprema, “la oferta de cualquier servicio, debe de contribuir con el desarrollo del buen vivir de la población local en el ámbito político, económico y sociocultural” (Constitución política del Ecuador, 2008).

Para llevar a cabo cualquier tipo de actividad turística a nivel nacional, se deberá estar amparado bajo la Ley General de Turismo, siendo este el cuerpo regulizador turístico de Ecuador, con el objetivo de velar por el adecuado desarrollo de la actividad en todas sus formas haciendo las obligaciones de los actores involucrados y de la misma forma garantizando sus derechos, a través del cumplimiento de los diferentes artículos y secciones establecidos en dicha Ley. Todo prestador de servicios turísticos y principalmente los de alojamiento deberán hacer uso de este ya que les será de gran utilidad y no tener dificultades legales en su empresa (Ley de turismo, 2014).

A nivel nacional el organismo rector de la actividad turística es el Ministerio de Turismo, el que se encarga de su regulación, entre las atribuciones con las que cuenta este ministerio están: generar y emitir normativas cuyo papel sea regular con mayor facilidad establecer las normativas que le permitan regular con mayor facilidad la actividad

turística en el territorio ecuatoriano y de igual manera velar para que todos los servicios turísticos se encuentren dentro de los estándares de calidad establecidos; el control y emisión de licencias únicas anuales con un tarifa ya establecida; otorgar los diferentes permisos de funcionamiento y la fiscalización de la adecuación de espacios físicos destinados a la actividad turística (Facultades a gobiernos autónomos, desarrollo de actividades turísticas, 2016).

Asimismo, en relación con el Artículo. 27, si la intención es prestar servicios de alojamiento bajo la autodenominación de hospedaje ecológico o sustentable deberá contar con un plan de control de impacto ambiental que genera este establecimiento, con el propósito de mitigar los daños que se originen por la presencia del negocio, el cual tenga la posibilidad de obtener ingresos económicos, sin dejar de lado la preservación ambiental cumpliendo con la normativa regente en este ámbito (Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas, 2016).

El Art. 3 de la Ley de Turismo toma en cuenta a la oferta de un producto turístico, en donde prioriza el respeto y valorización en todo momento de los recursos naturales y culturales del territorio en donde se encuentren, ante la actividad turística. Adicionalmente se le otorgará a los pueblos y habitantes de la zona de influencia la potestad de exigir el cuidado y preservación de los recursos existentes ya sean tangible o intangibles, ya que los primeros en beneficiarse deberán ser lo habitantes en general y de forma común antes beneficios de forma individual (Ley de turismo, 2014)

La existencia de un instrumento legal sobre la oferta de un servicio de hospedaje, es de gran ayuda, porque le permite a las personas jurídicas o naturales, identificar los requerimientos necesarios para adecuar e implementar sus espacios de manera organizada, garantizando la seguridad del huésped, partiendo de la certificación y el aval por parte del Ministerio de Turismo.

Las diferencias entre las diferentes empresas que brindan el servicio de alojamiento, se generan por diferentes factores como lo son: la capacidad de plazas existentes y la forma de brindar el servicio a los turistas. La ley general de turismo, considera dentro de sus artículos, la clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje, determinando las condiciones a las que deben regirse (Ley de turismo, 2014).

Con lo mencionado anteriormente, un establecimiento de alojamiento ecológico debe cumplir con los requisitos básicos que tiene un hotel y brindar la comodidad que el

huésped requiere. No obstante, para ser considerado como tal, se deben adoptar medidas que orienten el cumplimiento de sus objetivos en base a la relación entre el ser humano y la naturaleza, de manera que el desarrollo de la actividad de la empresa hotelera contribuya de manera progresiva al bienestar de la población local gracias al adecuado uso del recurso natural.

El Art. 76, detalla las obligaciones que deben tener los administradores de las diferentes empresas, donde la principal función económica es la prestación de servicio de hospedaje; estos deberán ser responsables por el buen trato a los clientes, brindar la información veraz y correspondiente y si hubiese algún inconveniente con algún huésped son quienes deben informar a la autoridad competente sobre los diferentes altercados que se pudieran ocurrir entre los clientes que puedan afectar al normal funcionamiento del establecimiento. De igual manera deberán tener mucha precaución en el caso de enfermedades, accidentes y demás percances que se pueden suscitar (Reglamento general de actividades turísticas, 2011).

En el Art. 44 establecido en la Ley de Turismo menciona, cuando una persona adquiera un servicio turístico y este no cumpla con sus expectativas, el único responsable en resarcir al cliente y afrontar la situación será el dueño de la empresa que emitió dicho servicio o a su vez el gerente. Se deberá contemplar el mismo procedimiento si algún empleado o incluso un intermediario del servicio comete una falta grave en contra de los huéspedes. En el caso de determinar su culpabilidad, el empresario deberá realizar la retribución necesaria por los perjuicios causados al turista y será sancionada por la autoridad de turismo considerando multas si el caso lo requiere (Ley de turismo, 2014).

Entre las causas de daño que tendrán derecho a su resarcimiento, mencionadas en el artículo # 45 de la Ley de turismo, están: aquellas faltas sobre publicidad engañosa en la que no se cumple con lo ofrecido; faltas realizadas al bien material del turista; faltas de incumplimiento en la debida adecuación de sus instalaciones de acuerdo con la categoría a la que pertenece y aquellas faltas relacionadas con el perjuicio moral o denigración causada a quien consume el servicio (Ley de turismo, 2014).

El Art. 46 establece que, el ente al cual debe acudir un turista que se sienta afectado por adquisición de algún servicio a presentar su queja es, el Centro de Protección al turista, Cuya obligación es dar el respectivo seguimiento. Por tanto, este centro esta interconectado con las diferentes organizaciones competentes como: Municipios, centros

de información de turismo, policía nacional y el ministerio de turismo (Ley de turismo, 2014).

La Ley de turismo del Ecuador contempla para la implementación de hospedaje agroturístico los siguientes requisitos:

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2015) documentado en el Reglamento de Alojamiento Turístico determina la regularización turística y del mercado hotelero, se encuentra una serie de bases legales a nivel nacional como la Constitución, Ley de Turismo, Reglamento de Alojamiento Turístico en el Ecuador y regularizaciones a nivel de las provincias de acuerdo con sus particularidades y normas locales como las ordenanzas municipales, estas siempre bajo la normativa nacional.

En el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I, sesión I, Art. 3, numeral 1 expresa:

La Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico: el alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada de servicios de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se consideran los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente Reglamento, (Ministerio de Turismo, 2015).

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH, (Ministerio de Turismo, Reglamento de alojamiento turístico, 2015)

Capítulo III

Marco Metodológico

El objetivo general del presente trabajo de investigación es diseñar una alternativa de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento turístico sustentable en la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

Por otro lado, es fundamental mencionar que la investigación que se lleva a cabo es básica, tomando en consideración la siguiente definición “El objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico” Relat (2010, p. 221). Es decir, lo que se realizará en la investigación es adquirir conocimientos a través de la recolección de datos, a fin de generar nuevas teorías o modificar las existentes.

3.1 Descripción del área de estudio / Grupo de estudio

Agualongo de Paredes es una comunidad perteneciente a la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, se encuentra ubicada a la altura de la estación de peaje san roque a 15 km de la ciudad de Ibarra en dirección sur y a dos horas de Quito.

Su población en un 90% pertenece a la etnia indígena, donde la actividad económica predominante es la agricultura

3.2 Enfoque y tipo de la investigación

3.2.1 Enfoque

La investigación tendrá un enfoque mixto ya que será de carácter cuantitativa y descriptiva con la finalidad de generar proyectos de carácter sustentable complementados con prácticas tradicionales y expresiones culturales cuyo objetivo primordial es poner a disposición del turista y del mercado en general un producto que cuente con todos los estándares de calidad, encaminado a satisfacer las expectativas y necesidades del turista con una opción diferente al turismo tradicional, ya que esta nueva alternativa permitirá al usuario el poder compartir de manera directa con el ofertante sin la necesidad de intermediarios generándose una fluctuación directa entre oferta y demanda a través de la prestación de un servicio.

3.2.2 Tipos de investigación

La investigación será de tipo cuantitativo con un paradigma deductivo y será de tipo transversal y descriptiva, con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos propuestos. El enfoque cuantitativo (que representa, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio, con la finalidad de establecer numéricamente los resultados obtenidos y representar las variables de forma medible, obtenidas a través de métodos estadísticos como la encuesta (Hernández, 2018).

Debido a que el trabajo se realizará en el 2022 y 2023, se utilizará la investigación transversal ya que se recolectan datos en un solo momento y un tiempo único o determinado, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado Hernández (2018). Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

De igual manera se realizará una investigación documental, ya que se elaboró un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio; los capítulos II y III mismos que hacen referencia a la recopilación de información documental, así como también de pasos, técnicas y procedimientos abordados en el marco metodológico con el objetivo de conocer el desarrollo de las diferentes tipologías turísticas y preferencias de los turistas, además de legislación y artículos de investigación referentes al tema planteado.

3.3 Procedimiento de investigación

OBJETIVO 1. Para el diagnóstico de la situación actual de la comunidad Agualongo de Paredes se realizará una ficha de observación directa, con la finalidad de obtener información real y las condiciones actuales en la prestación de servicios turísticos del sitio de estudio, y establecer las ventajas y desventajas de un alojamiento agroturístico en el sector.

OBJETIVO 2. Para la elaboración de un estudio de mercado se aplicará encuestas con la finalidad de determinar el perfil y la capacidad de gasto de la demanda turística del sector, de igual manera se realizará entrevistas a los pobladores de la comunidad encaminadas a determinar los productos turísticos de la comunidad, así como también determinar la existencia de la posible competencia a la temática planteada.

OBJETIVO 3. Para poder determinar el factibilidad técnica y económica se realizará un estudio con la finalidad de establecer las facilidades de construcción del hospedaje agroturístico y también se cotizará proformas de materiales para la construcción, así como también el costo de profesionales necesarios para la elaboración del proyecto cuantificando la inversión necesaria.

OBJETIVO 4. Para dar cumplimiento al último objetivo se analizará los resultados obtenidos en las actividades de los otros objetivos anteriormente mencionados, realizando una condensación de cada uno de los instrumentos aplicados con la finalidad de culminar con éxito el presente trabajo de investigación.

3.4 Métodos de investigación

Según Quesada (2017), “Los métodos de investigación que se describen en textos literarios son de vital importancia para el descubrimiento y obtención de conocimiento afín a la búsqueda que se requiera, cada método presenta su forma única de acercarse al análisis del estudio”.

Por tal motivo para el presente trabajo se aplicará “El método analítico que consiste precisamente en descomponer un objeto en sus partes constitutivas” del Cid, et.al, 2011,p.2011). Es decir que se realizará una inducción ya que se partirá de lo general para llegar a sus diferentes componentes específicos, con la finalidad de comprender en su totalidad el objeto de estudio planteado.

Sintético considerando el siguiente argumento “es que las partes de algo le dan forma y contenido a una unidad, sea el cuerpo humano, la economía o el mercado” (del Cid, et.al, 2011,p.2011). Por consiguiente, lo mencionado hizo referencia a las conclusiones que hemos podido obtener del objeto de estudio en la investigación.

3.5 Técnicas de investigación

Las técnicas aplicadas en la investigación fueron específicamente las siguientes: encuesta, entrevista, de campo y observación, tomando en cuenta que la obtención de datos e información estuvieron realizadas de manera directa entre el observador y el observado, así también siendo una práctica interpretativa visible llevada a cabo en el ambiente natural y cotidiano de la comunidad.

3.6 Instrumentos de investigación

Los instrumentos utilizados en la investigación llevada a cabo son: una guía de observación de doble entrada (Ficha de Diagnóstico de Destinos Turísticos) cuyo formato fue elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, un cuestionario tipo entrevista direccionada a los prestadores de servicios turísticos en cuanto alojamiento se refiere, así como también, a dirigentes comunitarios de Agualongo de Paredes y un cuestionario tipo encuesta con preguntas cerradas para los visitantes nacionales y extranjeros.

La población seleccionada para la aplicación de las encuestas fue de 2592, que corresponde al promedio de visitas que tiene el cantón Antonio Ante semanalmente, sin ningún evento o programación especial, como lo son las ferias y demás espectáculos, ya que, con estas programaciones el número de visitas aumenta considerablemente, según la Cámara Textil de Atuntaqui tras un estudio realizado en el 2022, menciona que a pesar de los efectos ocasionados por el Covid-19 que mermó drásticamente el desplazamiento de las personas a nivel nacional. La ciudad recibe un considerable número de visitantes semanalmente, por tal motivo en base a la población anteriormente expuesta, la muestra a aplicarse es de 336 encuestas con un margen de error del 5%

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

Simbología:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño poblacional

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de ocurrencia de eventos

q = Probabilidad de no ocurrencia de eventos ($1 - p$)

e = Error máximo admisible

Donde:

$$N = 2592$$

$$Z(95\%) = 1,96$$

$$p(50\%) = 0,5$$

$$q(50\%) = 0,5$$

$$e(5\%) = 0,05$$

$$n = \frac{(2592)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(2592 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 335,68 \approx 336$$

Capítulo IV

Resultados y discusión

Objetivo 1

Para dar cumplimiento al primer objetivo específico: Diagnosticar la situación actual de la comunidad Agualongo de Paredes en relación con la prestación de servicios turísticos; se aplicaron dos instrumentos de investigación.

En primer lugar, se aplicó una Ficha de Diagnóstico de Destinos Turísticos elaborada y avalada por el Ministerio de Turismo (ver anexo A), de la cual se pudo obtener como resultado que la comunidad de Agualongo de Paredes, es relativamente pequeña, se encuentra ubicada a 16 km de la ciudad de Ibarra y a 112 km de la ciudad de Quito, dicha comunidad se encuentra cercana a varios atractivos turísticos de gran renombre en la provincia de Imbabura, como lo es, la ciudad de Atuntaqui, considerada la capital textil del Ecuador, la cascada de Peguche, un atractivo natural de vital importancia para la cultura indígena de la provincia, la ciudad Otavalo, que cuenta con uno de los mercados artesanales más importantes y grandes del mundo como lo es la Plaza de Ponchos, también se encuentra la ciudad de Cotacachi, la cual se caracteriza por su trabajo en prendas de cuero, así como también, se puede encontrar la Laguna de Cuicocha. El que la comunidad se encuentre cercana a varios atractivos ya posicionados a nivel nacional e internacional, permite que, al desarrollar una alternativa de hospedaje agroturístico, este se pueda complementar con la variada oferta turística existente y así la experiencia de los visitantes sea completa.

Agualongo de Paredes posee un clima templado, lo cual, le hace propicia para la agricultura y entre los productos que mayormente se producen se encuentran el maíz, el fréjol, la granadilla, la manzana, el aguacate, la alverja y la alfalfa para la crianza de animales como cuyes, cerdos y ganado vacuno, siendo con el comercio las principales actividades económicas de la población en la comunidad, la misma que un 90% es perteneciente al grupo étnico indígena. La comunidad cuenta con todos los servicios básicos como lo es agua, luz, internet y cobertura telefónica, la intención de proponer una alternativa de agroturismo en el sector es con la finalidad de que los habitantes puedan tener nuevas alternativas de sustento económico sustentable sin dejar de lado sus saberes y expresiones culturales.

En el ámbito turístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, no existen establecimientos que presten el servicio de alojamiento y guianza en el sector, lo único que se pudo constatar es la existencia de 8 restaurantes de comida tradicional, que ofrecen principalmente fritada y el caldo de gallina de campo, siendo el local “Las Delicias de Imbabura” el más concurrido de todos, cuyo propietario es el señor José Chávez; de igual forma, la comunidad posee algunos atractivos naturales entre los que se destacan dos vertientes naturales y el acceso al río Ambi, los cuales lastimosamente no cuentan con: señalética o información turística, senderos de acceso y demás facilidades, por tal motivo, la implementación de actividades turísticas será una apuesta muy fuerte por todas las falencias existentes, pero es muy claro que cuenta con toda la materia prima para generar servicios de calidad.

De igual manera, para obtener mayor información sobre la comunidad de Agualongo de Paredes se aplicó una entrevista (ver anexo B), al Sr. Jairo Chávez, líder de la comunitario quien fuera presidente de la comunidad y propietario de los terrenos donde se pretende implementar la propuesta de la investigación planteada, quien supo expresar que la actividad turística en el sector es casi nula, ya que, la mayor parte de la población se dedica principalmente a la agricultura tradicional y a la comercialización de los productos obtenidos de la misma, en el transcurso del tiempo han existido ciertas familias que han querido impulsar el turismo comunitario, sin embargo, la falta de conocimiento, el miedo, así como, la falta de apoyo, ha provocado que sean ideas que nunca se han consolidado fuertemente, de igual forma, ciertos dirigentes están conscientes que el turismo es una actividad que ayudaría mucho a la comunidad, si se lo sabe hacer, no obstante, la falta de unidad existente entre sus habitantes supone una fuerte barrera para su desarrollo.

El dirigente comunitario manifestó que, hace algunos años existió un proyecto de turismo comunitario que contaba con hospedaje, llamado “Any Wany” el cual estaba dirigido principalmente a Turistas extranjeros y tenía como objetivo principal, dar a conocer las diferentes expresiones culturales del pueblo indígena de la comunidad; sin embargo, a la actualidad este emprendimiento ya no existe debido a que su propietaria la Sra. Ana de la Torre falleció y a la actualidad solo existe la infraestructura, a cargo de sus hijos quienes por cuestiones laborales no residen en la comunidad de Agualongo de Paredes, de igual manera, basándose en esta experiencia ya existen en la comunidad, un conocimiento básico sobre actividades turísticas y consideran que los habitantes del sector si estarían

dispuestos a fomentar el turismo comunitario y el agroturismo, siempre y cuando exista una capacitación y apoyo para el desarrollo y elaboración de los diferentes productos.

Objetivo 2

Para dar cumplimiento al segundo objetivo: Elaborar un estudio de mercado para la implementación de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes; se aplicó una encuesta (ver anexo C), dirigida a los visitantes del cantón Antonio Ante, con la finalidad de obtener información sobre sus características socio-demográficas, el perfil de consumidor que tienen al momento de optar por un producto o servicio y cuáles son sus preferencias en cuanto a turismo se refiere; de igual manera, es de vital importancia conocer la posible competencia existente en la zona de influencia donde se realizó la investigación, por tal motivo, se aplicó una entrevistas a negocios que ofertan el servicio de alojamiento relacionado con el agroturismo (ver anexo D)

En el primer apartado de la encuesta que se aplicó a los visitantes del cantón Antonio Ante, se realizaron preguntas de carácter socio- económico, con la finalidad de poder tener información primaria de la demanda y así establecer el nicho de mercado, al cual estará dirigida la oferta del hospedaje agroturístico en Agualongo de Paredes.

