



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA HACIENDA TURÍSTICA EN APUELA, COTACACHI,  
IMBABURA, ECUADOR**

**AUTORAS: SIMBAÑA IMBA DEISY JAQUELINE  
TITUAÑA FLORES MISHHELL ESTHEFANÍA**

**DIRECTOR: ING. RUIZ ERAZO VICTORIA GEOVANNA. MSc**

**IBARRA**

**2021**

## APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Ruiz Erazo Victoria Geovanna, en mi calidad de director de trabajo de titulación denominado, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HACIENDA TURÍSTICA EN APUELA, COTACACHI, IMBABURA, ECUADOR**, de autoría de la Srta. Simbaña Imba Deisy Jaqueline y la Srta. Tituaña Flores Mishell Esthefanía, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo, que se realice los trámites consiguientes.



MSc. Victoria Ruiz

0401393855

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

### 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			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003871744		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Tituaña Flores Mishell Esthefanía		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Cotacachi		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:metituana@utn.edu.ec">metituana@utn.edu.ec</a> / <a href="mailto:mizhu22@hotmail.com">mizhu22@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2490522	<b>TELÉFONO CELULAR:</b>	0979910673
Datos de contacto			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1723977144		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Simbaña Imba Deisy Jaqueline		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Tabacundo		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:deysisimba@gmail.com">deysisimba@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO CELULAR:</b>	0967153306

Datos de la obra	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HACIENDA TURÍSTICA EN APUELA, COTACACHI, IMBABURA, ECUADOR.
<b>AUTORES:</b>	Srta. Simbaña Imba Deisy Jaqueline Srta. Tituaña Flores Mishell Esthefanía
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	07/04/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera(s) en Turismo
<b>DIRECTORA ENCARGADA:</b>	MSc. Victoria Ruiz

## 2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

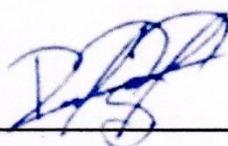
Ibarra, a los 07 días del mes de abril de 2021

### LAS AUTORAS:



---

Srta. Mishell Tituaña



---

Srta. Deisy Simbaña

## **DEDICATORIA**

A mis amados padres Raúl y Patricia, quienes con su amor y apoyo incondicional fueron la fuente de inspiración para culminar esta ardua etapa de mi vida. A mis hermanas Evelin y Jenifer que con sus consejos me han acompañado a lo largo de mi formación académica y han hecho de mí una mejor persona y a mi novio Jaime, que con sus palabras de aliento y alago me han hecho sentir una persona capaz de lograr todo lo que se propone.

**Mishell Esthefanía Tituaña Flores**

Este trabajo se lo dedico con mucho amor a mi madre ya que su sacrificio diario me ha permitido culminar esta etapa de mi vida, además de su apoyo y cariño incondicional que han sido la motivación para continuar en momentos difíciles.

También, a mi hermana mayor por aquellos consejos oportunos y por ser un ejemplo de constancia y dedicación a la hora de conseguir un objetivo.

Finalmente, lo dedico a mis familiares por esas palabras de aliento y ánimo mediante las cuales me demuestran su sincero afecto.

**Deisy Jaqueline Simbaña Imba**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios por depositar en nosotras fortaleza y sabiduría, a la Universidad Técnica del Norte por darnos la oportunidad de realizarnos profesionalmente en sus instalaciones, brindando recursos tanto físicos como tecnológicos para nuestra formación académica.

También a todos los docentes que contribuyeron con su conocimiento durante todo este período de estudio.

Un especial agradecimiento a la docente Isis Camargo por sus consejos y predisposición frente a nuestras dudas e inquietudes y en general por el acompañamiento en la realización de este trabajo.

**Mishell Tituaña Flores, Deisy Simbaña Imba**

## ÍNDICE

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO .....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	iii
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
CAPÍTULO I.....	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.2.1. Formulación del problema .....	7
1.2.2. Objeto de estudio .....	7
1.3. Descripción del área de estudio .....	7
1.4. Justificación .....	8
1.5. Objetivos.....	10
1.5.1. Objetivo general .....	10
1.5.2. Objetivos específicos.....	10
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1. Referencias de la investigación.....	11
2.2. Bases teóricas .....	13
2.2.1. Turismo .....	13
2.2.2. Modalidades de turismo en el sector rural .....	14
2.2.3. Servicios turísticos en el sector rural .....	20
2.2.4 Tipos de alojamientos en zonas rurales .....	22
2.2.5 Estudio de factibilidad .....	31
2.3 Fundamentación legal .....	48
CAPÍTULO III.....	54
3. METODOLOGÍA .....	54
3.1. Tipos de investigación.....	54
3.1.1. Investigación aplicada .....	55
3.1.2. Investigación de campo .....	55
3.1.3. Investigación descriptiva.....	56

3.2.	Métodos de investigación.....	56
3.2.1.	Métodos teóricos .....	57
3.3.	Técnicas de recolección de datos .....	58
3.3.1.	La Observación .....	58
3.3.2.	La Encuesta .....	59
3.3.3.	La Entrevista.....	59
3.3.4.	Método de Leopold .....	60
3.4.	Instrumentos de investigación .....	60
3.5.	Población y Muestra.....	61
CAPÍTULO IV.....		63
4.	ESTUDIO DE MERCADO .....	63
4.1.	Diagnóstico .....	63
4.2.	Segmentación de mercado .....	66
4.3.	Resultados y discusión .....	68
4.4.	Análisis de la oferta.....	91
4.5.	Proyección de la oferta .....	95
4.6.	Análisis de la demanda .....	96
4.7.	Proyección de la demanda .....	97
4.8.	Demanda insatisfecha.....	97
4.9.	Demanda objetiva proyectada.....	98
4.9.1.	Número de clientes proyectados.....	99
4.9.2.	Consumo aparente con respecto a los servicios demandados ....	99
CAPÍTULO V.....		102
5.	ESTUDIO TÉCNICO ORGANIZACIONAL .....	102
5.1.	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa .....	102
5.1.1.	Macro localización .....	102
5.1.2.	Micro localización .....	105
5.2.	Identificación y descripción del producto .....	107
5.2.1.	Caracterización y diseño del servicio .....	107
5.2.2.	Descripción del proceso productivo para la prestación del servicio	112
5.3.	Ingeniería del proyecto.....	114
5.3.1.	Distribución de la planta .....	114
5.3.2.	Diseño planimétrico de la planta .....	116

5.3.3.	Requerimientos por áreas.....	122
5.4.	Inversiones y capital de trabajo .....	126
5.4.1.	Obra civil necesaria .....	126
5.4.2.	Maquinaria y equipos.....	128
5.4.3.	Capital de trabajo .....	129
5.4.4.	Total de inversión .....	133
5.4.5.	Plan de financiación.....	138
5.5.	Estructura organizativa y administrativa .....	138
5.5.1.	Misión .....	138
5.5.2.	Visión.....	139
5.5.3.	Políticas.....	139
5.5.4.	Valores .....	140
5.5.5.	Imagen corporativa .....	142
5.5.6.	Organigrama.....	142
5.5.7.	Manual de funciones.....	143
5.5.8.	Flujograma de actividades .....	149
5.5.9.	Descripción del diagrama de flujo .....	154
5.6.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual .....	158
CAPÍTULO VI.....		164
6.	Plan de comercialización y marketing .....	164
6.1.	Nombre comercial de la empresa.....	164
6.1.1.	Marca .....	164
6.1.2.	Slogan .....	165
6.2.	Canales de distribución .....	165
6.3.	Publicidad .....	165
6.3.1.	Internet .....	166
6.3.2.	Relaciones públicas.....	168
6.3.3.	Promoción de ventas .....	169
6.3.4.	Artículos de <i>merchandising</i> .....	169
6.3.5.	Plan de comercialización .....	171
6.4.	Ampliación posible de la gama de productos en el futuro.....	173
6.5.	Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo ..	175
6.5.1.	Estrategias de lanzamiento del producto .....	175
6.5.2.	Precio .....	176