Tabla 2
Género

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	175	52,1%
Femenino	161	47,9%
LGBTIQ	0	0%
OTRO	0	0%
TOTAL	336	100%

En cuanto al género, del total de visitantes encuestados, existe una cierta equidad tanto en visitantes masculinos como femeninos, por lo tanto, para la creación de los diversos productos y/o servicios turísticos, que se plantearán en la propuesta de investigación, deberán estar encaminados a satisfacer las necesidades tanto de hombres como de mujeres por igual.

Tabla 3*Edad*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 25 AÑOS	67	20,2%
26 – 35 AÑOS	85	25,2%
36 -45 AÑOS	122	36,1%
46 -55 AÑOS	56	16,8%
MÁS DE 55 AÑOS	6	1,7%
TOTAL	336	100%

De los visitantes encuestados la edad predominante se encuentra entre los 26 a los 45 años, lo que es un indicador positivo, ya que, la mayoría se encuentra o es parte de Población Económicamente Activa (PEA) y esto puede asegurar que tienen la conciencia y la madurez suficiente al momento de elegir un producto o servicio; de igual forma, para establecer la oferta de servicios agroturísticos se lo podrá hacer pensando en el rango de edad mayoritario y pues pueden ser actividades que conlleven la aplicación de cierto esfuerzo.

Tabla 4

Lugar de residencia

LUGAR DE RESIDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IBARRA	150	44,5%
QUITO	59	17,6%
GUAYAQUIL	21	6,2%
CUENCA	11	3,2%
TULCAN	23	6,7%
OTROS	72	21,8%
TOTAL	336	100%

En cuanto a la procedencia, se pudo determinar que las personas que visitan el cantón Antonio Ante, provienen de diversos sitios, ya sea, a nivel nacional e incluso internacional, pero es claro que la mayoría de visitantes son de ciudades cercanas, como Ibarra y Quito, esto podría suponer un inconveniente en cuanto a la propuesta se refiere,

ya que, al estar su residencia muy cercana al sitio de estudio, posiblemente no opten por quedarse a pernoctar, he ahí, la importancia de establecer actividades agroturísticas complementarias que se puedan realizar en el día, sin la necesidad u obligación de pasar la noche; es importante acotar que también existe un número significativo de visitantes procedentes de la Sierra Centro del país, principalmente de Tungurahua, por lo que, se deberá tomar en cuenta este nicho de mercado al momento de establecer y crear productos o servicios direccionados a estos turistas.

Tabla 5

Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NINGUNA	0	0%
PRIMARIA	3	0,8%
SECUNDARIA – BACHILLER	54	16%
SUPERIOR	228	68,1%
POSGRADO	51	15,1%
TOTAL	336	100%

En cuanto al nivel de instrucción la mayoría de encuestados poseen una educación superior, lo que establecería que los productos y servicios a ofertarse deberán ser muy bien elaborados y satisfacer en su totalidad las expectativas creadas, ya que. son personas preparadas y por lo tanto se muy exigentes al momento de elegir una opción y procuraran analizar hasta el mínimo detalle.

Tabla 6

Estado civil

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLTERO	161	47,9%
CASADO	119	35,3%
DIVORCIADO	34	10,1%
VIUDO	3	0,8%
UNIÓN LIBRE	19	5,9%
TOTAL	336	100%

En cuanto al estado civil, el mayor porcentaje se encuentran solteros y pues es algo de no sorprenderse, ya que, en la actualidad el comportamiento ha cambiado y sus preferencias también; anteriormente las personas se conformaban con terminar el colegio y formar una familia, sin embargo, hoy en día las personas indistintamente del género prefieren terminar una carrera, consolidarse profesionalmente y viajar antes de casarse, dicho comportamiento ha aportado significativamente al turismo en general, por tal motivo, en la alternativa de hospedaje agroturístico, se debe considerar espacios para personas solteras, lógicamente sin dejar de lado al segundo mayor porcentaje que son las personas casadas, por lo cual, será importante que se oferte espacios para estas dos condiciones.

Tabla 7
Profesión

PROFESIÓN U OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	62	18,5%
AMA DE CASA	15	4,4%
EMPLEADO PÚBLICO	73	21,8%
EMPLEADO PRIVADO	121	36,1%
EMPRENDEDOR	54	16%
JUBILADO	3	0,8%
OTRO	8	2,4%
TOTAL	336	100%

En cuanto a la ocupación los mayores porcentajes establecen que los visitantes son empleados públicos y privados, lo que podría condicionar a la estadía de los turistas, ya que, trabajan bajo dependencia y con horarios establecidos y los feriados serían la oportunidad perfecta para realizar turismo, he aquí que se planifique actividades distintas y llamativas para esos días de asueto.

Tabla 8
Ingresos personales

NIVEL DE INGRESOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERSONALES		
MENOS DE \$ 400	104	31,1%
DE \$ 401 A \$ 600	71	21%
DE \$ 601 A \$ 800	45	13,4%
DE \$ 801 A \$ 1000	37	10,9%
DE \$ 1001 A \$ 1200	28	8,4%
MÁS DE \$1200	51	15,1%
TOTAL	336	100%

A pesar de que la mayoría de visitantes son profesionales con título de tercer nivel, como se demostró en una pregunta anterior, lastimosamente los niveles de ingresos son bajos ya que su mayoría expresan que tienen ingresos menores a \$400, muy probablemente se debe a la situación socio-económica actual por la que atraviesa el país y de igual forma recordar que los efectos económicos posteriores a la pandemia Covid-19, han sido muy negativos; dicho dato es de vital importancia para poder establecer el precio de los productos y establecer a quien va dirigido el producto a diseñarse.

Gracias al análisis de las características socio-demográficas de los visitantes del cantón Antonio Ante, se puede establecer el segmento de mercado hacia el cual va a dirigido la propuesta planteada en la investigación; el hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes del cantón Antonio Ante en la provincia de Imbabura, contará con servicio de alojamiento, al igual que, con actividades agroturísticas direccionadas a personas ya sea de género masculino como femenino por igual, cuyas edades oscilan entre los 25 y 45 años, lo cual permite establecer actividades que contengan en esfuerzo físico fuerte, lógicamente dependiendo del estado de salud del visitante, es importante mencionar que las actividades ofertadas deben ser llamativas y generar una experiencia de gran impacto en la demanda, ya que, la mayoría de los turistas provienen de ciudades cercanas y muy posiblemente no opten por el servicios de alojamiento, por lo tanto, hay que generar servicios y productos complementarios de gran calidad, sabiendo que en su mayoría el mercado meta tiene una preparación de tercer nivel, lo que les hace muy selectivo y detallista al momento de elegir algún producto.

La construcción de las cabañas debe ser pensada no solo para parejas, sino también para personas solteras, debido a que, el comportamiento humano en la actualidad ha cambiado drásticamente, ahora las personas prefieren estar solas y viajar, antes de conformar un hogar y tener hijos, no obstante, se debe pensar en opciones que satisfagan a personas solas, parejas o que viajen en familia, pero de los datos obtenidos, la mayoría de visitantes son personas solteras, en donde el porcentaje mayor, determina que son empleados bajo dependencia, ya sea en el ámbito privado como público, lo que indica que deben cumplir con horarios laborales establecidos y para poder realizar un viaje siempre lo deben hacer en feriados, fines de semana o vacaciones, por tal motivo, la oferta debe diferenciarse y ser llamativa en estas fechas, tal vez con la aplicación de promociones o descuentos para aprovechar el auge de visitas y así para la obtención de ganancias priorizar el volumen de pax, ya que, la mayoría de los encuestados perciben un sueldo menor a \$400 lo cual indica que si los precios son altos, podría haber interés de la demanda pero la oferta se volvería inalcanzable por cuestiones económicas.

En el segundo bloque de la encuesta aplicada a los visitantes del cantón Antonio Ante, se realizaron preguntas que buscan obtener información que otorgue datos sobre el perfil del consumidor y así establecer de forma más detallada las características y tipología del producto a ofertarse.

Tabla 9
¿Con quién realiza sus viajes?

CON QUIEN REALIZA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUS VIAJES		
SOLO	23	6,7%
EN PAREJA	34	10,1%
FAMILIA	254	75,6%
AMIGOS	25	7,6%
TOTAL	336	100%

La mayoría de los visitantes con un porcentaje muy alto, al momento de realizar un viaje por cuestiones turísticas lo hace en familia, dicha información es de vital importancia al momento de establecer los productos y servicios a ofertarse, deberán ser enfocados en el ambiente familiar considerando a personas de todas las edades, niños, adolescentes,

adultos y ancianos, de igual forma las cabañas de hospedaje deberán estar diseñadas para satisfacer principalmente a familias.

Tabla 10

Número de acompañantes

CUÁNTAS PERSONAS LE ACOMPAÑAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 2 PERSONAS	88	26,1%
DE 3 A 5 PERSONAS	228	68,1%
DE 6 A 8 PERSONAS	17	5%
MÁS DE 9 PERSONAS	3	0,8%
TOTAL	336	100%

En la pregunta anterior se analizó con quien viaja el visitante y en su mayoría supieron manifestar que lo hacen en familia, ahora bien, un núcleo familiar puede estar conformada por un número indeterminado de personas, por lo que es importante saber con cuántas personas viajan frecuentemente, a lo que la mayoría supieron manifestar que el promedio de personas es de 3 a 5 acompañantes, por lo cual las cabañas para el hospedaje deberán estar diseñadas mínimo para 5 personas.

Tabla 11

Tipo de alojamiento

TIPO DE ALOJAMIENTO QUE PREFIERE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LODGE	14	4,2%
HOTEL	165	49,2%
CASA DE HUÉSPEDES	6	1,7%
HOSTERÍA	46	13,6%
HOSTAL	14	4,2%
CASA DE FAMILIARES Y AMIGOS	83	24,6%
OTRO	8	2,5%
TOTAL	336	100%

Es importante acotar que posterior a la pandemia del COVID – 19, el comportamiento humano cambio considerablemente, sin embargo, hay preferencias que no se alteran,

como por ejemplo el tipo de alojamiento al momento de realizar un viaje y esta vez la mayoría de encuestados supo contestar, que para su alojamiento se inclinan por escoger un hotel, por lo tanto, al plantear la opción de un hospedaje agroturístico se debe tomar en cuenta, ofrecer las comodidades mínimas de un hotel, como lo es un correcto check in y check out, internet, servicio de recepción, servicio de desayuno, parking y demás servicios y a estos servicios darles el valor agregado del entorno rural.

Tabla 12
Medio de transporte utilizado

MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VEHÍCULO PARTICULAR	234	69,7%
TRANSPORTE PÚBLICO	82	24,4%
BUSETA	11	3,4%
AVIÓN	6	1,7%
OTRO	3	0,8%
TOTAL	336	100%

El mayor porcentaje de visitantes son de ciudades cercanas al cantón Antonio Ante, como se lo evidenció anteriormente por lo que acuden en sus vehículos propios, a simple vista puede parecer un detalle pequeño, no obstante, los visitantes toman mucho en cuenta, que al sitio que van a visitar o consumir algún servicio cuente con parqueadero, en el cual su auto se encuentre seguro, por lo cual, es de vital importancia que en el diseño de la propuesta se contemple un espacio para el parqueo no solo de carros pequeños, sino también para buses cuando se reciba a grupos.

Tabla 13
Frecuencia de viajes turísticos

FRECUENCIA DE VIAJES TURÍSTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	6	1,7%
RARA VEZ	79	23,5%
A VECES	189	56,3%
CASI SIEMPRE	51	15,1%
SIEMPRE	11	3,4%
TOTAL	336	100%

Para poder establecer la oferta turística en la comunidad de Agualongo de Paredes, es muy importante conocer la frecuencia de viajes de los visitantes y pues los resultados en cierta medida son favorables, porque , a la gente le gusta viajar más de una vez al año, claro está que depende mucho de la situación socio-económica del turista, para la cantidad de viajes que realice he ahí la importancia de establecer un cronograma para la prestación de servicios para todo el año y dando énfasis a los feriados.

Tabla 14
Frecuencia de viajes turísticos al año

VIAJES TURÍSTICOS AL AÑO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NINGUNO	17	5%
DE 1 A 3 VIAJES	212	63%
DE 4 A 6 VIAJES	73	21,8%
DE 7 A 9 VIAJES	11	3,4%
MÁS DE 9 VIAJES	23	6,7%
TOTAL	336	100%

Conjuntamente con el análisis de la pregunta anterior, el conocer la frecuencia y cantidad de viajes que realizan los turistas, permiten plantearse una planificación de oferta turística, así como también, relacionarla con el calendario agrícola y el cultivo de los diferentes productos de la zona, para poder realizar una promoción planificada y anticipada de la oferta existente y de igual manera, potenciar productos específicos en fechas predeterminadas, un ejemplo de lo expuesto sería, el florecimiento de los

Guayacanes en la provincia de Loja, que ocurre una vez al año y en una fecha determinada, la intención sería elaborar productos con esa similitud.

Tabla 15

Medios para conocer atractivos turísticos

MEDIOS PARA CONOCER	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
REDES SOCIALES	270	80,7%
PÁGINAS WEB	37	10,9%
RADIO	3	0,8%
TELEVISIÓN	6	1,7%
FOLLETOS	6	1,7%
BANNERS	3	0,8%
PUBLICITARIOS		
OTRO	11	3,4%
TOTAL	336	100%

Una vez aplicada la encuesta a los visitantes del cantón Antonio Ante, en su gran mayoría expresan que, conocen sobre los atractivos turísticos a través de redes sociales y pues no es de sorprenderse, ya que, uno de los efectos post pandemia al estar aislados, ocasionó que la tecnología tenga un gran repunte y se volvió algo familiar en el convivir diario, por tal motivo, las personas eliminaron esa desconfianza que tenían al internet y actualmente lo utilizan habitualmente, para cubrir diferentes necesidades y una de ellas es el poder obtener información de las diferentes opciones turísticas; de tal manera; que la propuesta de investigación debe contener un plan promocional basado y estructurado entorno a las redes sociales.

Tabla 16*Modalidad de turismo que prefiere*

MODALIDAD DE TURISMO QUE PREFIERE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURISMO DE SOL Y PLAYA	135	40,3%
TURISMO DE REUNIONES	6	1,7%
TURISMO DE NATURALEZA	161	47,9%
TURISMO DE SALUD	6	1,7%
TURISMO RURAL Y COMUNITARIO	14	4,2%
TURISMO CULTURAL	11	3,4%
OTRO	3	0,8%
TOTAL	336	100%

Con el pasar del tiempo las preferencias van cambiando y las necesidades son otras, tal es así que, no hace mucho tiempo el turismo de sol y playa ocupaba el primer lugar en cuanto a preferencia se refería, en la actualidad y gracias a los datos obtenidos a través de la investigación, se puede observar que dicho tipo de turismo ha sido desplazado al segundo lugar por el turismo de naturaleza, lo que refleja un aspecto positivo en la propuesta planteada, ya que, contaría con una gran aceptación por parte de los turistas que buscan nuevas tipologías o formas de hacer turismo.

Tabla 17*Cantidad de noches que pernocta*

CANTIDAD DE NOCHES QUE PERNOCTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 2 NOCHES	229	68,1%
DE 3 A 4 NOCHES	96	28,6%
DE 5 A 6 NOCHES	3	0,8%
MÁS DE 6 NOCHES	8	2,5%
TOTAL	336	100%

En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se puede observar que la mayoría de visitantes cuando salen de viaje por motivos turísticos, pasan fuera de su hogar entre una y dos noches, esto puede darse por diversos factores, por lo cual, las personas no extienden por mucho tiempo su estadía fuera del hogar, sin embargo es importante saber que existe todavía el interés por hacer uso del servicio de alojamiento al menos por una

noche, por lo tanto es muy imprescindible que las empresas turísticas cuenten con una planificación idónea anual, que les permita aprovechar de mejor manera la pernoctación de los visitantes y haciendo de esta, una experiencia inolvidable y que valga la pena volver y tenga la necesidad de extender su hospedaje

El segundo apartado de la encuesta, tiene como objetivo determinar el perfil del consumidor y establecer la factibilidad del proyecto de investigación y los datos obtenidos a través del grupo de preguntas son muy concluyentes, ya que, gracias a los mismos, se diseñará una propuesta encaminada a satisfacer las necesidades y expectativas del mercado meta; por tal motivo, el diseño del alojamiento agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, deberá estar diseñado y enfocado en un ambiente familiar y cada una de las cabañas deben acoger mínimo a cinco personas y debe contar con todas las facilidades y servicios turísticos de un hotel, así como también, con un espacio para parqueo de automóviles y buses, el mismo que debe ser idóneo y sobre todo muy seguro.

La oferta de servicios turísticos complementarios al hospedaje agroturístico, debe ser planificada y variada, ya que, generalmente los visitantes del cantón Antonio Ante, realizan sus viajes unas tres veces al año aproximadamente, por lo cual, la experiencia debe ser gratificante y debe contar con un plan promocional muy bien estructurado, en donde el medio principal de difusión sean las redes sociales, ya que, es la fuente principal por donde los turistas conocen y se informan sobre la oferta turística existente en el mercado, aprovechando que las tendencias y preferencias han cambiado, ya que, posterior a la pandemia Covid-19, las personas prefieren realizar actividades al aire libre en el entorno natural, he ahí, que la factibilidad de la propuesta planteada es positiva dadas las preferencias actuales.

El tercer y último apartado de la encuesta, está direccionado a recolectar información sobre las preferencias turísticas que tienen las personas al momento de optar ya sea por un producto o servicio, los resultados obtenidos de cada una de las preguntas aplicadas a los visitantes del cantón Antonio Ante, permitirá establecer las diversas actividades agroturísticas en la comunidad de Agualongo de Paredes, complementadas con el servicio de hospedaje, que es la actividad principal planteada en la propuesta del presente estudio y así cumplir con las expectativas y otorgar una experiencia diferenciada a la demanda turística.

Tabla 18*Actividades de turismo comunitario*

ACTIVIDADES DE TURISMO COMUNITARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CAMPING	116	34,5%
SENDERISMO	99	29,4%
PESCA	34	10,1%
SIEMBRA ORGÁNICA	6	1,7%
VISITA A LAGUNAS	73	21,8%
OTRO	8	2,5%
TOTAL	336	100%

Dentro de las diversas actividades que se encuentran inmersas en el turismo comunitario, la mayoría de encuestados prefieren realizar actividades como el camping y el senderismo, por tal motivo, los servicios complementarios al hospedaje agroturístico deben ofrecer opciones relacionadas, tal vez no, directamente con el camping, debido a la propuesta planteada en sí, pero si establecer una circuito de diferentes senderos, donde al recorrerlos se aprecie la práctica de la agricultura y la crianza de animales de granja y el camping que es algo que llama la atención fuertemente y está en las preferencias de los turistas, sería una buena opción adecuar un espacio para el mismo, que cuente con todas las comodidades para el descanso de los visitantes; sin embargo, vale acotar que al hablar de agroturismo se debe tomar en cuenta un conjunto de diferentes actividades, que tal vez, por ser una tipología no muy conocida por los turistas, no se conoce de las diferentes opciones que se tiene, es por tal razón, que se debe ofertar una amplia gama de posibilidades para el disfrute de los clientes sin dejar de lado sus preferencias.

Tabla 19*Frecuencia por servicios complementarios*

PORCENTAJE ADICIONAL POR SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEL 10 AL 20 %	263	78,2%
DEL 21 AL 40 %	65	19,3%
DEL 41 AL 60 %	8	2,5%
DEL 61 AL 80 %	0	0%
DEL 81 AL 100 %	0	0%
MÁS DEL 100 %	0	0%
TOTAL	336	100%

En la propuesta planteada, el servicio principal será el del hospedaje, que dependiendo del tipo de cabaña y de los servicios que contrate el turista tendrá ya un precio establecido, pero se complementará con otros servicios relacionados al agroturismo, los mismos que en base a la encuesta aplicada tendrán un valor adicional máximo del 40% en relación con el precio de alojamiento, dicho incremento dependerá de la calidad y especificaciones de los servicios complementarios.

Tabla 20*Tipo de ambientación y frecuencia*

AMBIENTACIÓN Y DECORACIÓN DE UN ALOJAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ORNAMENTAL	117	34,7%
RÚSTICA	176	52,5%
COLONIAL	40	11,9%
VERNÁCULA	3	0,8%
OTRO	0	0%
TOTAL	336	100%

Para el diseño y decoración de las cabañas agroturísticas se tomará muy en cuenta las preferencias de los encuestados, quienes en su mayor porcentaje manifestaron que, les gustaría un alojamiento con estilo rústico y ornamental, el resultado de dicha pregunta va de la mano con la elección de la tipología turística escogida anteriormente, que era el de

naturaleza, por tal motivo y apuntando a la propuesta que tiene un enfoque sustentable, las cabañas serán diseñadas con ese fin, el de no alterar el entorno natural y preservar el estilo de vida de la comunidad de Agualongo de Paredes.

Tabla 21
Conocimientos sobre el turismo vivencial y agroturismo

CONOCE SOBRE EL TURISMO VIVENCIAL Y AGROTURISMO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	157	46,6%
NO	179	53,4%
TOTAL	336	100%

La propuesta planteada se basa en el turismo vivencial y agroturismo, sin embargo, de los turistas encuestados, un porcentaje mínimo aducen no conocer sobre dichas tipologías turísticas, lo que podría significar un aspecto negativo, ya que, las personas por instinto natural generan desconfianza a lo desconocido, por tal motivo, para sobrellevar este pequeño obstáculo, la manera y los medios por el cual se promocione deben ser los idóneos, con la finalidad que la tipología turística ofertada se posicione en el mercado como una buena opción de ocio.

Tabla 22
Conocimiento sobre Agualongo de Paredes

CONOCE AGUALONGO DE PAREDES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	22,9%
NO	259	77,1%
TOTAL	336	100%

Como se lo había analizado anteriormente en el objetivo número uno del presente trabajo de investigación, la comunidad de Agualongo de Paredes perteneciente al cantón Antonio Ante en la provincia de Imbabura, posee un bajo un desarrollo turístico, y por tal motivo es lógico que la mayor cantidad de personas no conozcan la comunidad, la cual sin embargo, gracias a su cultura y saberes tradicionales y con el correcto desarrollo, podría posicionarse en el ámbito turístico como un referente en la provincia.

Tabla 23*Pago por alojamiento agroturísticos*

PAGO POR ALOJAMIENTO AGROTURÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE \$ 40 A \$ 50	304	90,8%
DE \$ 51 A \$ 70	23	6,7%
DE \$ 71 A \$ 90	6	1,7%
DE \$ 91 A \$ 110	3	0,8%
TOTAL	336	100%

La situación económica del país, posterior a la pandemia del Covid-19, ha generado fuertes impactos negativos en las empresas y la economía popular no solo del Ecuador sino a nivel mundial, por lo que, el monto de circulante a nivel país es muy escaso, eso hace que las personas tengan el deseo de salir de viaje, no obstante, buscan las opciones que en cierta medida satisfagan sus necesidades y expectativas a menor precio en el mercado, por lo que, la mayoría de personas estarían dispuestas a pagar por un alojamiento agroturístico un monto máximo de cincuenta dólares americanos.

El último bloque de preguntas de la encuesta dirigida a los visitantes del cantón Antonio Ante, tenía como propósito el determinar las preferencias de los visitantes en cuanto a turismo se refiere, de lo cual se pudo establecer el tipo de diseño y decoración de las cabañas, las mismas que deben ser rústicas y ornamentales, estrechamente ligadas con el turismo de naturaleza y enfoque sustentable, el alojamiento deberá complementarse con diversas actividades agroturísticas, dando prioridad a la estructuración y elaboración de senderos, en los cuales los visitantes puedan disfrutar en su máxima expresión de la cultura indígena y los saberes tradicionales, que estos poseen al momento de desarrollar su actividad económica principal que es la agricultura.

Adicionalmente, a través de la propuesta planteada se deberá considerar los precios para cada servicio, ya que como se pudo observar en los datos obtenidos, la situación económica a nivel país y principalmente posterior a la pandemia Covid-19, es crítica y los visitantes tienen el deseo de viajar y conocer nuevas alternativas turísticas, no obstante, la capacidad de gasto es reducida, por lo cual, se deberá plantear tomando en cuenta estos aspectos y generar opciones al alcance de la demanda establecida o a su vez enfocarse en un nicho mercado específico, vale acotar que la mayoría de encuestados

están dispuesto a pagar un máximo de cincuenta dólares por la noche de alojamiento y por servicios complementarios un porcentaje adicional no mayor al 40%

De igual forma, para proporcionar mayor información a la presente investigación se aplicó una entrevista direccionada a empresarios que posean establecimientos que oferten alojamiento en sectores rurales, entre los que se pueden mencionar al Sr. Fernando Acosta propietario de Polylepis Lodge ubicado en la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica el Ángel y de Tunas y Cabras Ecolodge ubicado en la antigua vía Tulcán-Ibarra en el sector del Valle del Chota, quienes a nivel de la zona norte del país, son grandes referentes en el ámbito turístico, principalmente de naturaleza y rural.

Entrevista direccionada a establecimientos turísticos que proporcionen el servicio de alojamiento en zonas rurales

1. ¿Cuántos años se encuentra ofertando sus servicios?

R1. El proyecto que comenzó hace más de dos décadas dedicado al ecoturismo y la preservación del medio ambiente

R2. 5 años después de la creación de Polylepis Lodge nace el sueño de una nueva alternativa de hospedaje agroturístico

2. ¿Además de hospedaje qué servicios complementarios ofrece su empresa?

R1. Polylepis Lodge ofrece servicio de restaurante, el mismo que se encuentra construido sobre un riachuelo donde podrán observar peces, existe el servicio de caminatas nocturnas, así como diurnas, cuenta con un museo de la cultura Tusa y Pasto, un observatorio de estrellas, así como también, una exposición sobre roedores existentes en el páramo, sin olvidar que el hotel cuenta con un área de relax la misma que dispone de jacuzzi, baños de cajón y cuarto de masajes.

R2. Tunas y Cabras Ecolodge, cuenta con el servicio de restaurante, salón de ventos para la presentación de eventos culturales principalmente destacando las expresiones del pueblo Afrochoteño, cabalgatas, área húmeda con piscina y jacuzzi, caminatas agroturísticas, participación directa en la elaboración de shampoo y jabón a base de sábila.

3. ¿Qué caracteriza a su empresa y la hace diferente a la competencia?

R1. Polylepis se caracteriza principalmente por su ubicación y el ecosistema que lo rodea ya que se mimetizan un bosque primario de árboles de papel a 3600 msn y un páramo de Frailejones que son de vital importancia para la generación de

agua dulce, juntamente con alto nivel de compromiso por la preservación del ambiente en cada uno de los servicios que se oferta

R2. Tunas y Cabras se caracteriza principalmente por el manejo sustentable de los recursos, lo que le ha permitido que en medio de un desierto de 7000 hectáreas desérticas se convierta en un oasis verde, a pesar de la notable escases de agua existente en el sector

4. ¿Cuál es el segmento de mercado al cual dirige sus productos y servicios?

R1. Se divide en dos segmentos principalmente, el primero esta direccionada a personas que puedan llegar ya que la ubicación es difícil al encontrarse en el páramo por tal motivo la mayor cantidad de personas que visitan Polylepsis son personas con movilización propia y con vehículos de gran cilindraje, así como también, un alto número de extranjeros que son atraídos principalmente por las bondades naturales del ecosistema paramo, el otro segmento son estudiantes del carrera de turismo a nivel nacional, quienes se benefician de un descuento considerable

R2. Al igual que Polylepsis Lodge maneja la misma segmentación de mercado ya que incluso se convierten en servicios complementarios

5. ¿Cuáles son las estrategias que aplica para obtener la fidelidad en sus clientes?

R1. Un servicio personalizado y productos de alta calidad

R2. Instalaciones de lujo en un sitio no muy convencional sin dejar de lado el compromiso por la preservación de los recursos

6. ¿Cuáles son los precios establecidos ya sea en temporada alta y baja?

R1. Los precios dependiendo del grupo y de la temporalidad van desde los \$80 en adelante por cada noche y por persona

R2. Al ser empresas complementarias se manejan con los mismos precios y en cada hotel dependerá más del tipo de habitación o cabaña que opte el turista

7. ¿Cuál es su capacidad operativa? (Cantidad de clientes que puede atender)

R1. Tiene una capacidad de para atender a 120 personas

R2. Tiene capacidad para atender a 100 personas

8. ¿Posee un plan de mejoras para mantenerse en el mercado?

R1. Al tratarse de una actividad social es imprescindible, que se cuente con un plan de mejoras

R2. Todo hotel que quiere mantenerse en el mercado turístico debe contar con mejoras de forma constante

9. ¿Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior cuáles serían las acciones más relevantes de dicho plan?

R1. La estrategia más importante es promover el turismo educativo, concientizando la preservación del ecosistema paramo y la importancia para la humanidad, a través de una adecuada promoción de los servicios prestados

R2. Uno de los factores más importantes es la modernización de la infraestructura turística que a pesar de la pandemia el hotel pudo cambiar su imagen drásticamente en los últimos 6 años

10. ¿Cuáles son sus alianzas estratégicas?

R1. Universidades, Tecnológicos y operadoras locales

R2. Universidades, Tecnológicos y operadoras locales

La entrevista realizada a los dos establecimientos turísticos tiene en común ciertas características, como el tiempo que se encuentran en el mercado (20 años aproximadamente), lo cual, los marca como referentes turísticos a nivel local principalmente, en ese sentido, dada su antigüedad conocen de manera amplia los requerimientos de los turistas y al encontrarse en sitios estratégicos permite su crecimiento de manera exponencial y distar ampliamente de la competencia que pueda existir. Además, al conocer de forma amplia a los clientes, fortalecerse a través de la innovación y la mejora continua, entregando un servicio de manera personalizada con compromiso con el medio ambiente, logrando obtener la fidelidad de clientes potenciales.

Para conseguir ello, las empresas promueven el turismo educativo y la concientización del medio ambiente y a través de la modernización de la infraestructura turística permiten crear una amalgama de servicios a consideración del cliente.

Objetivo 3

Se determinó la factibilidad técnica y económica para la puesta en marcha de un hospedaje agroturístico en la comunidad Agualongo de Paredes, en donde se prevé ofertar los siguientes productos y servicios, además se estimó el porcentaje de consumo de cada uno que se encuentran detallados en la Tabla 24, este valor porcentual es una referencia según las entrevistas mencionadas anteriormente.

Tabla 24*Cotización por alimentación, servicios adicionales y porcentaje de consumo*

Cotización por alimentación	Costo por unidad	Porcentaje de consumo	Total
Almuerzo	\$4,00	40%	\$62,00
Cuy entero	\$15,00	10%	\$59,00
Pollo al horno	\$15,00	10%	\$59,00
Costillas de cerdo al horno	\$8,00	10%	\$31,00
Yahuarlocro	\$4,00	5%	\$8,00
Fritada	\$4,00	10%	\$16,00
Choclos con queso	\$3,00	10%	\$12,00
Cotización por servicios adicionales			
Canasta de frutas	\$2,00	30%	\$23,00
Recorrido por huertos frutales	\$5,00	40%	\$78,00
Visita a la casa de la comunidad para participar en la elaboración de prendas indígenas	\$10,00	30%	\$117,00
Total mensual			\$1.860,00

Tabla 25
Frecuencia de visitantes semanalmente

Tipo de cabaña	Costo por persona	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total de personas	Total semanal	Total mensual
Individual	\$40,00	1	0	0	0	2	2	2	7	\$280,00	\$1.120,00
Familiar	\$40,00	4	0	0	0	4	4	4	16	\$640,00	\$2.560,00
Conjunto	\$40,00	0	0	0	0	0	8	8	16	\$640,00	\$2.560,00
Total									39	\$1.560,00	\$6.240,00

En la tabla 25, se determina a través de una entrevista realizada a los sitios turísticos mencionados, la frecuencia de personas que a través de este servicio puedan alojarse, donde se determinó el ingreso en términos monetarios semanales y mensuales de cada una de las cabañas.

Tabla 26
Ingresos monetarios por cabaña y tipo de mes en un año

Tipo/Mes	Media	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Mes Regular (100%)	\$6.240,00		x		x	x	x				x	x	x	\$43.680,00
Mes vacacional (120%)	\$7.488,00			x				x	x					\$22.464,00
Mes bajo (70%)	\$4.368,00	X								x				\$8.736,00
Total														\$74.880,00

La tabla 26, determinó los ingresos económicos de las cabañas en función de la acogida que se receipta por cada mes del año, por ejemplo, un mes vacacional puede presentarse un 20% adicional de turistas a un mes regular.

Tabla 27*Ingresos monetarios por servicios complementarios y tipo de mes en un año*

Tipo/Mes	Media	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Mes Regular (100%)	\$1.860,00		x		x	x	x				x	x	x	\$13.020,00
Mes vacacional (120%)	\$2.232,00			x				x	x					\$6.696,00
Mes bajo (70%)	\$1.302,00	X								x				\$2.604,00
Total														\$22.320,00

A través de la tabla 26 y 27, se determinó el ingreso en términos monetarios por servicios complementarios en un año un valor de aproximadamente \$22.320,00.

Tabla 28*Ingresos monetarios por cabaña más servicios complementarios y tipo de mes en un año*

Tipo/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Mes Regular (100%)		\$8.100,00		\$8.100,00	\$8.100,00	\$8.100,00				\$8.100,00	\$8.100,00	\$8.100,00	\$56.700,00
Mes vacacional (120%)			\$9.720,00				\$9.720,00	\$9.720,00					\$29.160,00
Mes bajo (70%)	\$5.670,00								\$5.670,00				\$11.340,00
Total													\$97.200,00

En la tabla 28, se calculó el ingreso anual de los servicios entregados por cada mes más servicios complementarios con un valor de \$97.200,00

Tabla 29*Egresos monetarios por cabaña más servicios complementarios y tipo de mes en un año*

Tipo/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Mes Regular (100%)	0	810	0	810	810	810	0	0	0	810	810	810	\$5.670,00
Mes vacacional (120%)	0	0	972	0	0	0	972	972	0	0	0	0	\$2.916,00
Mes bajo (70%)	567	0	0	0	0	0	0	0	567	0	0	0	\$1.134,00
Total													\$9.720,00

En la tabla 28, se calcula el egreso de cada una de las cabañas más servicios complementarios, el cual, esta se determina con un 10% del valor de ingresos totales que se detalla en la Tabla 29.

Tabla 30*Gastos anuales*

Sueldos	\$27.000,00
Impuesto	\$10.497,60
Permisos	\$386,00
Publicidad	\$1.312,20
Servicios básicos	\$6.123,60
Mantenimiento	\$8.748,00
Pago préstamo	\$15.210,00
Total	\$69.277,40

En la tabla 30 se detalla los gastos anuales proyectados por sueldos, impuestos, préstamos a bancos y servicios básicos, el cual, bordea los \$69.277,40, en ese sentido, se prevé un flujo de caja anual de \$18.202,60, como se indica en la tabla 31.

Tabla 31

Flujo de caja anual

Ingresos	\$97.200,00
Egresos	\$9.720,00
Complementos	\$69.277,40
Flujo de caja anual	\$18.202,60

Tabla 32

Flujo de caja en 10 años de proyección

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$97.200,00	\$102.060,00	\$107.163,00	\$112.521,15	\$118.147,21	\$124.054,57	\$130.257,30	\$136.770,16	\$143.608,67	\$150.789,10
Egresos	\$9.720,00	\$10.206,00	\$10.716,30	\$11.252,12	\$11.814,72	\$12.405,46	\$13.025,73	\$13.677,02	\$14.360,87	\$15.078,91
Complementos	\$69.277,40	\$72.741,27	\$76.378,33	\$80.197,25	\$84.207,11	\$88.417,47	\$92.838,34	\$97.480,26	\$102.354,27	\$107.471,99
Flujo den caja	\$18.202,60	\$19.112,73	\$20.068,37	\$21.071,78	\$22.125,37	\$23.231,64	\$24.393,22	\$25.612,89	\$26.893,53	\$28.238,21

Tabla 33

Valores VAN y TIR

Inversión	\$130.000,00
Flujo de caja acumulado	\$228.950,35
Tasa de incremento	5% Anual
VAN	\$41.358,10
TIR	11%

Para el cálculo del flujo de ingresos, se tomó como referencia el beneficio monetario de la estadía en las cabañas más los servicios complementarios y la diferencia con los egresos y complementos que se describen en las tablas 26-29 y con un total de flujo de caja anual de \$18.202,60 aproximadamente, este valor se tomó como punto de partida para el flujo proyectado en un ejercicio de 10 años con un crecimiento anual del 5% teniendo como flujo acumulado de \$228.950,35.