CAPÍTULO VII.....	177
7. Estudio ambiental .....	177
7.1. Descripción de las acciones del emprendimiento.....	177
7.1.1. Fase de construcción.....	177
7.1.2. Fase de operación .....	179
7.2. Factores ambientales para interrelacionar en la EIA .....	180
7.3. Descripción del método a aplicar .....	181
7.4. Escalas o rangos de valoración ambiental para la EIA.....	182
7.5. Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento turístico .....	184
7.6. Determinación de la magnitud, valor de importancia y severidad .....	187
7.7. Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación .....	192
7.8. Matriz de plan de manejo ambiental sobre la base de la jerarquización ambiental.....	197
CAPÍTULO VIII.....	206
8. Estudio económico financiero .....	206
8.1. Estado de situación inicial .....	206
8.2. Flujo de efectivo .....	207
8.3. Proyección de ingresos y gastos .....	211
8.4. Cálculo del Valor Actual Neto.....	211
8.4.1. Costo de capital .....	211
8.4.2. Valor Actual Neto.....	212
8.5. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno .....	212
8.6. Punto de equilibrio .....	213
9. Conclusiones .....	215
10. Recomendaciones.....	216
11. Bibliografía .....	218
Anexos.....	228

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<b>Tabla 1</b> Tipología de definiciones de turismo rural .....	14
<b>Tabla 2</b> Modalidades de turismo relacionadas al turismo rural.....	16
<b>Tabla 3</b> Requisitos para la categorización de la hacienda turística .....	26
<b>Tabla 4</b> Principales variables de segmentación de mercado.....	35
<b>Tabla 5</b> Segmentación del mercado objetivo de la hacienda turística .....	66
<b>Tabla 6</b> Resumen de atractivos cercanos al área de implementación.....	91
<b>Tabla 7</b> Establecimientos de alojamiento que representan la competencia directa .....	92
<b>Tabla 8</b> Establecimientos de restauración que representan competencia .....	93
<b>Tabla 9</b> Actividades relacionadas con el agroturismo .....	94
<b>Tabla 10</b> Cantidad promedio de turistas anuales que recibe la competencia ..	94
<b>Tabla 11</b> Proyección de la oferta en el área de implementación del proyecto .	96
<b>Tabla 12</b> Demanda potencial de la hacienda turística El Paraíso .....	96
<b>Tabla 13</b> Proyección de la demanda insatisfecha en el área de implementación .....	97
<b>Tabla 14</b> Proyección de la demanda objetiva de la hacienda turística El Paraíso .....	98
<b>Tabla 15</b> Número de clientes proyectados para la hacienda turística El Paraíso .....	99
<b>Tabla 16</b> Consumo aparente de los servicios que ofertará la hacienda turística El Paraíso .....	100
<b>Tabla 17</b> Número de clientes proyectados de la actividad agroturística .....	100
<b>Tabla 18</b> Número de clientes proyectados del servicio de restauración .....	101
<b>Tabla 19</b> Número de clientes proyectados del servicio de alojamiento .....	101
<b>Tabla 20</b> Itinerario del producto de la hacienda turística El Paraíso.....	110
<b>Tabla 21</b> Precio del producto de la hacienda turística El Paraíso .....	110
<b>Tabla 22</b> Detalle de los precios de los productos de la hacienda El Paraíso..	111
<b>Tabla 23</b> Procesos productivos en los servicios del establecimiento .....	112
<b>Tabla 24</b> Requerimientos para el área de alojamiento de la hacienda EL Paraíso .....	123
<b>Tabla 25</b> Requerimientos para el área de recepción de la hacienda.....	124
<b>Tabla 26</b> Requerimientos para el área de restauración de la hacienda.....	124
<b>Tabla 27</b> Requerimientos para el área de bodega de la hacienda .....	125
<b>Tabla 28</b> Requerimientos para el área de agroturismo de la hacienda .....	126
<b>Tabla 29</b> Requerimientos para la construcción de la hacienda turística El Paraíso .....	127
<b>Tabla 30</b> Requerimiento de infraestructura e instalaciones para la hacienda turística EL Paraíso.....	127
<b>Tabla 31</b> Maquinaria de la hacienda turística El Paraíso .....	128
<b>Tabla 32</b> Equipos de la hacienda turística El Paraíso .....	128
<b>Tabla 33</b> Gasto de remuneraciones del personal de trabajo de la hacienda El Paraíso .....	129
<b>Tabla 34</b> Gastos por servicios profesionales .....	129

<b>Tabla 35</b>	Gastos de insumos para el área de restauración de la hacienda El Paraíso .....	130
<b>Tabla 36</b>	Gastos de insumos de aseo personal y artículos de limpieza de la hacienda El Paraíso .....	130
<b>Tabla 37</b>	Gastos de servicios básicos de la hacienda El Paraíso .....	131
<b>Tabla 38</b>	Gastos de publicidad de la hacienda El Paraíso .....	132
<b>Tabla 39</b>	Gastos de permisos de funcionamiento de la hacienda El Paraíso .....	132
<b>Tabla 40</b>	Costos de requerimientos para el área de alojamiento de la hacienda El Paraíso .....	133
<b>Tabla 41</b>	Costos de requerimientos para el área de recepción de la hacienda El Paraíso .....	134
<b>Tabla 42</b>	Costos de requerimientos para el área de restauración de la hacienda El Paraíso .....	135
<b>Tabla 43</b>	Costos de requerimientos para el área de bodega de la hacienda El Paraíso .....	136
<b>Tabla 44</b>	Costos de requerimientos para el área de agroturismo de la hacienda El Paraíso .....	136
<b>Tabla 45</b>	Requerimiento de vehículo para la hacienda El Paraíso .....	137
<b>Tabla 46</b>	Requerimiento de terreno para la hacienda El Paraíso .....	137
<b>Tabla 47</b>	Consolidación de los requerimientos de las áreas que componen la hacienda El Paraíso .....	137
<b>Tabla 48</b>	Inversión total requerida para la implementación de la hacienda El Paraíso .....	138
<b>Tabla 49</b>	Ficha de manual de funciones de la hacienda EL Paraíso .....	143
<b>Tabla 50</b>	Costos de los permisos de funcionamiento de la hacienda turística El Paraíso .....	163
<b>Tabla 51</b>	Plan de comercialización para la promoción de la hacienda turística .....	171
<b>Tabla 52</b>	Paquetes diseñados como proyección a cinco años .....	173
<b>Tabla 53</b>	Factores ambientales considerados en la EIA de la hacienda El Paraíso .....	181
<b>Tabla 54</b>	Rangos para evaluar la magnitud de los impactos ambientales .....	182
<b>Tabla 55</b>	Rangos para evaluar la importancia de los impactos ambientales .....	183
<b>Tabla 56</b>	Rangos para evaluar la severidad de los impactos ambientales .....	183
<b>Tabla 57</b>	Jerarquización de impactos positivos identificados en la etapa de construcción.....	192
<b>Tabla 58</b>	Jerarquización de impactos negativos identificados en la etapa de construcción.....	192
<b>Tabla 59</b>	.....	194
<b>Tabla 60</b>	.....	194
<b>Tabla 61</b>	Valor actual neto de la hacienda El Paraíso .....	212
<b>Tabla 62</b>	Tasa Interna de retorno de la hacienda El Paraíso .....	213