A través del flujo de caja proyectado por diez años, se calcula el valor VAN (Valor Actual Neto), el cual se describe como un criterio de inversión que consiste en determinar los cobros y egresos de un proyecto para analizar si en este se obtienen ventajas o pérdidas económicas. En ese aspecto, se calculó el valor VAN de \$41.358,10, con una inversión inicial de \$130.000,00, este parámetro es una señal positiva de la rentabilidad del proyecto ya que su margen es positivo y genera ganancias según lo proyectado.

Además, se determinó el valor TIR (Tasa interna de retorno), el cual se describe como un indicador para analizar la viabilidad de un proyecto tomando como referencia la tasa de descuento que surja en el proyecto, y según la tabla 33, presenta un valor de 11% aproximadamente y según es un porcentaje positivo para la ejecución del proyecto, puesto que el valor TIR supera en 6 puntos porcentuales al valor de la tasa de descuento (5%), por lo tanto la inversión es viable y generará rentabilidad pese a que se tiene un valor por préstamo considerable.

Capítulo V

Propuesta alternativa

Una vez realizada la investigación sobre el diagnóstico de la situación actual del turismo en la comunidad de Agualongo de Paredes del cantón Antonio Ante; se ha observado con claridad que el territorio de estudio cuenta con recursos naturales y culturales propios de la zona, que pueden ser aprovechados e incluirlos en planificaciones de desarrollo turístico que, sin embargo, hasta la actualidad no se ha hecho. Las nuevas alternativas de turismo rural pueden ayudar a la interacción de los habitantes en nuevas formas de generación económica y a la preservación de los recursos tanto tangibles como intangibles que disponen, evitando el desgaste y agotamiento de los mismos; adicionalmente se puede mencionar la probabilidad de generar planes de desarrollo turístico en la capacitación y concienciación de la población, pues una de las características principales del agroturismo es que brinda tanto a productores como a clientes, tener un alto grado de responsabilidad en la preservación de los recursos.

De ahí la necesidad, de que se propongan nuevas opciones para el correcto uso de los recursos del sector, con base en el agroturismo, el cual promueve la actividad agraria complementada con un enfoque turístico, dentro un marco sustentable que garantice el bienestar de la población en la actualidad, así como, una buena calidad de vida para las generaciones futuras que se encuentren inmersas en la actividad establecida y sobre todo que se conserven las manifestaciones culturales y saberes tradicionales del pueblo indígena del área de estudio.

Con la finalidad de que se cumplan los objetivos de desarrollo turístico en cada uno de los territorios será siempre importante partir de planificaciones integrales, que contemplen todos los elementos necesarios para la ejecución de proyectos, como procesos de involucramiento de la población en la generación de, microemprendimientos, formación y capacitación, desarrollo de espacios y productos turísticos, entre otros. En el presente caso, la propuesta se enfocará a partir del diseño de una alternativa de un alojamiento agroturístico, la cual este encaminada al involucramiento inmediato de la población del sector en las nuevas tipologías turísticas, partiendo de una temática específica de experiencia rural, con la finalidad de dar a conocer la riqueza natural y cultural de la comunidad y posicionándola como un destino de interés, tanto para turistas

nacionales como extranjeros que deseen realizar actividades agroturísticas e interactuar directamente con los habitantes de la comunidad.

5.1. Título de la propuesta

Como se mencionó anteriormente, la propuesta planteada para dar solución a la problemática por la cual se realizó la investigación, es el diseño de una alternativa de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, que promueva la práctica de nuevas tipologías de turismo de forma sustentable y contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de las personas involucradas en la comunidad, por tal motivo para el título de la propuesta se estableció uno que se encuentre estrechamente ligado a la tipología turística en mención y que transmita ese mensaje de preservación de los recursos y a la par genere nuevas oportunidades de subsistencia económica.

HOSPEDAJE AGROTURÍSTICO “SEMBRANDO VIDA”

Figura 3

Logo de la propuesta



La propuesta de hospedaje agroturístico llevará el nombre de “Sembrando Vida”, ya que, se encuentra estrechamente relacionado con el objetivo de brindar una gran importancia a la práctica de la agricultura, principal fuente de ingreso económico de la comunidad, sin embargo, a través de la propuesta se pretende otorgarle un enfoque diferente a su forma tradicional; la intención es que se enmarque dentro de un ámbito sustentable y que se encuentre fuertemente relacionada con la preservación de las expresiones culturales y

saberes tradicionales del pueblo indígena asentado en la comunidad de Agualongo de Paredes, con el fiel propósito de generar una alternativa de sustento económico del cual se puedan beneficiar sus habitantes en la actualidad, así como las generaciones futuras.

5.2 Justificación e importancia

A nivel mundial, el turismo sustentable ha ido tomando fuerza gracias a sus características y los beneficios que brinda al contribuir con el desarrollo social y económico de quien lo practica, sin dejar de lado la conservación ambiental, aprovechando de manera adecuada los recursos disponibles, sin importar de que tipo se trate, en la mayoría de los ejemplos con éxito de esta nueva alternativa económica, quienes se han visto beneficiados directamente son las comunidades del sector rural, ya que, en estos sitios es donde se encuentran los diferentes atractivos tanto naturales como culturales.

El Ecuador cuenta con una gran diversidad turística tanto natural como cultural, distribuida en toda su extensión territorial, pero que, no ha sido aprovechada de forma adecuada hasta la actualidad, por tal motivo, es imprescindible que se desarrollen nuevas alternativas que promuevan el desarrollo local de las comunidades, impulsando y fortaleciendo la riqueza y conocimiento cultural que poseen, los mismos que han sido transmitidos de generación en generación, que sin embargo, y debido a la aculturación y al cambio social existente se han ido perdiendo paulatinamente.

El Ecuador en su Constitución Nacional, en su Art. 1, establece que es un territorio plurinacional y multicultural, por tal motivo se acepta y reconoce la presencia de los diversos grupos étnicos en todo el territorio nacional, donde se destacan el grupo indígena, que se encuentra distribuido por todo el país, principalmente en la serranía ecuatoriana, y de manera particular en Imbabura, siendo esta una de las provincias más diversas en cuanto al tema cultural se refiere, he ahí, la importancia de revalorizar a la Comunidad de Agualongo de Paredes, debido a que sus habitantes en su mayoría son indígenas y cuya actividad principal es la agricultura, por lo cual, el que puedan adquirir conocimientos que les permitan aprovechar todas las bondades que poseen, cambiaría de forma significativa su estilo de vida.

Como se lo mencionó con anterioridad, los habitantes de la Comunidad de Agualongo de Paredes, en un 90% son indígenas, lo que les ha facilitado que con el transcurrir del

tiempo sean herederos de valiosos conocimientos y expresiones tradicionales y muy arraigadas a su cosmovisión, que sabiéndolas direccionar de forma idónea se podrían convertir en un producto turístico de excelentes condiciones y que cumpla con cada una de las expectativas y necesidades de las personas que opten por visitar la comunidad, sin dejar de lado el tema de conservación de los recursos tanto naturales y culturales existentes en el área de estudio.

El diseño de un hospedaje agroturístico, beneficiará positivamente a los habitantes de la comunidad de Agualongo de Paredes, debido a que, tendrán la oportunidad de incursionar en el ámbito turístico, el cual actúa como una cadena de valor en la prestación de servicios y genera fuentes de trabajo directo e indirecto, en concordancia con las capacidades, conocimientos y aptitudes de las personas, los cuales podrán brindar además del servicio de alojamiento propuesto, otros servicios complementarios como: alimentación, guianza, recorridos por los sembradíos y demás actividades que permitan mejorar su estilo de vida y de igual forma satisfacer las necesidades de los turistas, promover el desarrollo local conservando el medio ambiente, sin comprometer su producción para generaciones futuras, en total equilibrio con el ser humano.

5.3. Ubicación sectorial y física

La presente investigación se realizó en la comunidad de Agualongo de Paredes perteneciente al cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, sitio donde se encuentran ubicados los terrenos en los cuales se implementará el hospedaje agroturístico planteado como propuesta.

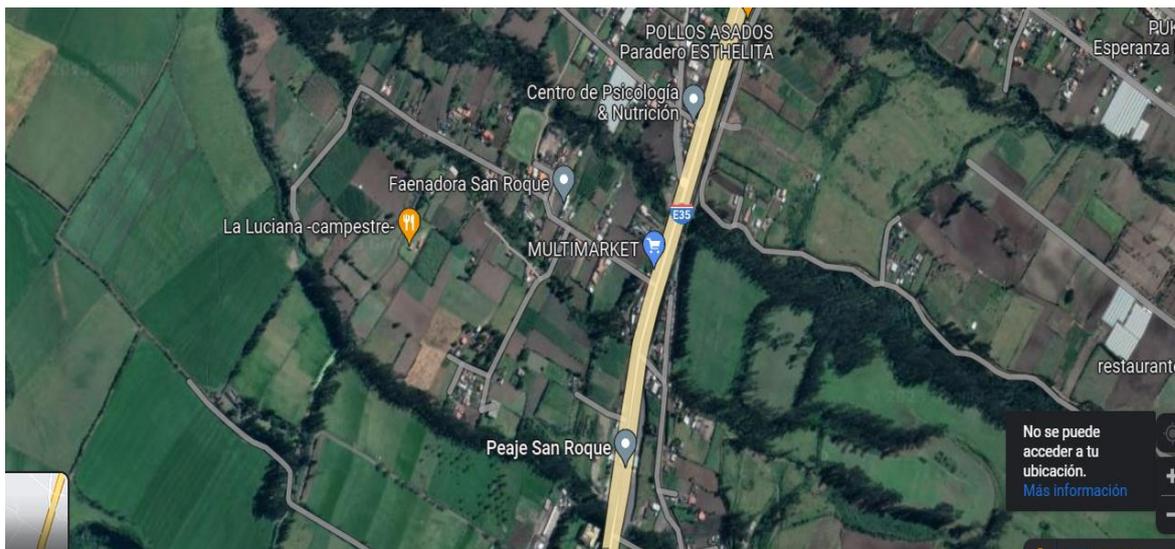
Agualongo de Paredes limita: al norte con la Parroquia San Roque; al sur con la comunidad de Pinsaqui; al este la comunidad de San Luis de Agualongo y al oeste con el cantón Cotacachi separado por el río Ambi

Para llegar a la comunidad de Agualongo de Paredes, se lo puede hacer a través del eje vial E35 o también conocida como la Troncal de la Sierra, desde la ciudad de Quito en el terminal de Carcelén se puede tomar el transporte público, existen turnos cada 5 minutos en dirección a Ibarra o a su vez a Tulcán, el tiempo aproximado de viaje es de dos horas y se lo puede realizar en varias Cooperativas de Transporte Interprovincial

como lo son: Coop. Andina, Turismo, Flota Imbabura, Pulman Carchi, San Cristóbal entre otras. De igual manera si el traslado es desde la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, el terminal terrestre se podrá tomar un bus intercantonal, de la Coop. Otavalo, Lagos, 6 de Julio, Cotacachi, Antaña e Imbaburapak, el viaje tendrá una duración aproximada de 30 minutos.

Figura 4

Ubicación



Fuente: Google Maps

5.5. Diseño e imagen de la Propuesta

Una vez realizada la investigación, se plantea como propuesta alternativa el diseño de un hospedaje agroturístico en la comunidad Agualongo de Paredes para el fortalecimiento turístico sustentable, para lo cual, se empezó con establecer una imagen corporativa que se consolide como marca dentro del ámbito turístico. Por tal motivo, para la elección tanto del nombre como del logo de la propuesta, se tomaron en cuenta diferentes criterios, que hagan alusión a las características del servicio a ofertarse, conjugándose con las expresiones culturales propias del pueblo indígena y la influencia de la zona geográfica en donde se encuentra la comunidad.

La propuesta llevará como nombre **“Sembrando Vida”** en alusión a la agricultura, teniendo en cuenta un enfoque sustentable.

Vale destacar que el color de las letras son de color plomo en representación de la Pacha Mama, que en la cosmovisión indígena es de vital importancia y es símbolo generador de viday, he ahí el nombre del hospedaje agroturístico. Para la elaboración del logo se

consideró el verde como color predominante en alusión al enfoque ecológico que se quiere dar al emprendimiento agroturístico, en ese sentido se dividió en tres elementos: el primero es la mano que representa el trabajo de nuestros indígenas día tras día labrando la tierra para poder subsistir; el segundo elemento son las montañas que representan a la Pacha Mama y en especial a los esposos y guardianes de la provincia el volcán Taita Manuel Imbabura y María Isabel Cotacachi, ya que la comunidad de Agualongo de Paredes se encuentra en la mitad de estos dos colosos y valor agregado con el que cuenta y el tercer elemento es la mujer embarazada sinónimo de vida y es la representación del enfoque sustentable ya que a través de una adecuada práctica de la agricultura y conservación de los recursos, las generaciones futuras podrán disfrutar de todas sus bondades, vale aclarar que el color que representa es el color naranja en alusión del amanecer ya es el mensaje que se quiere brindar, de que con una verdadera conciencia de preservación de los recursos “siempre habrá un mañana” .

HOSPEDAJE AGROTURÍSTICO “SEMBRANDO VIDA”



5.4. Diseños de las cabañas en el hospedaje

Para cumplir con la propuesta establecida se procede a realizar los planos arquitectónicos de las cabañas en donde se ofertará el servicio de alojamiento que es el principal producto planteado, gracias a los datos obtenidos de la encuesta aplicada y la inversión requerida, se sugiere empezar con tres modelos de cabañas: una individual, una familiar y un conjunto de cabañas, esto con la finalidad de poder satisfacer la segmentación de mercado al cual se dirige la oferta turística, vale destacar que con la construcción de la cabañas

planteadas se podrá brindar el servicio de hospedaje en camas individuales, dobles y triples y dependiendo del volumen del grupo el aforo máximo de turistas al mismo tiempo será de 45 personas.

Después de analizar la encuesta aplicada a los turistas del cantón Antonio Ante y la entrevista a los emprendedores turísticos relacionados con la temática de la propuesta, el precio tentativo para el servicio de alojamiento será de \$40 (cuarenta dólares) por persona, lógicamente se establecerán los descuentos respectivos para niños, estudiantes y adultos mayores considerándolos como grupos prioritarios, dentro del costo estará incluido el desayuno, que incluirá productos propios de la zona en su mayoría orgánicos y necesariamente cada turista deberá ayudar a su preparación, interactuando directamente con los habitantes de la comunidad.

En la misma línea, se incluirá un recorrido por los huertos frutales, la explicación de las diferentes técnicas agrícolas aplicadas, así como, el uso del Inty Watana (calendario solar) para su cultivo se la realizará obligatoriamente en quichua y en español por un guía indígena de la zona, en inglés cuando sea necesario y así lo requiera el grupo.

Las cabañas se construirán en diferentes terrenos y llevarán el nombre de la fruta o producto que se esté cultivando en el sitio, el diseño de las cabañas será de carácter rústico en donde predominen adornos relacionados con las expresiones y cosmovisión del pueblo indígena propio de la comunidad, tales como son los telares, esteras, vasijas o pundos, vestimenta del pueblo indígena, instrumentos musicales y en cada cabaña existirá una tulpá a forma de chimenea para el frío en la noche, eso en cuanto a su decoración, sin embargo, como lo expresaron los turistas en la encuesta, les agrada lo rústico y campestre, no obstante, no quieren renunciar a las comodidades y por tal motivo cada cabaña contará con los servicios básicos (agua caliente, luz, internet) y servicio de snack bar cuyo consumo será cargado a la factura final.

5.4.1. Disposición de las cabañas.

La cabaña individual será la que se ubique más cercana a la recepción, en el terreno donde actualmente se encuentra sembrado el durazno y por tal motivo llevará el nombre de “**Duraznu**” ya que en el idioma quichua no existe la palabra durazno, lo que si es que como no se utiliza la vocal o se la cambia por la u; de acuerdo con el plano arquitectónico consta de cuatro ambientes: sala-comedor, un baño, una habitación con una cama doble con la opción para poner una cama pequeña y un ambiente abierto para compartir

alrededor de una fogata y hamacas para observar las estrellas, esta cabaña está diseñada para personas que viajan solas, en pareja o que tienen un hijo pequeño.