<b>Figura 1</b>	¿En el último año qué lugares visitó? .....	68
<b>Figura 2</b>	¿Cuántas veces al año viaja a Intag? .....	69
<b>Figura 3</b>	¿Su último viaje a Intag lo realizó en compañía de? .....	69
<b>Figura 4</b>	¿Qué parroquia de Intag visitó? .....	70
<b>Figura 5</b>	¿En el lugar que señaló anteriormente, qué actividades realizó? .....	71
<b>Figura 6</b>	¿De las siguientes actividades cuál es la que más le gustaría realizar? .....	71
<b>Figura 7</b>	¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en un establecimiento que ofrezca las actividades que anteriormente seleccionó? ..	72
<b>Figura 8</b>	¿Para el servicio de alojamiento qué preferiría? .....	73
<b>Figura 9</b>	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por la opción que señaló anteriormente? .....	73
<b>Figura 10</b>	¿Qué tipo de alimentación le gustaría que se ofrezca? .....	74
<b>Figura 11</b>	¿De cuál de los siguientes productos le gustaría conocer todo el proceso de cultivo? .....	75
<b>Figura 12</b>	¿Con qué otras actividades turísticas de la Zona de Intag le gustaría complementar el agroturismo? .....	75
<b>Figura 13</b>	¿Por qué medios le gustaría conocer sobre los productos que se va a ofertar? .....	76
<b>Figura 14</b>	Mapa de ubicación de la provincia de Imbabura.....	104
<b>Figura 15</b>	Mapa de la provincia de Imbabura .....	104
<b>Figura 16</b>	Mapa de la Zona de Intag.....	106
<b>Figura 17</b>	Ubicación Hacienda turística El Paraíso .....	106
<b>Figura 18</b>	Implantación general de la hacienda El Paraíso .....	116
<b>Figura 19</b>	Diseño cabaña triple para la hacienda El Paraíso .....	117
<b>Figura 20</b>	Diseño cabaña cuádruple de la hacienda el Paraíso .....	118
<b>Figura 21</b>	Diseño cabaña cuádruple adaptado para personas con discapacidad física .....	119
<b>Figura 22</b>	Diseño cabaña familiar de la hacienda El Paraíso .....	120
<b>Figura 23</b>	Diseño de la recepción de la hacienda el Paraíso .....	121
<b>Figura 24</b>	Diseño del restaurante de la hacienda El Paraíso .....	122
<b>Figura 25</b>	Estructura jerárquica de la hacienda turística El Paraíso .....	143
<b>Figura 26</b>	Proceso de check in de la hacienda El Paraíso .....	149
<b>Figura 27</b>	Proceso de limpieza de habitaciones de la hacienda El Paraíso ...	150
<b>Figura 28</b>	.....	151
<b>Figura 29</b>	Proceso de guianza turística de la hacienda El Paraíso .....	152
<b>Figura 30</b>	Proceso de check out de la hacienda El Paraíso .....	153
<b>Figura 31</b>	Representación del canal indirecto corto que utilizará la hacienda turística .....	165
<b>Figura 32</b>	Cuenta oficial de facebook de la hacienda El Paraíso .....	166
<b>Figura 33</b>	Cuenta oficial de twitter de la hacienda El Paraíso .....	167
<b>Figura 34</b>	Cuenta oficial de instagram de la hacienda El Paraíso .....	167
<b>Figura 35</b>	Página web de la hacienda El Paraíso .....	168
<b>Figura 36</b>	Prototipo de los llaveros .....	169
<b>Figura 37</b>	Tarjeta de presentación de la hacienda El Paraíso.....	170

<b>Figura 38</b>	Flyer de la hacienda El Paraíso.....	170
<b>Figura 39</b>	Escala cromática para la tipología de magnitud.....	183
<b>Figura 40</b>	Identificación de impactos ambientales en la etapa de construcción.....	185
<b>Figura 41</b>	Identificación de impactos ambientales en la etapa de operación .	186
<b>Figura 42</b>	Matriz de evaluación de la magnitud e importancia en la etapa de construcción.....	187
<b>Figura 43</b>	.....	189
<b>Figura 44</b>	Matriz de cálculo de la severidad en la etapa de construcción .....	190
<b>Figura 45</b>	Matriz de cálculo de la severidad en la etapa de operación.....	191
<b>Figura 46</b>	.....	193
<b>Figura 47</b>	Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de operación .....	195
<b>Figura 48</b>	Medidas de mitigación en la etapa de construcción de la hacienda turística El Paraíso .....	197
<b>Figura 49</b>	Medidas de mitigación en la etapa de operación de la hacienda turística El Paraíso .....	200
<b>Figura 50</b>	Balace de situación inicial de la hacienda El Paraíso .....	207
<b>Figura 51</b>	Flujo de caja anual de la hacienda El Paraíso .....	210
<b>Figura 52</b>	Flujo de caja proyectado de la hacienda El Paraíso .....	211
<b>Figura 53</b>	Costo de capital de la hacienda El Paraíso .....	211
<b>Figura 54</b>	Punto de equilibrio de la hacienda El Paraíso .....	214
<b>Figura 55</b>	Representación del punto de equilibrio de la hacienda El Paraíso	214

## RESUMEN EJECUTIVO

La situación turística de la parroquia Apuela es limitada debido a varias causales, entre las que resalta el desaprovechamiento de los recursos productivos con fines turísticos, esta situación dificulta la generación de los beneficios de la actividad en el medio social. El presente trabajo determina la viabilidad de la implementación de una hacienda turística en la parroquia Apuela que brinda el servicio de alojamiento y restauración, donde el componente diferenciador es la integración de actividades agroturísticas en su oferta, mediante el recorrido por cultivos representativos de la zona tales como: café, frutas y cabuya, durante los cuales se da a conocer el proceso productivo, evidenciando la interrelación con los agricultores y añadiendo un valor diferenciador, con respecto a la competencia. Así también, el emprendimiento busca sobresalir a través del diseño de la infraestructura con un estilo rústico y campestre que guarde relación con el entorno rural donde se localiza. La investigación de mercado es el proceso con el cual se inician los estudios, en el que se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos, en el primero se aplicó entrevistas y observaciones de campo, y para los seguidos se llevó a cabo una encuesta dirigida a la población objeto de estudio que permitió identificar las preferencias de este segmento las cuales contribuyeron al diseño del producto. El estudio financiero estableció que para llevar a cabo el proyecto es necesaria una inversión de \$ 142 506, 72 que será cubierto en un 20% de capital propio y un 80% de capital financiado, el monto total cubrirá los activos tanto circulantes dentro de los cuales se encuentra el capital de trabajo indispensable para el correcto funcionamiento de la hacienda en los primeros meses, como los activos fijos que comprenden los requerimientos de infraestructura, muebles y enseres, equipo de cómputo, maquinaria y equipo y transporte, a través de los cuales se realizan las actividades diarias del establecimiento. Finalmente se concluye que es económicamente factible realizar el proyecto al presentar un VAN de \$181.349,44, una TIR de 14,37% y con una rentabilidad neta de \$38 842,72 con un plazo de recuperación de la inversión en seis años.

## **ABSTRACT**

The tourist situation of the Apuela parish is limited due to several causes, among which the waste of productive resources for tourist purposes stands out, this situation makes it difficult to generate the benefits of the activity in the social environment. The present work determines the viability of the implementation of a tourist farm in the Apuela parish that provides accommodation and restoration services, where the differentiating component is the integration of agrotourism activities in its offer, through the tour of representative crops of the area such as such as: coffee, fruits and cabuya, during which the production process is made known, evidencing the interrelation with farmers and adding a differentiating value, with respect to the competition. Also, the venture seeks to stand out through the design of the infrastructure with a rustic and country style that is related to the rural environment where it is located. Market research is the process with which the studies are started, in which qualitative and quantitative methods were used, in the first one, interviews and field observations were applied, and for the next ones a survey was carried out aimed at the population. object of study that allowed to identify the preferences of this segment which contributed to the design of the product. The financial study established that to carry out the project an investment of \$ 142,506 is necessary, 72 which will be covered in 20% of equity capital and 80% of financed capital, the total amount will cover both current assets within the which is the essential working capital for the correct operation of the farm in the first months, such as fixed assets that include the requirements of infrastructure, furniture and fixtures, computer equipment, machinery and equipment and transportation, through which the daily activities of the establishment are carried out. Finally, it is concluded that it is economically feasible to carry out the project by presenting a NPV of \$ 181,349.44, an IRR of 14.37% and a net profitability of \$ 38,842.72 with a payback period of the investment in six years.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo pretende conocer la factibilidad de la implementación de una hacienda turística en la parroquia Apuela, además de conceder valor agregado a la producción agrícola por medio del desarrollo de actividades agroturísticas que sean capaces de motivar a los turistas a visitar este destino.

El proyecto está estructurado en ocho capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I hace referencia al problema de investigación, en el cual se expone el planteamiento y formulación de la problemática identificada, los antecedentes, el objeto de estudio, la descripción del área de implementación, la importancia del desarrollo de la investigación a través de la justificación y por último se aborda los objetivos que persigue el trabajo.

Capítulo II está compuesto por el marco teórico, en él se describen las referencias de investigación haciendo alusión a emprendimientos similares que se encuentran en funcionamiento, las bases teóricas en las que se destacan temas como las modalidades del turismo, los servicios turísticos, tipos de alojamiento, todos estos haciendo énfasis en el sector rural, los componentes del estudio de factibilidad y finalmente la fundamentación legal.

Capítulo III se explica la metodología utilizada, puntualizando en la investigación de tipo aplicada, de campo y descriptiva, también hace mención a las técnicas e instrumentos que permitieron la recolección de datos y el cálculo del marco muestral para la aplicación de las encuestas.

Capítulo IV trata sobre el estudio de mercado, indicando el diagnóstico de la situación actual del turismo en la parroquia, la segmentación de mercado al cual se va a dirigir la idea de negocio, la interpretación de los resultados

obtenidos con los instrumentos de investigación, el análisis de la oferta y demanda y la proyección de los clientes objetivos que busca captar el emprendimiento.

Capítulo V constituye el estudio técnico, en el cual se manifiesta el tamaño óptimo, la localización, el diseño y caracterización del proyecto. Además, se determinan los requerimientos para el correcto funcionamiento, se cuantifica el monto de inversión necesario y se concluye con la definición de la estructura organizativa y administrativa de la empresa.

Capítulo VI formado por el plan de comercialización explica las estrategias planteadas para el mix del marketing como es el nombre comercial de la empresa, la plaza o niveles de distribución del producto, las tácticas utilizadas para la comunicación o publicidad del proyecto, el establecimiento del precio y finaliza con la propuesta de lanzamiento del producto.

Capítulo VII corresponde al estudio ambiental donde se expone el método utilizado para la identificación de los impactos ambientales ocasionados por el proyecto en las etapas de construcción y operación, se establece la jerarquización de estos y con base a ellos se plantea las medidas de mitigación reflejadas en el plan de manejo ambiental.

Por último, el Capítulo VIII referente al estudio económico financiero, aborda el análisis del estado de situación inicial, el flujo de efectivo anual y la respectiva proyección de los ingresos y gastos que se prevé que el proyecto genere, así también, se efectúa el cálculo de los indicadores económicos como son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el costo de capital para determinar la factibilidad de este y la identificación del punto de equilibrio.

El documento finaliza con las conclusiones y las recomendaciones dirigidas a trabajos con similar objeto de estudio, seguido de las referencias bibliográficas consultadas y además de los anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Antecedentes**

Hablar de agroturismo, por lo general es referirse al turismo rural, porque de alguna forma el origen del primero tiene que ver con este y su desarrollo está relacionado a actividades en áreas naturales. Esta modalidad turística data del siglo XIX, considerándola como un complemento de la vida rural que aprovecha la actividad agrícola para atraer visitantes y generar ingresos económicos.

En esta temática existen estudios como el “Agroturismo cañero en Fortín de las Flores, Veracruz” por Pérez y Noé (2019) desarrollado en México. Dicho trabajo se realizó con la finalidad de analizar los recursos naturales que permitan al sector posicionarse en esta modalidad. El estudio determinó que el valor agroindustrial cañero de la ciudad, más la adecuación de las condiciones ambientales, tecnológicas y de seguridad, sin llegar a desvirtuarla, constituye una alternativa de sustentabilidad económica, social y ambiental.

Así mismo, se publica la obra “Desarrollo rural: caso Vereda Requilina en Usme, Bogotá Colombia” por Castellanos (2016) donde da a conocer cómo se vincularon las prácticas productivas de las fincas al desarrollo del turismo. Resultado de ello es la Ruta agroturística la Requilina, una nueva forma de desarrollo y dinamización económica enmarcada en el aprovechamiento del suelo.

En la publicación de “Diseño de un proyecto de agroturismo para La Solana en Bélgida, Valencia, España” realizada por Mas en el 2013 tuvo como objeto determinar la viabilidad de la implementación del agroturismo, servicio de alojamiento y restauración, actividades lúdicas y venta de productos ecológicos a las actividades agrícolas de la finca La Solana. Los resultados arrojados fueron de carácter factible debido a que existe demanda potencial en lugares similares a esta propuesta.

A nivel nacional se resalta el inicio del agroturismo mediante una forma de alojamiento empírica desarrollada en las haciendas, hatos, quintas, fincas y estancias, que ofrecían a los viajeros la posibilidad de pernoctar y también incluían el servicio de alimentación. Sin embargo, el surgimiento de esta actividad turística no se debió al reconocimiento de este servicio como una idea de negocio, sino más bien como estrategia de supervivencia económica debido a la crisis agraria que se vivía en los años sesenta por la rebaja de la producción agrícola y pecuaria, a esto se suman las distintas reformas gubernamentales que perjudicaron a los hacendados (Andrade y Ullauri, 2015).

El Ecuador, en el PLANDETUR 2020 establece 11 líneas de productos turísticos con la finalidad de impulsar el desarrollo del sector turístico y una de ellas corresponde a la modalidad agroturística y sus variantes de productos son las fincas, haciendas y plantaciones.

De la misma manera en el Proyecto “Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador” 2017-2021 elaborado por el MINTUR realiza un acercamiento al agroturismo al brindar datos sobre la preferencia del mercado nacional por esta tipología, alcanzando el 0.71% de ecuatorianos que gustan de actividades ligadas con el agro según una encuesta de turismo interno del 2012, así también proporciona características de interés de este segmento de mercado como el monto de gasto por persona

que puede llegar a 1 500 dólares y la estadía promedio que es de 19 noches, información relevante para los servidores turísticos relacionados a esta actividad.

En nuestro país existen diversas investigaciones ligadas a este tema, muestra de ello es el “Proyecto de agroturismo como alternativa de turismo rural en la Hacienda Italia Esperanza, Provincia de Los Ríos” efectuado por Mora (2015) que diseña productos agroturísticos enfocados a la recreación familiar, aprovechando los recursos de manera sostenible. Tras la aplicación de la metodología de trabajo de campo se obtuvo información acerca del perfil del turista y sus motivaciones de viaje, opiniones de los actores locales y otros aspectos. El estudio está elaborado bajo criterios de responsabilidad social, ambiental y económica, orientados a generar beneficios económicos y sociales a empresas privadas y a la comunidad cercana de la provincia. De esta manera los resultados muestran factible la implementación del proyecto.

El estudio de factibilidad para implementar el agroturismo en la Hacienda “La Magdalena” de Chigua, perteneciente al Cantón Latacunga desarrollado por Aguilar en el año 2015, analiza las condiciones que presenta la hacienda para desarrollar actividades turísticas. A través del estudio técnico que señala la oferta y la demanda y otros aspectos importantes, el estudio técnico que evalúa la localización, zonificación, descripción del entorno y las actividades a realizar y el estudio financiero se demuestra la viabilidad del proyecto.

En cuanto al cantón Cotacachi se ha llevado a cabo el trabajo de investigación denominado “Agenda estratégica en agroturismo y potencial turístico de la Comunidad Chilcapamba” por López (2017) que propone el desarrollo de un agroturismo sustentable, a través de la creación de experiencias en las chacras familiares. Este estudio revela que la comunidad posee un alto potencial y los servicios turísticos ya existentes deben ser

aprovechados mediante el turismo rural con el objeto de conservar los conocimientos locales y la agrobiodiversidad de las chacras, siendo posible con la implementación de rutas dentro de la comunidad.

En el artículo “Disputas territoriales en el Valle de Intag en Ecuador: de la resistencia social contra la megaminería a la creación de alternativas al desarrollo” de Wahren y Schvartz (2015) que trata sobre los procesos de acción de los pobladores de la zona en oposición a diferentes proyectos de explotación minera en la región, que consigo trae la creación de nuevas oportunidades de desarrollo ancladas en el territorio y en las matrices culturales de los habitantes del Valle del Intag. En este sentido, las actividades productivas como la agricultura orgánica y el turismo se convierten en un modelo de desarrollo para la zona.

De este modo, en la Zona de Intag, la Asociación de Campesinos Agroecológicos y otras organizaciones conformado por diferentes comunidades desarrollan iniciativas de agroturismo a través de paseos por fincas, visitas hacia los trapiches de elaboración de licor de caña de azúcar, demostración de la elaboración panela y talleres de cabuya (Periódico Intag, 2011).