Figura 5

Plano cabaña individual

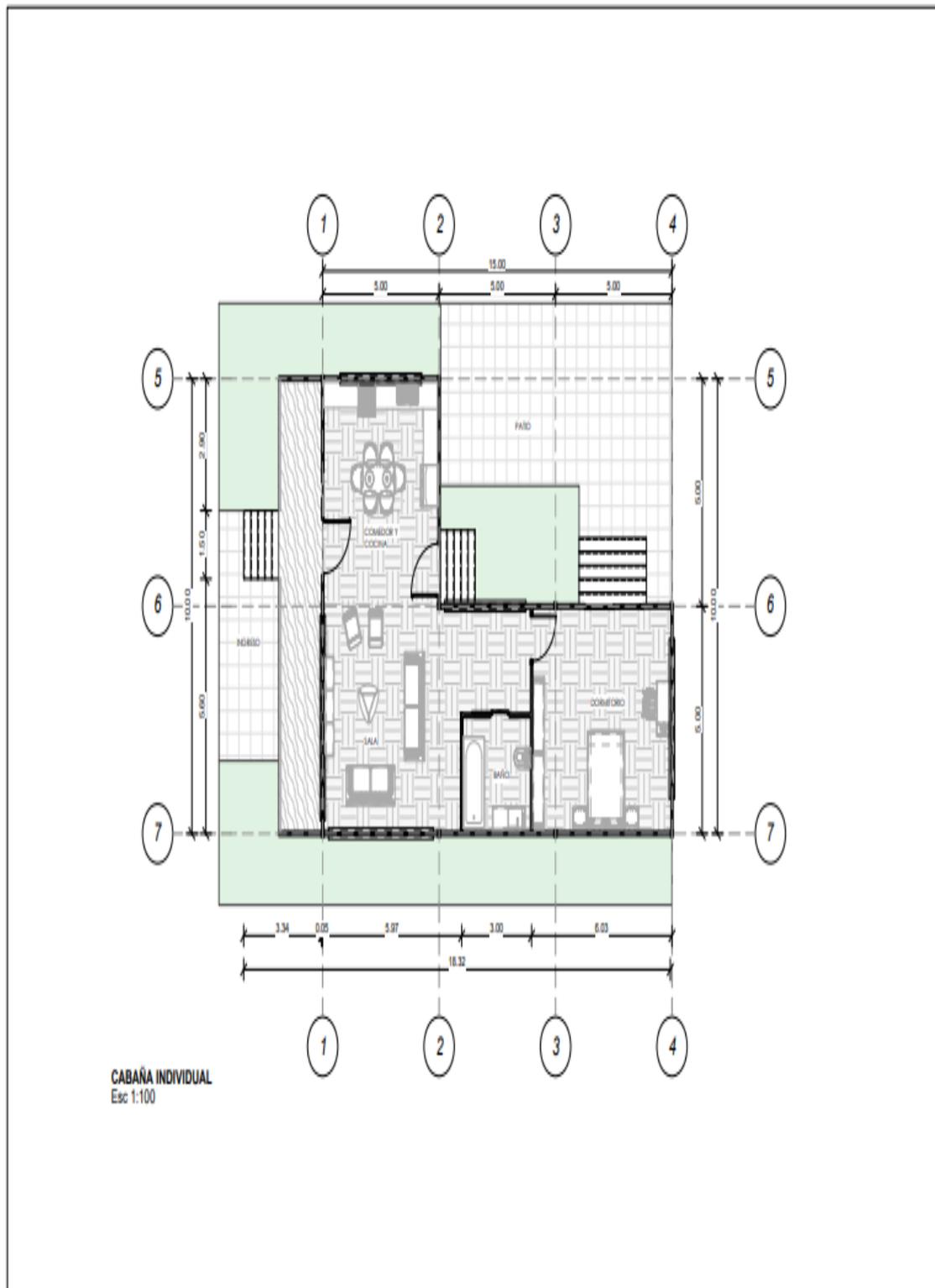


Figura 6

Diseño exterior cabaña individual



Figura 7

Diseño interior cabaña individual



La cabaña familiar se ubicara donde se encuentra sembrado fréjol y alfalfa que se utiliza para la alimentación de animales menores de granja como los son cuyes y conejos, los cuales serán utilizados en el menú gastronómico que se ofertará en la comunidad, en este caso el nombre de la cabaña será Cuicocha ya que se encuentra estrechamente relacionada con los cuyes que son de vital importancia en la dieta del pueblo indígena, adicionalmente es el nombre de uno de los espejos de agua más importante de la provincia de Imbabura y que tiene una estrecha relación con el volcán Cotacachi y desde el sitio donde se ubicará la cabaña se tiene un vista privilegiada de este majestuoso coloso; consta de sala comedor y cocina; un cuarto master con una cama doble y tres habitaciones con camas sencillas; dos baños y al igual que la cabaña individual dispone de un espacio para actividades al aire libre.

Figura 8
Plano cabaña familiar

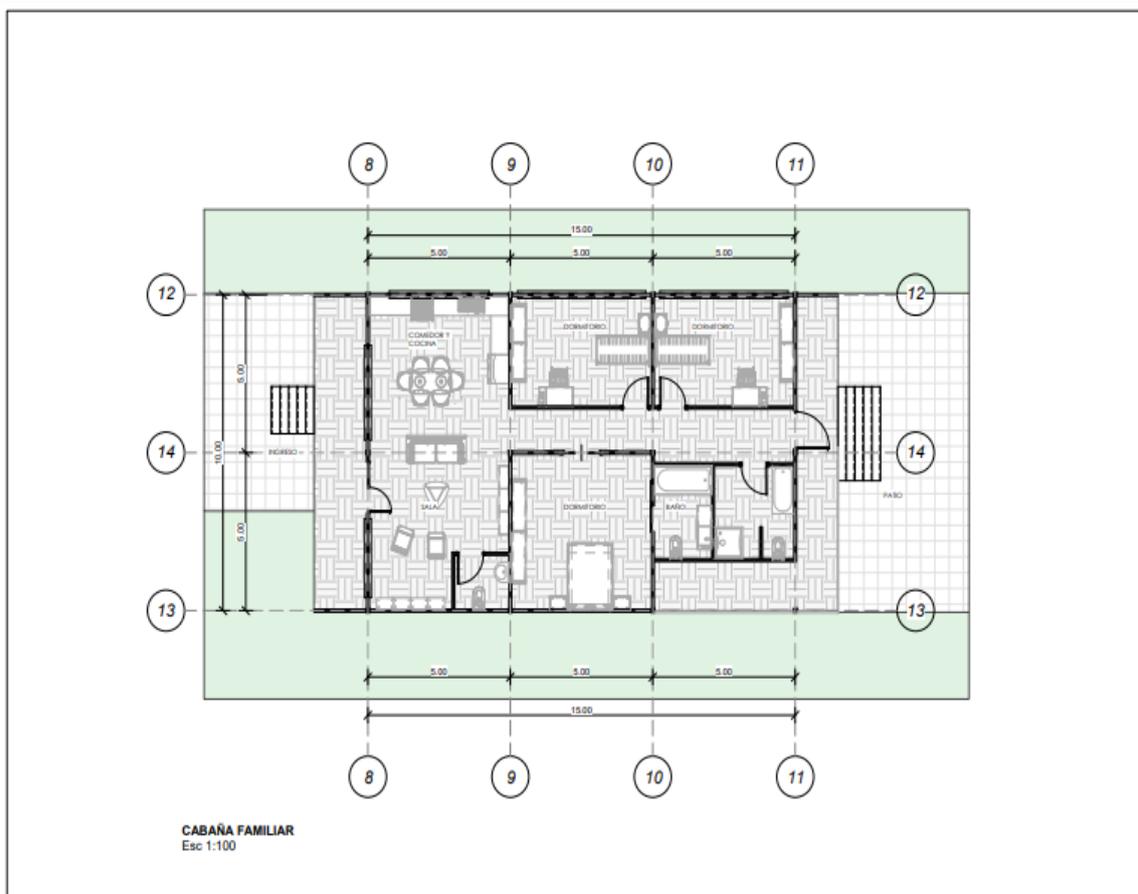


Figura 9

Diseño exterior cabaña familiar



Figura 10
Diseño interior cabaña familiar



El conjunto de cabañas fue diseñado pensando en grupos grandes y que a la vez tengan cierta independencia; al necesitar un mayor espacio para su construcción, se ubicará en el terreno con mayor extensión donde se encuentra sembrada la granadilla y ese será su nombre; dicho conjunto de cabañas está conformado por 5 pequeñas cabañas conectadas

entre sí, por espacios comunes y cada una de ellas cuenta con sala comedor, un cuarto con dos camas pequeñas y un baño, adicionalmente todo el conjunto dispone de espacio abierto para realizar diferentes actividades al aire libre, compartiendo alrededor de una gran fogata y se narren las leyendas propias del pueblo indígena como el del amor entre el volcán Imbabura y Cotacachi ya que las cabañas se encuentran ubicadas en la mitad de estas majestuosas montañas.

Figura 11

Plano del conjunto de cabañas

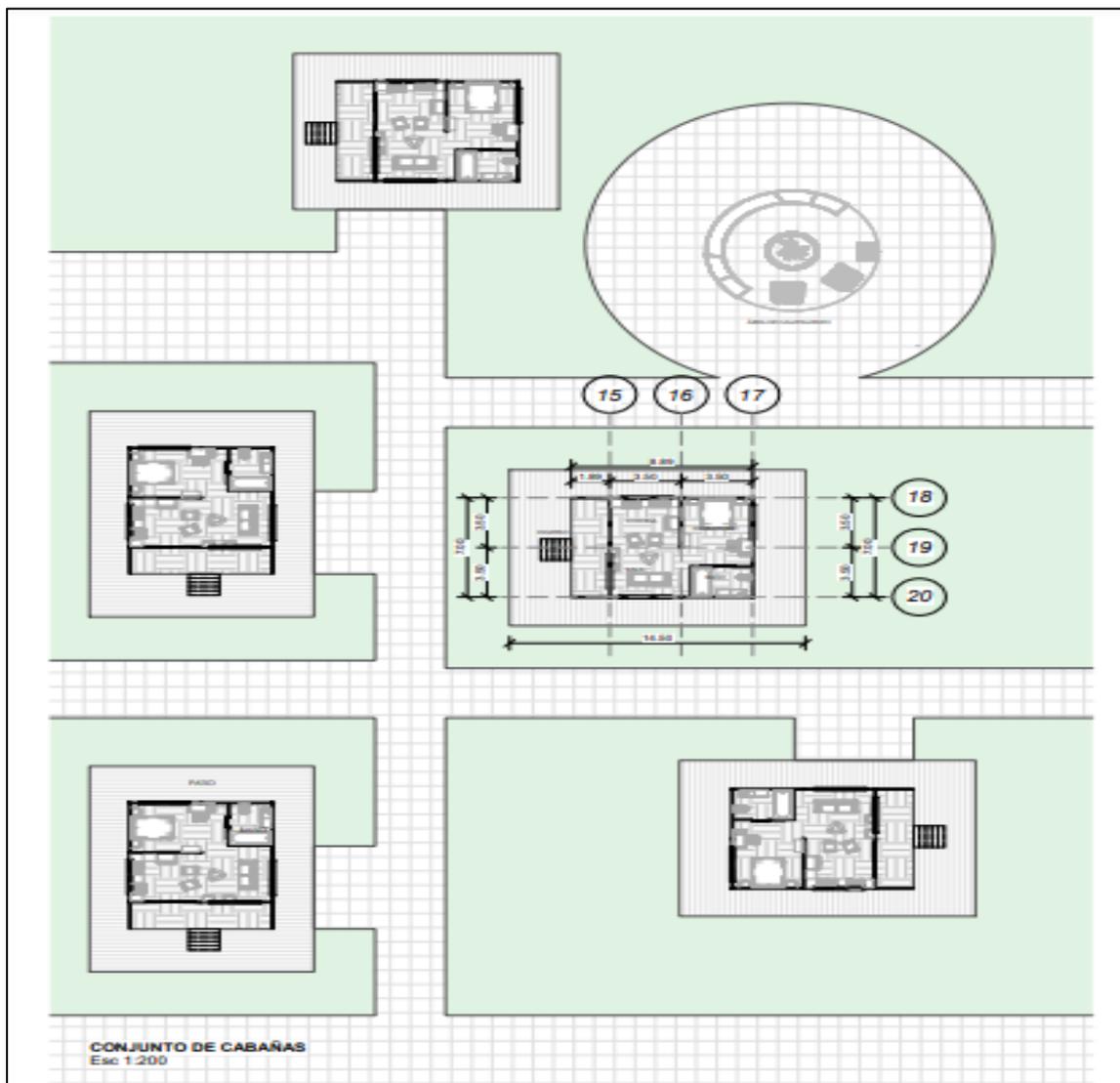


Figura 12

Diseño exterior del conjunto de cabañas



Figura 13

Diseño interior del conjunto de cabañas



5.5. Productos complementarios al alojamiento agroturístico

La propuesta establecida tiene como eje central ofertar el servicio de alojamiento agroturístico, sin embargo, para cumplir con las expectativas de los turistas y posicionar a la comunidad de Agualongo de Paredes como un destino turístico, se lo complementará con servicios adicionales como lo es el servicio de un restaurante de comida típica, recorridos por los huertos frutales y sembradíos de la comunidad en donde se podrán apreciar las diferentes técnicas agrícolas utilizadas por los moradores de la localidad, recorrido por las instalaciones y corrales de los animales de granja y su proceso de faenamiento, visita e interacción a las casa de los habitantes de la comunidad donde los turistas podrán palpar de forma directa las expresiones y tradiciones culturales del pueblo indígena.

5.5.1. Oferta gastronómica

El servicio de restaurante se encontrará ubicado conjuntamente con la recepción y llevará el nombre de **Mamy Fanny** en alusión a la propietaria la Sra. Fanny Sánchez, por el momento el restaurante cuenta con 5 mesas para 6 personas cada una, dos cocinas industriales, un horno a leña, menaje completo; adicionalmente cuenta ya con un proceso establecido de producción y de entrega a domicilio de comida tradicional, específicamente de proteínas hechas en horno de leña como lo son: cuyes, conejos, pollos, pavos, cerdo, borrego. Dentro de los productos gastronómicos a ofertarse son los siguientes:

- Desayuno, para empezar, se ofertarán tres tipos de desayuno:
 1. Continental incluye café, té o leche, jugo, fruta, huevos, pan o tostadas, mermelada o mantequilla, su costo será de \$3,50.
 2. Americano, incluye café, té o leche, jugo, fruta, pan o tostadas, mermelada o mantequilla, el costo será de \$ 3,50.
 3. Siempre longo, es un desayuno típico y más reforzado que los anteriores que incluirá preparaciones con recetas propias de la comunidad indígena y con productos cultivados en los diferentes terrenos, por ejemplo: una colada de churo o de uchujacu, sánduche de dulce de higo y queso en pan casero, huevos de gallo y gallina, fruta de temporada y jugo, el costo será de \$4. Vale aclarar que el nombre del desayuno está ligado directamente con la comunidad Agualongo de Paredes y con el vocablo quichua longo, que significa joven

fuerte y este desayuno no será estático, sino que cambiará dependiendo de la temporada y disponibilidad de los productos, de igual manera para su servicio se recreará la Pamba mesa como valor adicional.

- Almuerzo típico, constará de cuatro tiempos y su costo será de \$ 4
 1. Entrada, el menú de la entrada se lo establecerá en base a la gastronomía tradicional de la cultura indígena de la comunidad de Agualongo de Pardes, por ejemplo: choclo con queso, habas con mellocos, tostado con chicharrón, tostado con catzos, etc.
 2. Sopa, serán preparaciones en base a los granos y cultivos de la comunidad, por ejemplo: chuchuca, morocho, colada de haba, etc.
 3. Fuerte, principalmente serán preparados a base de proteínas que están presentes en la comunidad, por ejemplo: cuyes, conejos, pollos, gallina de campo, cerdo y borrego, acompañadas de guarniciones elaboradas con productos propios de la zona.
 4. Postre, será elaborado con las frutas de los huertos principalmente de manzana, durazno y granadilla que servirán como base de pasteles, tortas frías, mousses, frutas en almíbar, etc. Cada porción de postre individual tendrá un costo de \$2.
 5. Bebida, al igual que los tiempos anteriores será preparada con las frutas y hierbas aromáticas cultivadas en la comunidad las cuales son numerosas, por ejemplo: manzanilla, hierba luisa, cedrón, orégano, menta, etc. Se ofertará ya sea por vasos individuales o por jarras cuyo valor será de \$3.
- Platos a la carta, serán preparaciones que tomen un mayor tiempo para estar listas y su porción va a ser mucho más generosa en comparación al almuerzo y desayuno, estarán constituidos en base a productos y animales que se críe en la comunidad, cada plato a la carta ira acompañado de la bebida del día.
 1. Cuy entero, será uno de los platos más representativos del menú y se lo podrá dividir entre 5 o 6 personas, su preparación se realizará en horno a leña y se lo acompañará con papas con cáscara horneadas, tostado, ensalada y salsas de la casa y tendrá un costo de \$15, si el visitante desea otra guarnición adicional como: mote, yuca, mellocos, habas, u otras, tendrán un costo adicional de \$2
 2. Pollo al horno entero, para la oferta de este plato se utilizarán pollos camperos ya que tiene un mayor tamaño y no contienen tanta grasa, similar a las muy conocidas gallinas de Pinllo de la provincia de Tungurahua, este plato será

ideal para compartir entre 8 personas con una porción muy generosa del mismo, de igual forma, se lo acompañará con papas con cáscara horneadas, tostado, ensalada y salsas de la casa y tendrá un costo de \$15, si el visitante desea otra guarnición adicional como: mote, yuca, mellocos, habas, u otras, tendrán un costo adicional de \$2

3. Costillas de cerdo ahumadas al horno, será una porción generosa, acompañada de papas a la francesa, pero de forma artesanal salteadas con paprika, ensalada, aunque es un plato individual por ser una porción generosa tranquilamente alcanzaría para dos personas y tendrá un costo de \$8, si el visitante desea otra guarnición adicional como: mote, yuca, mellocos, habas, u otras, tendrán un costo adicional de \$2
4. Yahuarlocro, es una sopa tradicional no solo de la comunidad de Agualongo de Paredes, sino de toda la Región Andina, en base a las vísceras de borrego, irá acompañada de sangre y un Aguacate, su costo será de \$4.
5. Fritada, irá acompañada con mote, tortillas de papa, tostado, maduro y encurtido su costo será de \$4.
6. Caldo de gallina de campo, su costo será de \$4
7. Choclos con Queso, su costo será de \$3.
8. Habas con mellocos y queso, su costo será de \$3.

Nota: La cocción de los alimentos se la realizará principalmente en un horno de leña, sin embargo, con el objetivo de dar rescate y valorización a las expresiones culturales del pueblo indígena se pondrá a disposición la técnica de la Pacha Manca, que es cocinar los alimentos con piedras calientes en un hoyo en la tierra, este servicio se al inicio hasta que gane popularidad se lo hará bajo reserva nada más.

Figura 14

Cara frontal de la carta de menú del Restaurant

Restaurante Miami Family

SEMBRANDO VIDA
Para tener un mañana

DESAYUNOS

Continental (café, té o leche, jugo, huevos, fruta, pan o tostadas, mermelada o mantequilla)	\$3.50
Americano (café, té o leche, jugo, fruta, pan o tostadas, mermelada o mantequilla)	\$3.50
Siempre largo (preparaciones propias de la comunidad)	\$4.00

ALMUERZO TIPICO

Almuerzo típico (entreda, sopa, fuerte , postre y bebida)	\$ 4.00
--	---------

PLATOS A LA CARTA

Cuy al horno	\$15.00
Pollo al horno	\$15.00
Costillas de cerdo ahumadas	\$8.00
Yahuarloco	\$4.00
Fritada	\$4.00
Caldo de gallina de campo	\$4.00
Choclos con queso	\$3.00
Habas con melloco y queso	\$3.00

Figura 15

Cara posterior de la carta menú del Restaurant

Restaurante Mami Family

SEMBRANDO VIDA
Para tener un mañana

POSTRES

Mousses de granadilla	\$2.00
Torta de zanahoria	\$2.00
Manzanas en almíbar	\$2.00
Duraznos en almíbar	\$2.00
Helados de palla	\$2.00
Dulce de higos con queso	\$2.00

BEBIDAS

Jugo de manzana	\$1.50
Jugo de durazno	\$1.50
Jugo de granadilla	\$1.50
Jugo de fruta de temporada	\$1.50
Té de horchata	\$1.50
Té de cedrón	\$1.50
Té de hierba luisa	\$1.50
Limonada	\$1.50
Agua	\$1.50
Gaseosa	\$1.50

GUARNICIONES

Tostado con chicharrón	\$2.00
Papas al horno	\$2.00
Yuca frita	\$2.00
Mote con fréjol	\$2.00
Tostado con Carlos	\$2.00
Porción de arroz	\$2.00

5.5.2. Visita y recorrido por la comunidad

La esencia de la práctica agroturística se basa en el desarrollo de actividades agrícolas ya sea en una comunidad o en una propiedad privada, donde el visitante podrá palpar de forma directa el trabajo que se realiza en el sector rural, interactuando directamente con quienes hacen de esta actividad, su diario vivir y conocer las diferentes técnicas agrícolas utilizadas y el saber ancestral propio del pueblo indígena.