Finalmente, en el “Estudio de factibilidad para la implementación del agroturismo en la Finca La Vertiente, parroquia de García Moreno, provincia de Imbabura” ejecutado por Moreno (2009) propone el impulso del agroturismo como una opción de desarrollo a través de la producción de artesanías de tradición local, elaboración de conservas de productos frutícolas y en general de expresiones del quehacer diario. De acuerdo con la evaluación el proyecto es rentable y viable para ponerlo en marcha. Además, el estudio de mercado indica que el segmento de mercado potencial es el extranjero, mientras que en los turistas nacionales recién empieza el interés por esta modalidad. Por último,

el proyecto señala que mayoritariamente la comunidad respalda a esta elección turística.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Al abordar el turismo rural como objeto de análisis en cualquier estudio se establece como principio fundamental la sostenibilidad del área donde se desarrolla, esto involucra el aprovechamiento eficiente de los recursos, inclusión de la comunidad local implicando también sus actividades productivas y la conservación del entorno (Castelo, Cevallos, Zambrano, y Zambrano, 2015). Debido a lo cual resulta de suma importancia incorporar todos estos elementos al momento de diseñar un producto turístico que se encuentre íntimamente relacionado a esta modalidad de turismo alternativo.

Todo pueblo ubicado en la zona rural sea reconocido turísticamente o no, debe utilizar sus recursos internos (cultura, agricultura, ganadería, atractivos naturales, etc.) para mejorar su calidad de vida mediante la creación de nuevas fuentes de empleo, preservación del territorio ambiental y social, y principalmente evitar la migración de los habitantes (Manzano, 2018).

La subutilización de los recursos naturales es uno de los problemas que impide el desarrollo turístico en un territorio, tal es el caso de la Zona de Intag, especialmente en la parroquia Apuela, un lugar con gran riqueza natural convirtiéndolo en un sitio idóneo para la realización de actividades turísticas. Sin embargo, dicho potencial se ve afectado por distintos aspectos como la limitada gestión de las entidades públicas competentes en esta área. Por tanto, existe ausencia de planes en favor del turismo causando que no se destinen partidas presupuestarias para su fomento y como resultado son las escasas propuestas de progreso, todo esto apunta a un rezago del sector.

Por otro lado, el desconocimiento en los pobladores acerca del agroturismo ha impedido que las potencialidades endógenas de la parroquia sean puestas en valor y constituyan un instrumento para generar emprendimientos mediante el aprovechamiento sostenible de la agricultura como eje principal para la oferta turística. Al ser una parroquia netamente agrícola, la falta de una visión turística es evidente, ocasionando en la población desinterés en optar por esta alternativa económica. De modo que, resulta difícil cambiar este paradigma social para concebir al turismo como una alternativa para generar recursos económicos.

A esto se suma, los bajos niveles de organización de la población imposibilitando el desarrollo de un trabajo armónico y la adecuada utilización de recursos. Como consecuencia de ello se pone en juego todas las oportunidades que obtenga la parroquia a la hora de originar emprendimientos para promover el turismo.

También, la insuficiente promoción turística de los recursos naturales en la Zona de Intag repercute en la comunicación y comercialización del destino, de ahí que este lugar sea poco conocido por los visitantes. Por ende, resulta difícil para este sitio poder captar flujos turísticos significativos.

Todos estos aspectos se traducen en un desaprovechamiento de los recursos naturales y productivos de la parroquia, de los cuales se pueden crear productos y atracciones turísticas relacionadas al patrimonio natural, donde la principal motivación de las personas para visitar este lugar sea la actividad agroturística. Estas causas y efectos se resumen en el árbol de problemas (ver anexo A).

### **1.2.1. Formulación del problema**

¿Es factible la implementación de una hacienda turística en Apuela, Cotacachi, Imbabura, Ecuador?

¿Cómo aprovechar los recursos productivos de la parroquia Apuela con fines turísticos?

### **1.2.2. Objeto de estudio**

Estudio de factibilidad de una hacienda turística.

### **1.3. Descripción del área de estudio**

La provincia de Imbabura se encuentra en la sierra norte del callejón interandino, en parte de las estribaciones externas de la Cordillera Occidental de los Andes, cuenta con una superficie territorial aproximada de 4.619 Km<sup>2</sup>. La población total en base a las proyecciones del INEC al 2015, es de 428.355 habitantes. Políticamente está dividida en seis cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí (Prefectura de Imbabura, 2015).

Cotacachi está localizado a 80 km al norte de la ciudad de Quito y 25 km al sur de Ibarra específicamente en las faldas del volcán del mismo nombre. Es el cantón más grande con una extensión de 169.084,72 has que a nivel provincial representa 36.61%. La población total es de 40.036 habitantes según el censo de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010. Cotacachi está formada por 10 parroquias, 2 urbanas y 8 rurales, que se encuentran organizadas territorialmente en dos zonas: urbana y rural en la que se incluye a la zona de Intag.

En la zona urbana se encuentran las parroquias San Francisco y El Sagrario, mientras que Imantag, Quiroga, las comunidades urbano-marginales de la cabecera cantonal y las parroquias de la zona de Intag, Apuela, Plaza Gutiérrez, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo y García Moreno comprenden los sectores rurales del cantón (GAD Cotacachi, 2015).

Apuela se ubica en la zona de Intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. La extensión territorial de esta parroquia es de 218.57 Km<sup>2</sup>, localizada en un rango altitudinal que va desde los 1480 msnm hasta los 4880 msnm. Los límites de Apuela son: al norte con las parroquias de Cuellaje e Imantag; al sur con Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo; al este con Imantag y al oeste con Peñaherrera.

Apuela está formada por 8 comunidades: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí y La Colonia; según datos del INEC 2010 posee una población de 1824 habitantes que mayoritariamente se desempeñan en actividades económicas vinculadas al sector primario como la producción agrícola, pecuaria, forestal, piscícola y minería (GAD Parroquial de Apuela, 2015).

#### **1.4. Justificación**

Se ha evidenciado que el turismo en los últimos años ha sido el sector con más crecimiento económico y dinamismo en el mundo, razón por la cual muchos países han apostado al desarrollo de esta actividad para convertirla en la principal fuente generadora de riqueza.

Tal es el caso del Ecuador, un país multiétnico y megadiverso con gran variedad climática y geográfica, convirtiéndolo en un destino potencialmente turístico. Un ejemplo de ello es la Zona de Intag, un valle con exuberante vegetación y fauna, propicio para el desarrollo de actividades turísticas.

El presente estudio pretende dar un valor agregado a la producción agrícola de Apuela, aprovechando el conocimiento de varios años que poseen los pobladores en procesos de cultivo, producción e industrialización de café,

otorgándole fines agroturísticos. Consecuentemente, se logrará que sus habitantes se empoderen y creen un sentido de pertenencia por su localidad.

La creación de una hacienda turística en esta zona conllevará al desarrollo del turismo, puesto que busca diversificar la oferta turística y ofrecer todas las facilidades que motiven la visita hacia este destino y a la vez servirá como medio para dar a conocer las potencialidades que posee el territorio. Además, dinamizará la economía y creará nuevas fuentes de empleo tanto directo como indirecto, mejorando la situación socioeconómica de los pobladores mediante el agroturismo.

También, se conocerá si es propicia la inversión de la hacienda turística en la parroquia, se analizará los procesos a los que se destinarán los recursos y se evaluarán si estos son asequibles para su desarrollo y el retorno de la inversión en términos de rentabilidad.

Finalmente, esta investigación aportará con información actualizada sobre la situación del sector turístico de Apuela, que servirá en el campo científico como una herramienta para futuras investigaciones o desarrollo de proyectos tanto a nivel local, provincial y nacional.