El recorrido comenzará posterior al desayuno y el punto de encuentro será la recepción, la persona encargada de realizar la guianza será una persona que domine tanto el Castellano como el Quichua y sí el grupo requiere en Inglés, habrá un segundo guía, en primer lugar se visitará el corral de cuyes y conejos donde los visitantes deberán alimentarlos y escucharán la explicación del proceso de crianza y faenamiento, en segundo lugar se dirigirán al corral de las gallinas donde se dividirán en dos actividades: alimentar a las aves y recoger los huevos, para continuar, a cada visitante se le entregará una cesta pequeña hecha de totora, para dirigirse a los huertos frutales en donde aprenderán sobre la siembra, poda y cosecha de las frutas y como valor agregado podrán tomar una cantidad determinada de fruta en las cestas que se les entregó; con eso se termina la jornada de la mañana y así regresar a disfrutar del servicio de restaurante.

Posterior a la comida los visitantes podrán disfrutar de una presentación artística con el grupo de danza tradicional de la comunidad y un pequeño compartir en donde podrán llevarse recuerdos de la comunidad como postales o comprar los productos agrícolas existentes, esto en el caso de que sea una visita de un día, si su estancia se prologara se tiene actividades adicionales como ir en un remolque halado por un tractor a visitar otros sembradíos y también visitar casas de la comunidad en donde se mantiene la tradición de los telares y elaboración de tapices y prendas de vestir propias del pueblo indígena.

Vale acotar que, si el visitante se encuentra hospedado el recorrido ya está incluido en el costo de alojamiento, pero si es una visita de un día el valor a pagar será de \$5 por persona siempre y cuando sea la visita a los huertos, ya que si desean visitar las diferentes casas de la comunidad tendrá un valor de \$10 por persona.

5.6. Estrategias de comercialización

La propuesta planteada se basa netamente en el diseño de un alojamiento agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, por tal motivo para su ejecución y puesta en marcha dependerá de las personas de la comunidad, sin embargo, se ha determinado ciertos elementos de comercialización turística encaminados a posicionar dicho emprendimiento en un referente turístico a nivel regional y el posicionamiento de la marca tanto a nivel nacional como internacional. Una vez realizado el diseño de las cabañas de hospedaje agroturístico y determinado los servicios complementarios se procede a delinear las estrategias para su respectiva comercialización a través de diferentes medios y analizando las encuestas aplicadas en donde determinaron que los medios telemático y redes sociales en la actualidad son el mejor medio para conocer sobre algún producto, al día de hoy las personas poco a poco han perdido el miedo y la desconfianza a adquirir productos o servicios por internet. Por tal motivo como estrategias comerciales se ha decidido en primer lugar elaborar una página web cuyo objetivo primordial sea colgar información del hospedaje agroturístico “Sembrando Vida” así como también, establecer mecanismos de reserva y pago de los servicios a ofertarse y algo muy importante anclarle con un block de comentarios para que las personas puedan interactuar directamente con la empresa.

5.6.1. Maquetación de la página web de Sembrando Vida

Figura 16

Maquetación de la página web Inicio



Figura 17

Maquetación de la página web servicio de hospedaje



Figura 18

Maquetación de la página web "Quiénes somos"

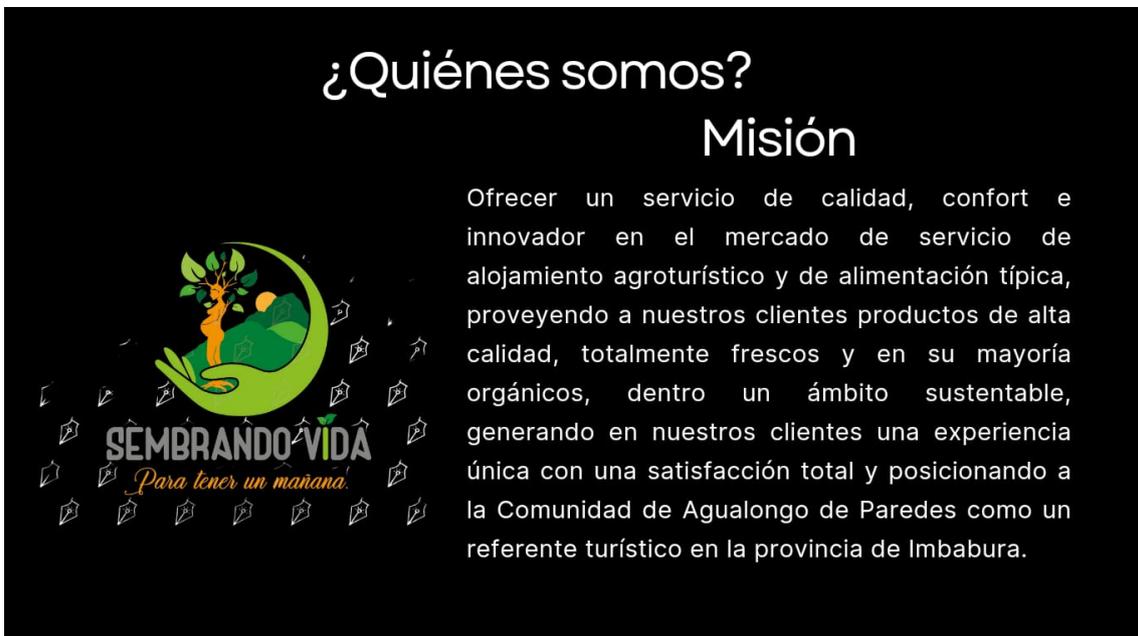


Figura 19
Maquetación de la página web Visión empresarial



Figura 20
Maquetación de la página web ubicación geográfica

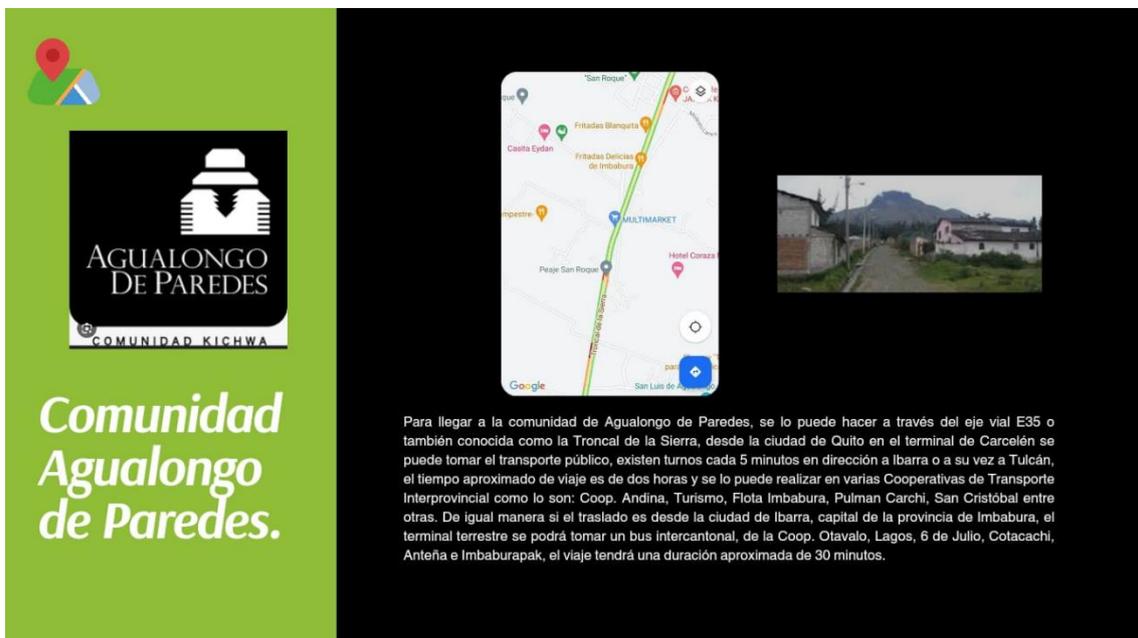


Figura 21
Maquetación de la página web Cabañas



Figura 22
Maquetación de la página web, galería de fotos



Figura 23
Maquetación de la página web Servicios



Figura 24
Maquetación de la página web Contacto

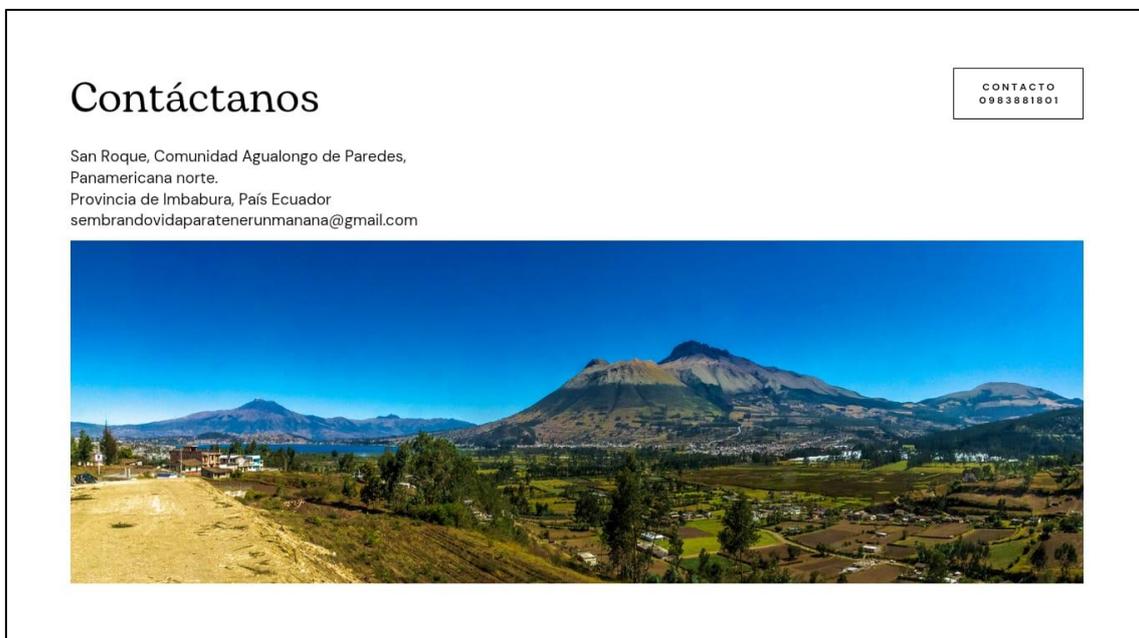


Figura 25
Maquetación de la página web *Esríbenos*

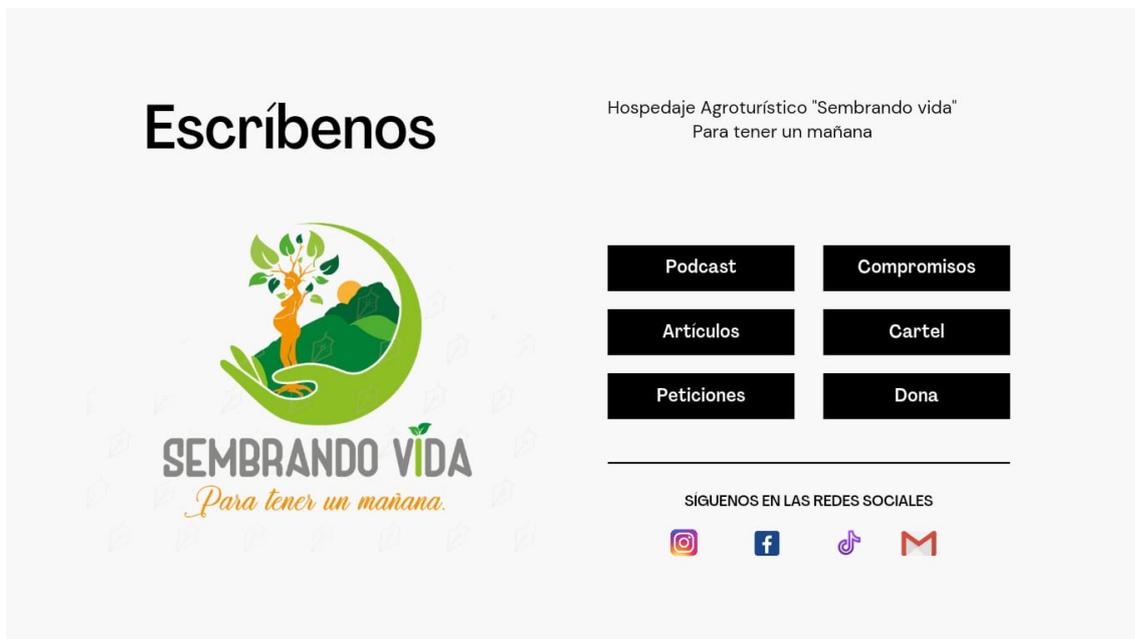
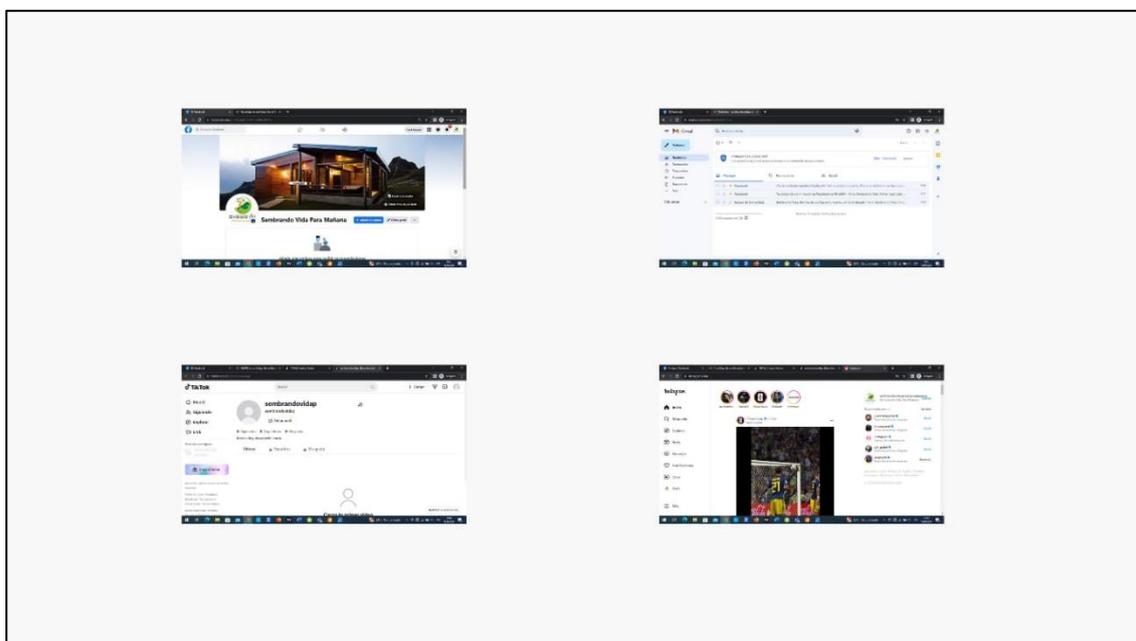


Figura 26
Maquetación de la página web *Redes sociales*



5.6.2. Redes Sociales

Como se lo mencionó anteriormente, las redes sociales sean convertido en algo muy natural en el convivir diario y una de las estrategias de negocio más efectivas debido a su gran alcance a nivel mundial logrando que los negocios crezcan exponencialmente, por tal motivo como segunda estrategia comercial se procederá a crear cuentas en: Facebook, Instagram, Tiktok, con la intención de abarcar el mayor número de potenciales clientes, no solo a nivel local, sino también a nivel mundial y que la imagen de la empresa se posicione fuertemente en el ámbito turístico por la calidad ofertada.

De las tres redes sociales seleccionadas, se le dará mayor énfasis a Tiktok, ya que en la actualidad genera un número muy considerable de seguidores y de igual forma ofrece la oportunidad de generar ingresos extras en base a las visualizaciones y seguidores de la cuenta, de igual manera, se ha podido determinar que los negocios que invierten publicidad en Tiktok, han aumentado notablemente sus ventas.