Referente a la emergencia sanitaria la OMT sostiene que el turismo post Covid-19 será más sostenible e implicará mayor contacto con la naturaleza. Por esta razón, especialistas manifiestan que el turismo rural al presentar dichas características será la clave para reactivar el sector debido a la tendencia que mostrarán los visitantes por los espacios libres donde exista menor aglomeración (National Geographic, 2020). En este contexto, el turismo rural creará en los turistas mayor preferencia por la gastronomía local y la práctica

de actividades relacionadas con la agricultura, significando esto una oportunidad para la hacienda turística.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hacienda turística en Apuela, Cotacachi, Imbabura, Ecuador.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual del sector turístico de la parroquia, identificando aspectos históricos, geográficos y socioeconómicos.
- Determinar las preferencias de los clientes potenciales de la hacienda turística mediante un estudio de mercado.
- Elaborar el estudio técnico y organizacional de la hacienda turística.
- Evaluar los impactos ambientales de la implementación del proyecto en la parroquia Apuela.
- Construir un estudio económico financiero para la implementación de la hacienda turística.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Referencias de la investigación**

En el estudio de Andrade y Ullaur en el año 2015 se expone a los precursores en adoptar el agroturismo, siendo en la Sierra Norte, la Hacienda Chorlaví ubicada en Imbabura, la Hacienda Zuleta, Hostería la Ciénega en Cotopaxi y en la Sierra Centro Sur se encuentra la Hacienda Uzhpud.

En el país, un referente en la práctica de agroturismo es la Ruta del Cacao impulsada por el Ministerio de Turismo y la Empresa Pública de Turismo de Guayaquil. Esta ruta comprende el recorrido por diferentes fincas y haciendas productoras de cacao, con la intención de entrelazar la actividad agrícola y los saberes populares que en conjunto con las facilidades turísticas existentes generan experiencias positivas en los visitantes.

Un referente de esta modalidad turística dentro de la provincia de Imbabura es la Hacienda Pinsaquí localizada en el cantón Otavalo a 5 km del centro de la ciudad, fue construida en 1790 con fines de producción textil siendo uno de los obrajes más importantes a nivel provincial. Desde 1995 sus instalaciones son destinadas a la actividad turística enfocada principalmente a la demanda internacional. Las actividades que ofrece son alojamiento, elaboración de artesanías, práctica de música tradicional otavaleña, trekking, cabalgatas, visitas a las principales ciudades de Imbabura, caminatas y excursiones, etc.

No muy lejos de este emprendimiento se encuentra La Hacienda Hotel Zuleta localizada en la parroquia rural de Angochagua a 18 km de la ciudad de

Ibarra. Este establecimiento es un verdadero patrimonio debido a que en ella se vivieron importantes hitos de la historia nacional, su construcción se remonta a 1691 en donde las principales actividades realizadas eran la agricultura, ganadería y textil. Actualmente se continúa practicando la actividad agropecuaria enfocada al turismo logrando un gran éxito reflejado en los reconocimientos internacionales alcanzados como el top ten finds del mundo otorgado por la revista Outside y la catalogación como uno de los mejores hoteles ecuatorianos por National Geographic Traveler. Las actividades que oferta son alojamiento, restauración, cabalgatas, ordeño, visita a la fábrica de quesos, visita a los cultivos del huerto, visita al taller de bordados, visita a pirámides, entre otras.

En el Guayas se localiza La Hacienda “La Danesa” ubicada entre Naranjito y Bucay, que a partir de 1970 empieza a recibir visitantes para deleitarlos con sus paisajes y actividades. La hacienda conserva una arquitectura tradicional y en sus 500 hectáreas se encuentra rodeada de bosques, ríos y cascadas. Los recorridos por las plantaciones de cacao, producción artesanal de chocolate, producción de leche fresca, cabalgatas y el modo de vida costeña son las motivaciones de turistas para acceder a este lugar.

En la provincia del Azuay se encuentra la Granja Orgánica Ferbola, que se caracteriza por sus productos agrícolas y pecuarios. En este lugar se elaboran los productos de forma artesanal, que llevan el nombre del establecimiento, consisten en mermeladas, conservas, frutas deshidratadas, entre otros que se originan de excedentes de los sembríos. También ofrece servicio de restauración, alojamiento y recreación.

Otro ejemplo de este tipo de alojamiento se encuentra en la provincia de Cotopaxi específicamente en la parroquia rural de Mulaló la Hacienda San

Agustín de Callo considerada como fortaleza inca y monasterio agustino por los eventos históricos que en sus instalaciones se desarrollaron. Fue un obraje dedicado a la producción textil de lana para exportación principalmente a Europa. Entre la oferta de este establecimiento se puede mencionar: alojamiento, cabalgatas, pesca deportiva, cicloturismo, caminatas y excursiones a los atractivos turísticos cercanos, visita a las plantaciones de rosas, entre otros.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Turismo**

La actividad turística ha sido objeto de diversos estudios y reflexiones relacionadas tanto a su necesidad de implementación como a los impactos tanto sociales, económicos, culturales, políticos u otros de diversa índole que implica su desarrollo. Este hecho responde al valor de importancia que cada vez gana la industria del turismo a nivel mundial y el significado que tiene en la sociedad actual.

Para Bote y Marchena (como se citó en Schenkel, 2019) el crecimiento positivo de la industria turística a nivel internacional en la actualidad ha llevado a que el turismo sea considerado como una herramienta de desarrollo económico y social para algunos gobiernos, especialmente en países en vías de desarrollo.

Actualmente, el turismo tradicional ha generado varios análisis acerca de la necesidad de una concepción más sustentable. Razón por la cual nace el turismo sostenible que según Lalagui, Espinoza y Pérez (2017) busca una proporción de importancia igualitaria entre la actividad económica realizada por las empresas turísticas y el medio ambiente, donde los recursos naturales son manejados apropiadamente, es decir, son protegidos para que puedan ser aprovechados a largo plazo.

En la misma obra se cita a Broche y Ramos (2014) que sostiene:

La complementariedad entre el turismo y la sostenibilidad se basa precisamente en el desarrollo económico de las comunidades en zonas que de no ser por el turismo y las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que deciden establecer no podrían tener acceso a mejores estándares de vida, para ellos y sus generaciones futuras. (p. 150)

El concepto anterior permite entender que el turismo sostenible es el medio a través del cual las poblaciones consiguen el bienestar social, así mismo este estado permite que el desarrollo turístico local evolucione positivamente y se asegure la conservación de estas condiciones de vida para un tiempo prolongado. El desarrollo local consiste en el cambio positivo de la economía de la población local para resolver las problemáticas presentes en dicho territorio, esta transformación tiene por objeto mejorar la calidad de vida de la población mediante el uso adecuado de los recursos naturales, culturales, históricos, entre otros que impulse la actividad turística (Arroyo, 2018).

### **2.2.2. Modalidades de turismo en el sector rural**

Para hablar sobre las modalidades turísticas que se practican en las zonas rurales es necesario contextualizar sobre el turismo rural puesto que se desarrolla en áreas rurales.

Definir el turismo rural de manera generalizada resulta dificultoso debido a los variados análisis que este ocasiona según la perspectiva desde la cual se lo estudie. La tabla a continuación explica algunas de sus interpretaciones.

**Tabla 1**

*Tipología de definiciones de turismo rural*

Tipo de definición	Características
Por exclusión	Se realiza en zonas no urbanas.

---

	Modelo diferente al turismo de masas.
Por elemento espacial	Viajes y pernoctaciones desarrollados en espacios rurales y en la naturaleza. Incluye actividades agroturísticas, deportivas, culturales y de caza y pesca. La protagonista y beneficiaria es la sociedad rural.
Desde la oferta	Recursos situados en zonas agrarias que satisfacen a los visitantes urbanos (alojamientos, instalaciones, estructuras para el ocio, recursos naturales y arquitectónicos)
Integradoras	Participan la oferta y la demanda motivada por las características del entorno natural, recursos turísticos y tradiciones populares. La demanda se integra con la sociedad local.

---

*Nota.* Elaborado a partir de Vázquez (citado en Vinasco, 2016).

Algunos términos de las tipologías anteriormente descritas permiten establecer que el turismo rural se desarrolla en medios no urbanizados cuya principal característica son las actividades agropecuarias practicadas en este entorno, además integra recursos naturales y culturales de importancia que motivan la visita.