Figura 27

Redes sociales Instagram

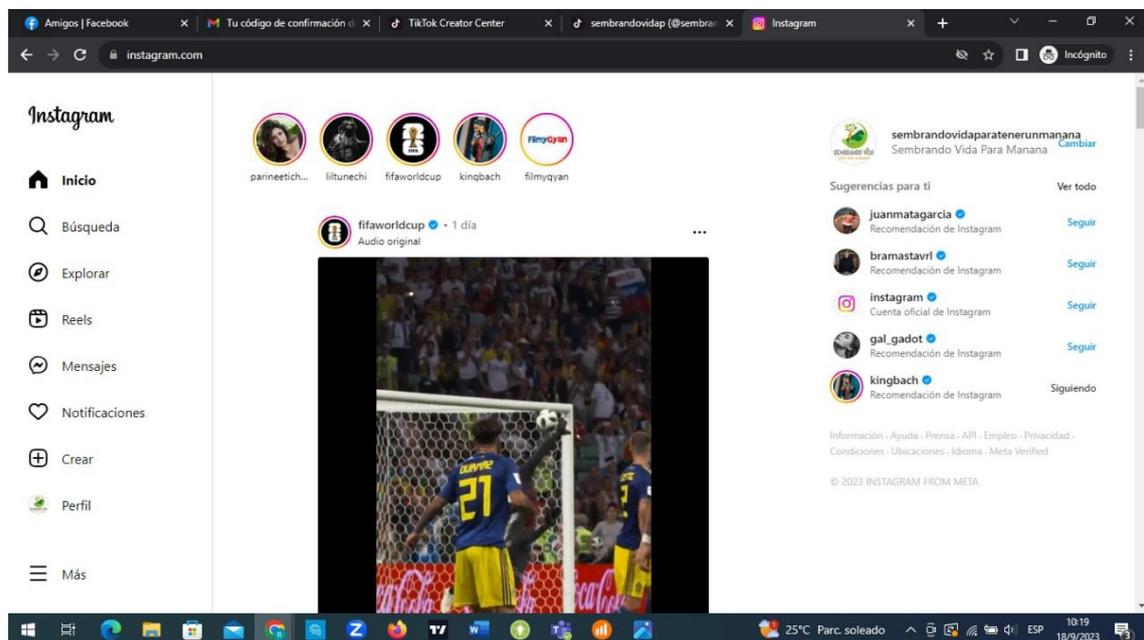


Figura 28
Redes sociales Tiktok

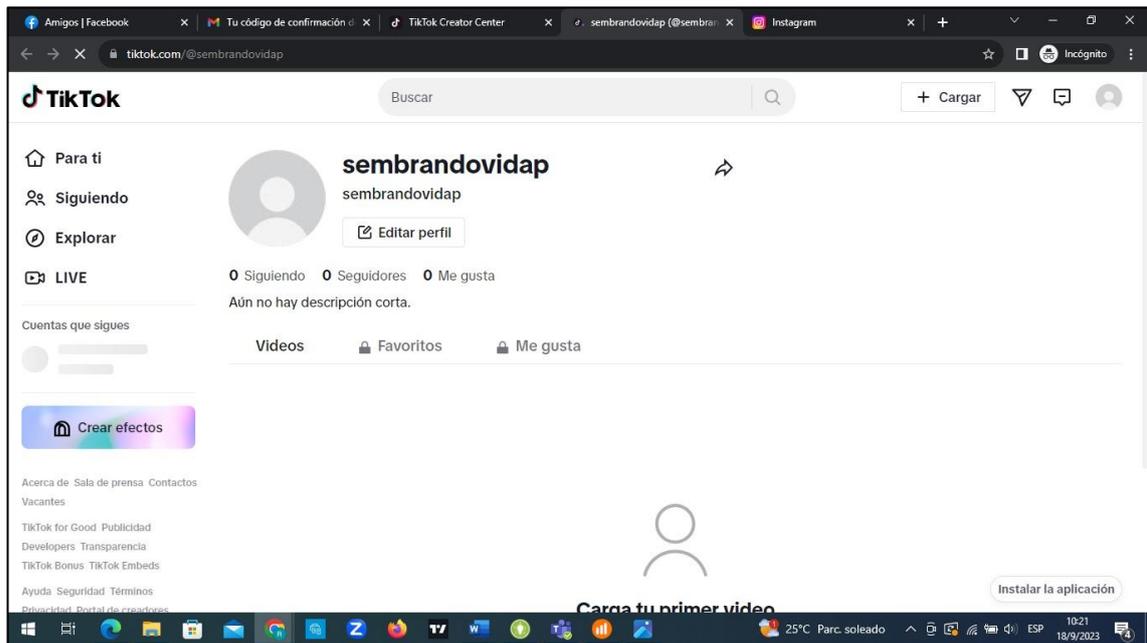
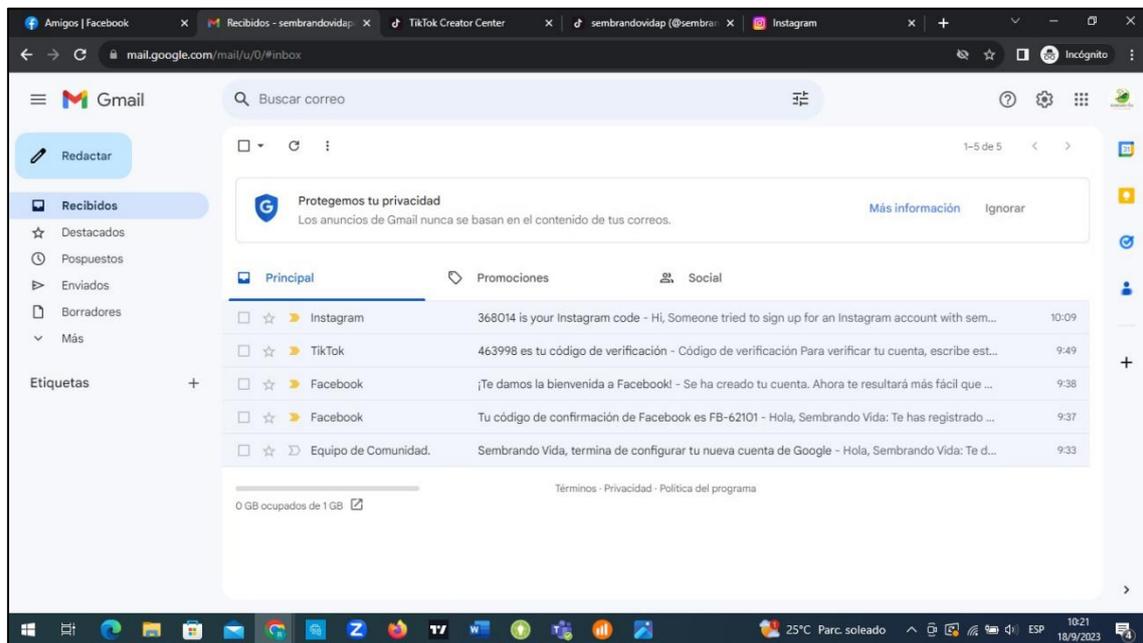


Figura 29
Correo electrónico Gmail



5.6.3. Postales

Las personas después de visitar un sitio siempre tienen la necesidad o impulso de llevarse un recuerdo ya que probablemente no puedan volver a dicho lugar, por tal motivo la tercera estrategia comercial para los turistas que opten por visitar el alojamiento agroturístico “Sembrando Vida” se tendrá a disposición de ellos postales turísticas referentes a la comunidad de Agualongo de Paredes y sus atractivos conjuntamente con la imagen de “Sembrando Vida” para que se puedan llevar un valioso recuerdo no solo en la mente sino plasmado en una pequeña fotografía.

Figura 30

Postal 1



Figura 31

Postal 2



Figura 32

Postal 3



Si bien existen más opciones de comercialización turística, para comenzar se recomienda las tres anteriormente expuestas, ya una vez que la marca se consolide y posicione dentro del mercado meta, se podrán ir incluyendo nuevas opciones con el objetivo de ampliar el segmento de mercado, tal como la participación en ferias y eventos, intermediación con mayoristas y minoristas, la creación de un equipo de ventas que trabaje bajo comisión, etc.

5.7. Estructura empresarial

Para el adecuado funcionamiento de una empresa por más pequeña que esta sea, es de vital importancia establecer procesos de funcionamiento determinando responsabilidades y funciones para cada uno de los colaboradores, así como también la correcta socialización de la mística empresarial, es decir, que persigue y como lo piensa lograr, por consiguiente, se detalla aspectos a considerarse importantes en la estructura y desenvolvimiento de una empresa:

5.7.1. Misión:

Ofrecer un servicio de calidad, confort e innovador en el mercado de servicio de alojamiento agroturístico y de alimentación típica, proveyendo a nuestros clientes productos de alta calidad, totalmente frescos y en su mayoría orgánicos, dentro un ámbito sustentable, generando en nuestros clientes una experiencia única con una satisfacción total y posicionando a la Comunidad de Agualongo de Paredes como un referente turístico en la provincia de Imbabura.

5.7.2. Visión:

Para el 2028 lograr los estándares de calidad requeridos en la prestación de servicios y productos, para nuestros huéspedes y comensales, a través de un proceso de mejora continua, convirtiéndonos en un referente en turismo alternativo y siendo una opción para visitantes tanto nacionales como extranjeros y que nuestra marca turística sea reconocida como una de las mejores en la región.

5.7.3. Valores:

Los valores, son la identificación institucional que permitirán lograr el impulso para ser referentes en el mercado hotelero son los siguientes:

Puntualidad

Uno de los valores de mayor trascendencia, ya que será nuestra carta de presentación y hablará de nuestro compromiso con nuestros clientes al respetar su tiempo.

- **Honestidad**

Es un valor empresarial de gran importancia, ya que se consolida como la base de la confianza y la relación entre las personas dentro y fuera de la empresa.

- **Respeto**

Se basa en alto grado de tolerancia hacia las demás personas, se debe tener total conciencia de que todas las personas son entes completamente diferentes, con aspectos positivos y negativos los cuales hay que saber conllevar para beneficio común de la empresa.

- **Lealtad**

capacidad de compromiso que se muestra hacia los diferentes principios y compromisos adquiridos con la empresa y compañeros de trabajo.

- **Trabajo en equipo**

Todo ser humano es importante, pero nadie es indispensable y nunca el beneficio individual debe estar sobre el colectivo he ahí la importancia de generar un ambiente de trabajo idóneo para el bien de la empresa.

5.7.4. Uniforme e imagen del personal

La imagen corporativa es de vital importancia, ya que inspira seguridad a los clientes y sobre todo les da la oportunidad de saber a quién dirigirse en caso de tener alguna duda o requerimiento, por tal motivo en la vestimenta de los colaboradores se identificará la marca de la empresa.

Figura 33

Uniforme del personal “Camiseta negra”



Figura 34

Uniforme del personal “gorra”



Figura 35

Uniforme del personal “Camiseta blanca”



Figura 36

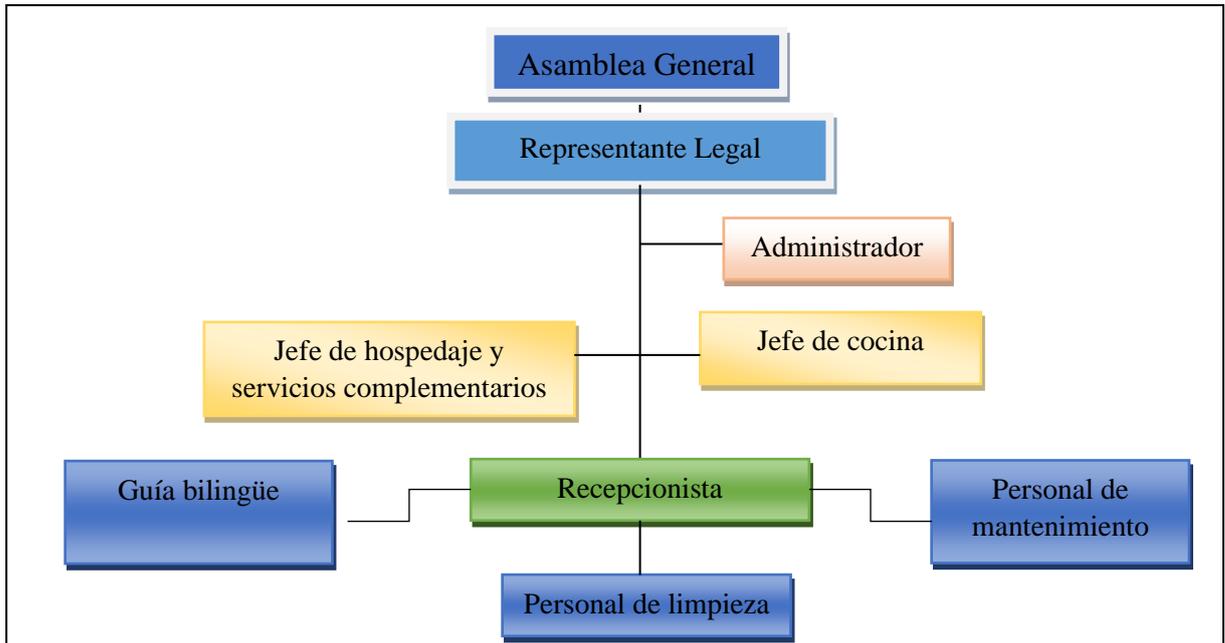
Uniforme del personal “Delantal”



5.7.5. Organigrama del hospedaje agroturístico “Sembrando Vida”

Ilustración 1

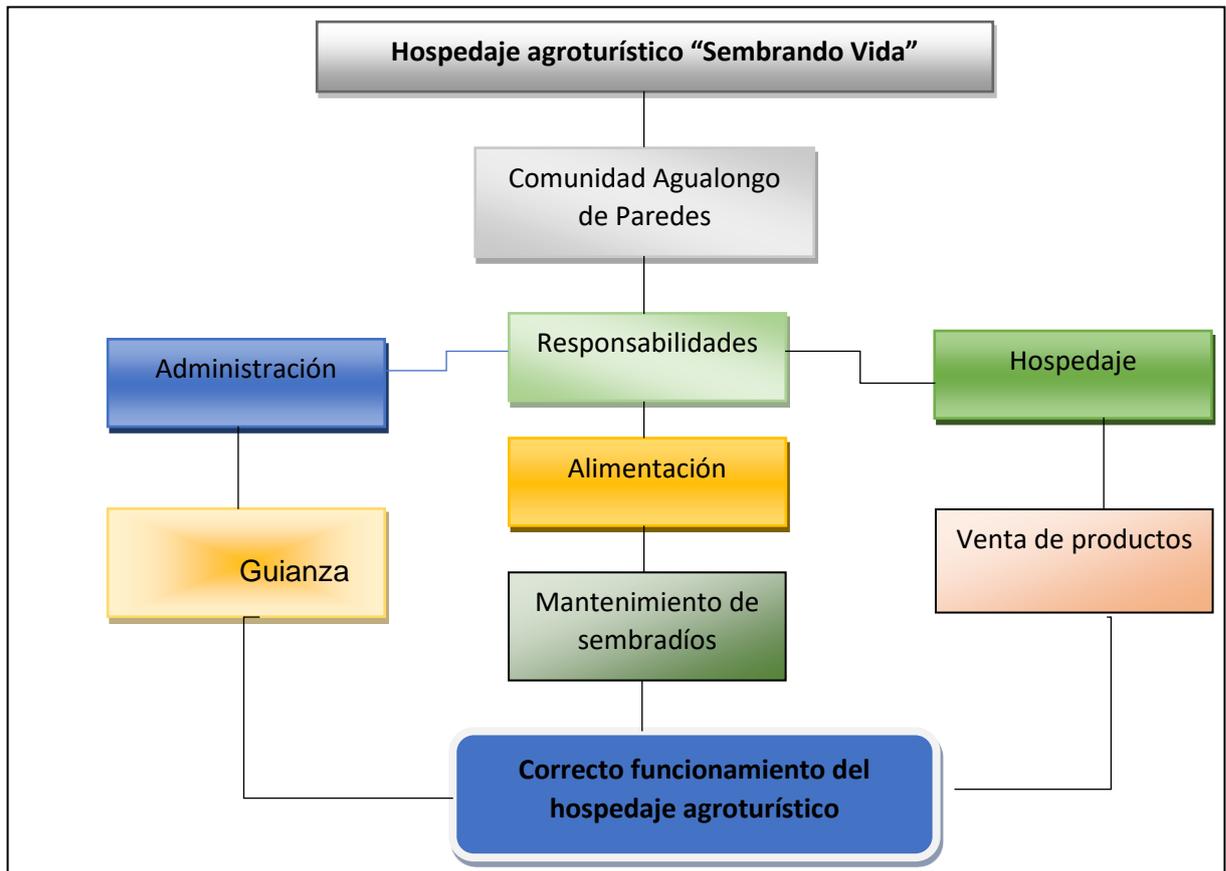
Asamblea General



5.7.6. Organigrama de operación del hospedaje agroturístico “Sembrando Vida”

Ilustración 2

Organigrama de operación



5.8.1. Impacto económico

La propuesta planteada se encuentra direccionada a la implementación de nuevas alternativas de generación económica, procurando la ampliación de nuevas plazas de empleo, ya sea, de forma directa o indirecta con el ámbito turístico, valorando los saberes tradicionales de la comunidad con el objetivo de otorgarles una mejor calidad de vida, al proponer la implementación de un hospedaje agroturístico que promocioe los recursos turísticos tanto tangibles e intangibles que posee la comunidad, se pretende abrir nuevas oportunidades en donde la demanda turística llegue al sector y beneficie económicamente a sus pobladores.

5.8.2. Impacto Social

El ámbito turístico es un sector netamente de carácter social, debido a que neurálgicamente depende la interacción directa entre las personas, por tal motivo al tener dicho comportamiento y como consecuencia de la propuesta planteada los pobladores de la comunidad de Agualongo de Paredes, podrán interactuar con turistas, personas que viene de otras ciudades, regiones e incluso otros países, quienes son poseedores de expresiones culturales diferentes, las cuales pueden enriquecer en gran medida los saberes tradicionales que tiene la comunidad, a través de una sinergia cultural. Sin embargo, hay que tener la precaución, que no pase de ser un complemento a una aculturación, en donde se pierda toda la riqueza cultural que posee la comunidad de Agualongo de Paredes.

5.8.3. Impacto Ambiental

El hospedaje Agroturístico “**Sembrando Vida**” es una propuesta basada en el aprovechamiento de los recursos agrícolas y culturales del pueblo indígena de manera sustentable, en donde los beneficiarios directos e indirectos, puedan generar ingresos económicos sin afectar o acabar con los recursos naturales que posee la comunidad, de igual manera sea una opción económica a largo plazo en donde las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos beneficios. que los pobladores en la actualidad. Sin embargo, para que se pueda cumplir con lo mencionado deberá existir un compromiso por parte de los pobladores, así como de los visitantes por mantener los recursos existentes en la comunidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De la presente investigación se considera que los resultados obtenidos son el producto de un trabajo minucioso y real, con el cual se logró obtener datos claros con relación a los objetivos planteados y de esta manera determinar algunas conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

1. La comunidad de Agualongo de Paredes que se encuentra ubicada en la parroquia de San Roque, perteneciente al Cantón Antonio Ante, en su mayoría se encuentra habitada por personas de la etnia indígena, en donde su principal práctica económica es la agricultura y la ganadería, pero de forma tradicional, es decir, que se explota los recursos agrícolas sin ninguna prevención o sin ninguna intención de preservarlos para generaciones futuras, sin embargo, es poseedora de extraordinarios recursos naturales y culturales, así como, una ubicación privilegiada, ya que, se encuentra en una posición estratégica, cercana a atractivos turísticos de gran relevancia en la provincia de Imbabura, como los son: la cascada de Peguche, la Plaza de Ponchos de Otavalo, la laguna de Cuicocha, entre otros, por lo cual fácilmente le permitiría convertirse en una opción turística de gran interés, además de contar con todas las facilidades en cuanto a servicios básicos se refiere y un fácil acceso, no obstante, a pesar de todas las bondades expuestas en la comunidad de Agualongo de Paredes no existe un adecuado aprovechamiento turístico integral, nada más ciertos negocios de comida que trabajan de forma individual, esto se debe prioritariamente a la falta de conocimiento y al individualismo existente en las personas de la comunidad.
2. En base al estudio de mercado realizado se pudo determinar que con el pasar del tiempo y la evolución de la prestación de servicios, las expectativas y gustos de los clientes tienen cierta similitud, pero a la vez difieren en otros aspectos, por tal motivo el hospedaje agroturístico “Sembrando Vida” deberá cubrir esos requerimientos, teniendo cabañas para personas que viajen solas así como en familias que su mayoría tienen una formación profesional de tercer nivel por lo cual los servicios deberán ser bien direccionados cuidando cada uno de los detalles, dichas cabañas deberán estar diseñadas de forma rústica y deberán complementarse con servicios preferentemente al aire libre como caminatas, la

actividad agrícola que es el tema central de la propuesta, una alimentación típica y la interacción con las personas de la comunidad, la oferta planteada no deberá sobrepasar los \$40, ya que, si bien a las personas les gusta viajar, pero por la situación económica que vive el país y las secuelas que dejó el Covid-19, la posibilidad de gasto es baja, por lo cual buscan opciones que satisfagan sus expectativas pero que el precio no sea muy alto.

3. Según los cálculos realizados el proyecto es técnicamente factible y viable, a pesar de iniciar con una inversión de \$130.000,00 el valor TIR es de 11% lo cual es un indicador positivo de rentabilidad para su ejecución llegando a recuperar la inversión realizada en un lapso de 6 años con un 5% de crecimiento anual.

Recomendaciones

1. Aplicar un programa de capacitación en la prestación de servicios turísticos enmarcados en el ámbito sustentable, con la finalidad de que los pobladores de la comunidad de Agualongo de Paredes, abandonen las prácticas económicas tradicionales, que no les han permitido mejorar su nivel de vida y así se involucren en la aplicación de nuevas opciones de sustento económico sin dejar de lado la preservación de los recursos para las generaciones futuras y de igual forma dar un valor y respeto a las tradiciones y expresiones culturales del pueblo indígena con el objetivo de que se sigan preservando y sean un motivo de orgullo.
2. Con la finalidad de mejorar la prestación de servicios turísticos, la Comunidad de Agualongo de Paredes deberá gestionar proyectos, los cuales estén encaminados a mejorar la infraestructura turística a través de alianzas estratégicas con organismos no gubernamentales, organismos locales, regionales, universidades, Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, para de esta manera satisfacer las necesidades del visitante que llega a la comunidad.
3. Establecer procesos de innovación y atención al cliente con la finalidad de tener una mejora continua y así estar al nivel de las expectativas y necesidades del mercado turístico, debido que al tratarse de una actividad netamente social va

evolucionando constantemente y las empresas que se estanquen no podrán ser competitivas

4. Estructurar elementos comunicacionales para realizar la promoción y difusión de los diferentes atractivos turísticos que posee Agualongo de Paredes, con la finalidad de posicionar a la comunidad en un sitio de gran interés para ser visitada y desarrollarse como un destino turístico a nivel nacional y porque no a nivel internacional.
5. Analizar continuamente los datos financieros (ingresos, egresos) con el fin de valorar adecuadamente si las proyecciones son las correctas, caso contrario realizar un nuevo análisis para verificar el progreso del proyecto ejecutado.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. Trillas: ISBN.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. Ecuador.
- Baez, D. (2017). *La oferta de servicios turísticos y hospedaje y su incidencia en el desarrollo del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura*. Ibarra: UTN.
- Banco Mundial. (03 de Julio de 2014). *Agricultura y Alimentos*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org>
- Blanco, M., & Riveros, H. (2008). Las rutas alimentarias, herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba, Costa Rica. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 85-97.
- Chacón, L. F. (2019). *Fonda ecológica del Quindío. Proyecto ecoturístico que integra o ecoturístico que integra la bioconstrucción, el paisaje y el agroturismo a través del enfoque permacultural*. Quito: Ciencia La Salle. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1963&context=arquitectura>
- Chavez, J. (11 de Mayo de 2022). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html>
- Clavijo, D. (2012). *El sector turístico en el Ecuador: Evaluación macroeconómica y perspectivas de crecimiento*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (21 de Abril de 2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/pandemia-covid-19-lleva-la-mayor-contraccion-la-actividad-economica-la-historia-la>
- Cuidemos el Planeta. (21 de Diciembre de 2017). ¿Qué es el desarrollo sostenible?

- Cusqui, M. (2020). *Oferta interpretativa agroturística para revalorizar el patrimonio agropecuario de las chacras familiares en la comuna Fakcha Llakta, cantón Otavalo, Provincia Imbabura*. Ibarra: UTN.
- del Cid, A. (2011). *Investigación - Fundamentos y metodología*. México D.F: Pearson.
- Doumet Chilán, N., & Rivera, M. (2018). Tourism as an instrument for the conservation and sustainable development of wetlands in Ecuador: legal and theoretical foundations for planning and management. *Revista Polo del Conocimiento*, 53-84.
- Flores, B. (2020). *Análisis de calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua en el año 2018*. Quito: UCE.
- Fresneda, E. (2018). Agroecología, instrumento para la gestión del turismo rural en Quintana Roo. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo regional*, 00-00. doi:10.24836/es.v28i51.509
- Galarza, M., & Galarza, F. (2018). Sustainable Agro-tourism development in agricultural rural communities. *Ciencia y Tecnología*, 27-32. doi:<https://doi.org>
- García Pérez, S. (2017). Las empresas agropecuarias y la administración financiera. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 583-594.
- García, D., & Balanta, V. (2021). Estrategias didácticas en la formulación de planes de ecomarketing para el ecoturismo sustentable. Florencia Caquetá (Colombia). *Mundo Fesc*, XI, 59-81. Obtenido de <https://www.fesc.edu.co>
- García, N. (2020). Validation of the sustainable management model for tourist development in university linkage- manabitas communities Ecuador. *Investigación&Negocios*, 37-51. doi:<https://doi.org/10.38147/inv&neg.v13i21.82>
- Gomez Contreras, J. (2015). Del desarrollo sostenible a la sustentabilidad. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*., 115-136.
- Guerrero, V. (07 de Febrero de 2019). *Lean Solutions*. Recuperado el 2021, de <http://leansolutions.co/que-es-six-sigma/>
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Jarrín Maldonado, P. C. (2015). *Implementación del agroturismo en la Hacienda La Colonia 24 de Mayo, cantón Buena Fé, Provincia de Los Ríos*. Guayaquil: ESPOL.
- Lluga, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* (Primera ed.). Quito: ISBN. Obtenido de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Tomo-14-completo.pdf>
- Machado, Y. (2018). *Estudio de factibilidad del proyecto de remodelación del taller de automática en ZETI Sucursal Villa Clara*. Santa Clara: UCLV.
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Demanda Turística*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Marketing aplicado en el sector empresarial*. (2018). Machala: UTMACH.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Molina, D., & Valenzuela, S. (2019). *Propuesta de mejora de la oferta turística basada en el agroturismo vivencial para la Hacienda Hostería José María de la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia Pichincha*. Quito: UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR.
- Morales, L., Cabral, A., & Aguilar, A. (2015). Agritourism and competitiveness, as differentiating offer: the case of the agricultural road San Quintin, Baja California. *REVISTA MEXICANA DE AGRONEGOCIOS*, 185-196. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/141/14143037004.pdf>
- Peralta, J. M., & Li, S. (Septiembre de 2017). *Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales*. Argentina: EEAF Esquel, INTA. Obtenido de <https://repositorio.inta.gob.ar>
- Quesada, A. (2017). Métodos teóricos de investigación: Análisis-Síntesis, Inducción-Dedución, Abstracto-Concreto e Histórico-Lógico. *Revista de Escuela de Administración de negocios*, 175-195.
- Rodriguez Jimenez, G. (2022). Responsible tourism: a proposal for managing regional tourist destinations in the post-covid-19 stage. *Revista Universidad y Sociedad*, 128-136.

- Rodriguez, A. (2019). The Agrotourism, a vision from sustainable development. *Revista Centro Agrícola, ILVI(46)*, 62-65. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/scielo.php>
- Romero, E. (Diciembre de 2018). El turismo rural como alternativa para el desarrollo sostenible en el Recinto La Envidia. Puyo, Pastaza, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/393/1/T.M.TUR.B.UEA.585>
- Rosero Lozada, D. (2022). *Implementación de una caa de huéspedes para turismo vivencial y agroturismo en la parroquia Mariano Costa, cantón Pimampiro, provincia de Imbabura*. Ibarra: UTN.
- Sanchez Galan, J., & Lopez, J. F. (25 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Sancho, A. (2013). *Introducción al Turismo*. OMT. Obtenido de <http://www.utntyh.com>
- Schenkel, E. (2019). Tourism and its policy. A theoretical analysis from the political science perspective. *Reflexiones*, 129-140.
- Simbaña, D., & Tituaña, M. (2021). *Estudio de factibilidad para la implementación de una haciendoturística en Apuela, Cotacachi, Imbabura, Ecuador*. Ibarra: UTN.
- Socatalli, M. (Noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. InterMark.
- Solarte, L. (2010). *GyEPRO*. Obtenido de <http://gyepro.univalle.edu.co/documentos/gestion/factibilidad.pdf>
- Vargas, H. (2020). Fuentes Vega, A. (2017). Bienvenido Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España. Madrid. *Investigaciones Geográficas*, 335. doi:<https://doi.org/10.14350/rig.60198>
- Villacís, M. G. (2020). *Agroturismo y desarrollo sostenible en la parroquia Calpi, cantón Riobamba. Riobamba, Chimborazo, Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec>
- Villagran, P., & Molina, E. (2020). *Evolución de los servicios turísticos en el territorio ecuatoriano, mediante la aplicación de cartografía temática*. Quito: UCE.

Anexos.

Anexo A. Ficha de Diagnóstico de Destinos Turísticos

 											
FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO											
1. DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERA	4. PRECIPITACIÓN	5. ALTURA [-----]	6. LATITUD	7. LONGITUD	8. DESTINOS CERCANOS				
3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO											
10. DATOS RELEVANTES											
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	HOMBRES	INDÍGENAS	POBLACIÓN ECONOMIZADA	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIA	POBLACIÓN PREDOMINANTE			
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS [X]											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTO RILLADO	RECOPILACIÓN DE RESIDUOS	MANEJO DE RESIDUOS	TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES	TELÉFONO FIJO	TELÉFONO PÚBLICO	TELÉFONO MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTO GENERAL Y SEGURIDAD [I]											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DE DEPORTES	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS COM	POLICIA
DOMINIOS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O	OBSERVACIONES			
NO											
13. ASENTAMIENTOS INDIANOS											
14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS											
14.1 TERRESTRE											
DESDE		VIA, TIPO Y ESTADO			TIEMPO		NIVEL DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO		
14.2 AÉREO											
DESDE		CIA, FRECUENCIA			TIEMPO		NIVEL DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO		
									W		
									RT		

Anexo B. Entrevista a dirigentes comunitarios

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSGRADO

Entrevista dirigida a los dirigentes de la comunidad de Agualongo de Paredes, previo a la obtención del título en la “**Maestría en gestión de Empresas Turísticas**”

Entrevistado:

Entrevistador:

Objetivo: Conocer la situación actual de la comunidad de Agualongo de Paredes en relación a la actividad turística y específicamente sobre el agroturismo

CUESTIONARIO:

- 1.- ¿Cómo describiría usted la actividad turística en Agualongo de Paredes?
- 2.- ¿En la comunidad qué acciones se han realizado para desarrollar el turismo en el sector?
- 3.- ¿Conoce cuáles son las ventajas y beneficios del agroturismo?
- 4.- ¿Cree usted que la implementación de hospedaje agroturístico podría ayudar al desarrollar el turismo y la economía de la comunidad?
- 5.- ¿Existen proyectos similares que se han implementado o están por implementarse en el sector?
- 6.- ¿Considera que la comunidad apoyaría esta iniciativa para fomentar el turismo en el sector?

Anexo C. Encuesta a los habitantes del cantón Antonio Ante

Universidad Técnica del Norte

Facultad de Posgrado

Maestría en Gestión de Empresas Turísticas

Encuesta dirigida a los visitantes del cantón Antonio Ante

Tema: Implementación de hospedaje agroturístico en la comunidad de Agualongo de Paredes, para el fortalecimiento turístico sustentable en la parroquia San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura

Instrucciones: Lea detenidamente las interrogantes y marque con una x en su respuesta

VARIABLES SOCIO DEMOGRÁFICAS

1.-Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) LGBTIQ

2.-Edad

- a) 18-25
- b) 26-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) Mas de 55

3.-Lugar de residencia

- a) Ibarra
- b) Quito
- c) Guayaquil
- d) Cuenca
- e) Tulcán
- f) Otros especifique

4.-Nivel de Instrucción

- a) Ninguna
- b) Primaria
- c) Secundaria- Bachiller
- d) Superior
- e) Posgrado
- f) Otro

5.- Estado civil

- a) Soltero

- b) Casado
- c) Divorciado
- d) Viudo
- e) Unión libre

6.- Profesión u ocupación

- a) Estudiante
- b) Ama de casa
- c) Empleado público
- d) Empleado privado
- e) Emprendedor
- f) Jubilado
- g) Otros especifique

7.- Nivel de ingresos personales

- a) Menos de 400 \$
- b) De 401\$ a 600\$
- c) De 601\$ a 800\$
- d) De 801\$ a 1000\$
- e) De 1001\$ a 1200\$
- f) Más de 1200\$

VARIABLES PERFIL DEL CONSUMIDOR

8.- ¿Habitualmente con quién realiza sus viajes turísticos?

- a) Solo
- b) En pareja
- c) Familia
- d) Amigos

9.- ¿En el caso de viajar acompañado, habitualmente cuántas personas lo acompañan?

- a) 1 a 2
- b) 3 a 5
- c) 6 a 8
- d) Más de 9 personas

10.- ¿Cuándo realiza actividad turística, en qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?

- a) Lodge
- b) Hotel
- c) Casa de huéspedes
- d) Hostería
- e) Hostal
- f) Casa de familiares y amigos
- g) Otros especifique

11.-Para la realización de traslado a los diferentes lugares turísticos ¿qué medio de transporte utiliza?

- a) Vehículo particular
- b) Transporte público
- c) Buseta
- d) Avión

e) Otros especifique

12.- ¿Con qué frecuencia realiza viajes turísticos?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

13.- ¿En el año cuántos viajes por motivos turísticos realiza?

- a) Ninguno
- b) 1 a 3
- c) 4 a 6
- d) 6 a 8
- e) Más de 8 viajes al año

14.- ¿A través de qué medios usted se informa de los atractivos turísticos a visitar?

- a) Redes sociales
- b) Páginas web
- c) Radio
- d) Televisión
- e) Folletos
- f) Banners publicitarios
- g) Otros

15.- ¿Qué modalidad de turismo prefiere cuando planifica sus vacaciones? Seleccione una.

- a) Turismo de sol y playa
- b) Turismo de reuniones
- c) Turismo de naturaleza
- d) Turismo de salud
- e) Turismo rural y comunitario
- f) Turismo cultural
- g) Otros especifique

16.- ¿Durante sus viajes turísticos cuántas noches pernocta en los lugares de alojamiento?

- a) De 1 a 2
- b) De 3 a 4 días
- c) De 5 a 6
- d) Mas de 6

PREFERENCIAS TURÍSTICAS

17.- ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar dentro del tipo de turismo rural y comunitario? Seleccione una.

- a) Camping
- b) Senderismo
- c) Pesca
- d) Prácticas de siembra orgánica
- e) Visita a lagunas
- f) Otros especifique

18.- ¿Qué porcentaje adicional al del hospedaje estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios antes mencionados

- a) 10 al 20 %
- b) 21 al 40 %
- c) 41 al 60%
- d) 61 al 80%
- e) 81 al 100 %
- f) Más del 100%

19.- ¿Al momento de optar por un establecimiento de alojamiento, qué tipo de ambientación y decoración le gustaría que disponga?

- a) Ornamental
- b) Rústica
- c) Colonial
- d) Vernácula
- e) Otras especifique

20.- ¿Conoce usted acerca de la práctica del turismo vivencial y agroturismo?

- a) Sí
- b) No

21.- ¿Ha visitado alguna vez la comunidad de Agualongo de Paredes y los atractivos turísticos que existen en los alrededores?

- a) Sí
- b) No

22.- ¿Cuánto pagaría usted por una noche de alojamiento en un hospedaje que brinde actividades agroturísticas?

- a) De 40\$ a 50\$
- b) De 60\$ a 70\$
- c) De 80\$ a 90\$
- d) De 100\$ a 110\$

Anexo D. Entrevista a establecimientos de alojamiento

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSGRADO

Entrevista dirigida a los establecimientos que brindan el servicio de hospedaje en el sector rural, previo a la obtención del título en la “**Maestría en Gestión de Empresas Turísticas**”

Entrevistado:

Entrevistador:

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuántos años se encuentra ofertando sus servicios?
2. ¿Además de hospedaje qué servicios complementarios ofrece su empresa?
3. ¿Qué caracteriza a su empresa y la hace diferente a la competencia?
4. ¿Cuál es el segmento de mercado al cual dirige sus productos y servicios?
5. ¿Cuáles son las estrategias que aplica para obtener la fidelidad en sus clientes?
6. ¿Cuáles son las estrategias que aplica para mantenerse y ganar espacio en el mercado turístico y obtener una mayor demanda?
7. ¿Cuáles son los precios establecidos ya sea en temporada alta y baja?
8. ¿Cuáles son los gastos anuales para el mantenimiento de su establecimiento?
9. ¿Cuál es su capacidad operativa? (Cantidad de clientes que puede atender)
10. ¿Posee un plan de mejoras para mantenerse en el mercado?
11. ¿Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior cuáles serían las acciones más relevantes de dicho plan?
12. ¿Cuáles son sus alianzas estratégicas?