Sin embargo, tras la revisión literaria se recoge algunos conceptos que se señalan a continuación:

El turismo rural comprende las diversas actividades turísticas que se llevan a cabo en zonas rurales, que por sus características tradicionales y autóctonas atraen a visitantes que residen en las áreas urbanas, además constituye un elemento dinamizador de la economía local. Igualmente, al reconocer las potencialidades turísticas del lugar donde se desarrolla promueve la conservación del patrimonio natural y cultural (Oyarvide, Nazareno, Roldán y Ferrales, 2016).

Para el Comité de Turismo y Competitividad de la Organización Mundial del Turismo (2019) constituye una opción de turismo conformada por una extensa oferta de actividades recreativas características de la vida rural que se desarrollan generalmente en áreas naturales, razón por la cual resultan atractivas para los visitantes.

En ambas conceptualizaciones se reconoce que los factores que atraen el interés de los visitantes que comúnmente provienen de zonas urbanas son los recursos naturales y la convivencia con la población local durante la cual se transmite sus costumbres. Generando una experiencia revitalizadora para los turistas que buscan escapar de la monotonía de la vida en la ciudad.

La amplitud de modalidades turísticas que involucra el turismo rural hace necesaria una clasificación que es detallada en la siguiente tabla.

**Tabla 2**

*Modalidades de turismo relacionadas al turismo rural*

Modalidad	Descripción	Ejemplo
Agroturismo	Relacionadas a las actividades agropecuarias que permiten al visitante involucrarse y convivir con los pobladores locales mientras las desempeñan.	Siembra, cosecha, ordeño, pastoreo, entre otros.
Turismo deportivo	Práctica de cualquier deporte realizado en el área rural.	Cicloturismo, cabalgata, caza, pesca deportiva, entre otros.
Turismo de aventura	Desarrollado en atractivos naturales acondicionados para su práctica que generan	Senderismo, montañismo, canopy, rafting,

	experiencias inolvidables.	entre otros.
Turismo cultural	Transmisión de conocimiento relacionado a las costumbres, tradiciones y creencias históricas que tiene la comunidad visitada.	Ritos religiosos, medicina natural, gastronomía típica, visita a sitios arqueológicos, entre otros.
Ecoturismo	Se prioriza la conservación ambiental de los recursos naturales del sector mediante la transmisión del valor que estos tienen para la comunidad.	Observación de aves, flora y fauna.

---

*Nota.* Elaborado a partir de Zambrano, Zambrano, Mieles y Castelo (2017).

Es preciso mencionar que las modalidades que se encuentran en la tabla no son las únicas que se practican en el sector rural debido a que existen otras tipologías de turismo que podrían incluirse como aquellas que se derivan de las enunciadas. En este sentido es preciso mencionar que el turismo cultural no es exclusivo de esta tipología debido a que la interacción entre turista y personas de la localidad puede darse en todas las modalidades de turismo indistintamente del área donde se desarrolle.

Por otra parte, algunas de las ventajas que origina el turismo rural son reconocidas por Calderón (citado en Vinasco, 2017) principalmente la generación de empleos para mujeres y jóvenes en mayor proporción que cualquier otro sector económico, ingresa fácilmente a todo mercado sin contribución económica alguna, promueve la generación de fuentes laborales especialmente en las zonas alejadas de las áreas rurales y los capitales económicos de inversión son bajos debido a que su principal insumo son los recursos naturales de la localidad.

Entonces se entiende al turismo rural como una modalidad turística que contempla el adecuado aprovechamiento de los recursos de una determinada localidad y de igual manera genera múltiples beneficios para la misma, en tal sentido ha se considera como un instrumento de desarrollo económico y social. Finalmente se interpreta que la característica que define al turismo rural es el sector donde se desarrolla, además comprende una amplia variedad de modalidades turísticas que se especializan según la línea temática que persigan.

### **2.2.2.3 Agroturismo**

Es frecuente la confusión entre turismo rural y agroturismo, pero como se expone en la tabla 2 el segundo forma parte del primero, con relación a esto Bullón (citado en Ramírez 2014) plantea: "Para evitar confusiones entre la definición de turismo rural y agroturismo es conveniente llamar al agroturismo como turismo rural participativo" (p.227). La causa de esta designación terminológica responde a la característica principal del agroturismo que es la convivencia del visitante con los pobladores en la producción agropecuaria e inclusive agroindustrial de las fincas, esta vinculación se da en forma activa, es decir, el turista practica las mismas actividades que realiza el agricultor.

Según Andrade y Ullauri (2015) el agroturismo se desarrolla en zonas rurales donde el visitante se relaciona con el agricultor al participar de forma activa en las labores del campo. En esta oferta se incorporan servicios complementarios y otras actividades recreativas con el fin de mejorar la experiencia turística. Así mismo este tipo de turismo se fundamenta en el principio de sostenibilidad que debe ser ejecutado por todos los involucrados en su práctica en el grado de responsabilidad que a cada uno le corresponda.

En esta conceptualización el autor afirma esta tipología se desarrolla en zonas rurales, sin embargo, al analizar los conceptos anteriores esto no resulta

una condicionante debido a que la característica principal del agroturismo es la práctica de actividades agropecuarias y la relación con el agricultor que se pueden dar sin problemas en sitios aptos para la práctica de esta modalidad ubicados a los márgenes de las ciudades que no son precisamente sectores rurales.

De acuerdo con Portuguez (citado en Mauro y Oliveira, 2016) el agroturismo es:

El tipo de turismo rural practicado dentro de las propiedades, para que los turistas y/o excursionistas, incluso por un corto período de tiempo, se pongan en contacto con la atmósfera de la vida agrícola, integrándose de alguna manera con sus hábitos locales. (p.30)

En relación con las interpretaciones anteriores se entiende que esta modalidad de turismo necesariamente implica actividades agroturísticas llevadas a cabo dentro de los cultivos de la población local. Durante esta convivencia entre el turista y el agricultor se da un intercambio cultural gratificante para el visitante.

Para Muñoz (como se citó en Vinasco, 2016) el agroturismo contiene actividades de conservación ambiental debido a que hace uso de los recursos naturales de la comunidad razón por la cual debe procurar su preservación para asegurar su disfrute en el futuro, de igual manera incluye aquellas actividades de administración que permitan el adecuado desarrollo de la actividad turística y demás actividades económicas.

Por otra parte la comercialización del agroturismo ha sido un aspecto determinante que ha impedido que este tipo de turismo se difunda en el mercado nacional en internacional, en relación a esto El Diario El País en una

publicación realizada en el año 2015, citado por Vásquez y Mota (2017) menciona que las comunidades que ofertan esta modalidad de turismo para vender su producto agroturístico en el mercado han estructurado redes turísticas comunitarias formando empresas de intermediación para facilitar el proceso de comercialización, mejorar la calidad de la experiencia turística y fomentar estas iniciativas comunitarias, estableciendo compromisos de beneficios colectivos . Proyectos comunitarios como Runa Tupari en Ecuador, Viva Atlitlán en Guatemala y Actuar en Costa Rica practican estas estrategias. Además, existen casos donde estas redes turísticas comunitarias establecen alianzas con tour operadoras privadas.

Como se señaló anteriormente en nuestro país el agroturismo es una de las 11 líneas de productos turísticos que se intenta impulsar según el PLANDETUR 2020, sin embargo, no se establecen las acciones mediante las cuales se pretende materializar este objetivo por este motivo resulta pertinente elaborar políticas turísticas que atiendan a problemáticas específicas de esta alternativa de turismo como es la comercialización de productos agroturísticos.

### **2.2.3. Servicios turísticos en el sector rural**

Es pertinente abordar sobre los servicios en el sector turístico debido a que la implementación de la hacienda turística comprende la oferta de algunos de ellos con la finalidad de ofrecer una verdadera experiencia al turista.

Por lo tanto, es preciso comprender su definición tomando de referencia a Báez (2017) que 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. Un servicio posee varias conceptualizaciones, esto depende del el área o el

ámbito en que se lo emplee, como ejemplos se tiene actividades del ámbito turístico y económico. (p.11)

Con respecto al servicio turístico Escobar (2018), “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” (p.10).

A partir de estas definiciones, se entiende por servicios turísticos a aquellas prestaciones o acciones realizadas por una empresa con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas del turista para que su visita o estadía en el destino sea placentera. También, podemos definir como el conjunto de facilidades que permiten el disfrute pleno de los atractivos turísticos.

Es preciso destacar que los servicios turísticos que se ofertan en el sector rural presentan ciertas diferencias en comparación de un hotel tradicional justamente por el lugar donde se desarrollan. Por lo tanto, deben guardar las siguientes características:

#### **a) Alojamiento**

El alojamiento rural es característico por el tipo de construcción y el diseño de interiores que deben estar acorde a la zona de implementación, en la cual predomina materiales como la madera, tejas de barro cocido, con estilo rústico, etc. Las ventanas y puertas deberán ser colocadas de tal manera que el paisaje sea visto en primer plano, puesto que el entorno natural es uno de los principales atractivos para los visitantes. Por otra parte, este establecimiento de hospedaje permite el rescate de infraestructura existente y la adecuación de esta para su funcionamiento (García B, 2005).

### **b) Restauración o servicio de bebidas y alimentos**

La restauración rural comprende pequeños restaurantes que utilizan los productos agrícolas de la zona, permitiendo que el visitante deguste de la gastronomía local, así como preparaciones de platos tradicionales siguiendo recetas ancestrales (Universidad Austral de Chile, s/a).

### **c) Guianza turística**

Este servicio está relacionado directamente con la visita de cultivos y creación de espacios donde los turistas puedan ser partícipes de las tareas agrícolas que forman parte del diario vivir de la población local (Universidad Austral de Chile, s/a).

Como se aprecia este tipo de servicios turísticos presenta características particulares que en conjunto permiten responder a los requerimientos de la demanda que prefiere realizar actividades turísticas alejadas de la monotonía de la ciudad.

## **2.2.4 Tipos de alojamientos en zonas rurales**

Los servicios turísticos constituyen uno de los elementos que motivan a la demanda a realizar la visita, además contribuyen a la satisfacción del turista. Con relación a esto para Cedeño (citado por Vasquez y Mota, 2017) el surgimiento de servicios turísticos complementarios en las zonas rurales como establecimientos de alojamiento (posada, hacienda, hotel entre otros), restaurantes, tiendas de artesanías y actividades recreativas resulta del desarrollo de modalidades turísticas que se desprenden del turismo rural entre las que consta el agroturismo.

Al respecto se entiende que el turismo en cualquier área que se implemente como actividad económica origina emprendimientos turísticos para cubrir las necesidades de la demanda y a su vez generar ingresos a la población local. Este hecho resulta más favorable en las zonas rurales debido a que en estos territorios se percibe la desigualdad económica y social en comparación con las zonas urbanas en cuanto a prestación de servicios básicos y diversificación económica razón por la cual contribuye a mejorar su calidad de vida.

Así mismo en el estudio realizado por Renda y Teotónio (2017) acerca del alojamiento turístico se reconoce al turismo rural como un factor de desarrollo en espacios donde tradicionalmente se viven situaciones de carencia económica y desigualdad social, siendo a su vez limitados a actividades económicas netamente agropecuarias, es así como la instauración del servicio de alojamiento se convierte en el emprendimiento más factible y en el cual se desempeña la mayoría de la población local, además significa una forma de disminuir el nivel de migración de los habitantes al generar fuentes de trabajo e incrementar los ingresos económicos. Estos emprendimientos atraen considerablemente flujos turísticos y se convierten en servicios complementarios dentro de destinos turísticos reconocidos que se localizan cerca de zonas urbanas.

Al analizar los aportes de ambos autores se concluye que el alojamiento es el servicio complementario que mayormente es solicitado por los visitantes quizá porque la convivencia que busca el turista con la comunidad requiere un período de tiempo pertinente para conocer de manera más detallada la idiosincrasia de la población local incluyendo su aspecto cultural e identitario, razón por la cual se hace necesaria la pernoctación en el área rural.

Por este motivo este servicio es el emprendimiento más popular entre la población local debido a que requiere menos capital de inversión pues los campesinos simplemente alquilan una de las habitaciones de sus casas para alojar al turista y a su vez le brindan los servicios de alimentación, mientras el visitante realiza las actividades cotidianas de los agricultores durante su estancia.

En el contexto nacional según la clasificación realizada por el Ministerio de Turismo los alojamientos turísticos que se localizan en zonas rurales son:

#### **2.2.4.1 Hostería**

Para el Ministerio de Turismo (2016) en el Reglamento de alojamiento turístico lo define a la hostería como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (p.9)

En el reglamento que se encuentra vigente no se menciona explícitamente que este establecimiento debe localizarse dentro de una zona rural, pero se nombra jardines y áreas verdes requerimientos que no se señalan en la clasificación de hoteles, por eso se entiende que está ubicado en ambiente natural o al menos lejos de los centros urbanos. En el documento se debería especificar la zona de ubicación para que esta condición sea la que marque la diferencia con los hoteles, además para evitar confusiones y dudas en los emprendedores que pretenden implementar un establecimiento de

alojamiento y a la hora del registro resulta difícil comprender la categorización que designa la autoridad de turismo.

#### **2.2.4.2. Lodge**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (Ministerio de Turismo, 2016, p.9)

A diferencia de la clasificación anterior para el Lodge efectivamente se establece como ubicación ideal los espacios naturales, debido a que las actividades que ofertan requieren obligatoriamente de un ambiente natural para su ejecución como la observación de flora y fauna que se entiende se desarrollará durante las caminatas.

#### **2.2.4.3 Hacienda turística**

De acuerdo con el Reglamento de alojamiento turístico una hacienda turística es:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra,

huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (Ministerio de Turismo, 2016, p.9)

Esta clasificación se ajusta perfectamente a la finalidad principal del presente proyecto que consiste en aprovechar los productos agrícolas de la parroquia para generar ingresos complementarios a la población, a través del diseño de una oferta turística diferente a la habitual centrada en los cultivos predominantes de la localidad como el café, frutos, yuca y cabuya. Por otra parte, se incorpora los recursos patrimoniales, históricos y culturales pues el territorio cuenta con sitios de interés turístico que poseen estas características.

Finalmente, la convivencia con la comunidad se evidenciará en la práctica misma del producto turístico que se propone pues en todas las actividades se interactúa con los pobladores ya sea en los recorridos por los cultivos, como en las visitas a los atractivos más importantes de la parroquia.

Una HA como es la nomenclatura para hacienda turística puede conseguir una categorización de 3 hasta 5 estrellas si cumple con todos los requerimientos establecidos por el Ministerio de Turismo que se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 3**

*Requisitos para la categorización de la hacienda turística*

---

Requisitos	5	4	3
	Estrellas	Estrellas	Estrellas

---

Requerimientos de infraestructura			
Instalaciones generales			
Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento	X	X
	Para suministro general de energía eléctrica en servicios básicos: salidas de emergencia, pasillos y áreas comunes.		X
Sistema de protección contra incendios.		X	X
Acondicionamiento técnico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial.		X	X
Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/actividades:		9	7
1) Piscina			4
2) Hidromasaje			
3) Baño turco			
4) Sauna			
5) SPA			
6) Local comercial a fin a la actividad (Agencias de viajes, artesanías, etc., se considera como un solo servicio a uno o más locales comerciales)			
7) Salones o áreas para eventos			
8) Vinculación a una actividad agropecuaria			
9) Realizar caminatas			
10) Realizar cabalgatas			
11) Realizar rodeos			
12) Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento			
13) Equipo de uso diario para realizar las			

actividades del establecimiento (botas de cuacho y ponchos de agua)

14) Juegos de salón (mesas de billa o billar, mesas de ping pong).

Accesos			
Una entrada principal al área de recepción para clientes, y otra entrada de servicio.	X	X	
Áreas de clientes			
Áreas de clientes – General			
Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario).	X	X	X
Restaurante Que incluya servicio de cafetería. dentro de las instalaciones del establecimiento	X	X	X
Carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés	X	X	
Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimentarias bajo pedido del huésped.	X	X	X
Área de bar dentro del establecimiento.	X	X	
Área de clientes – Habitaciones			
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	6%	4%	2%
Habitaciones Privadas con cuarto de baño y aseo privado	X	X	
Privadas con cuarto de baño privado o compartido.			X
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural y calefacción mecánica y/o natural.	X	X	X
Internet en todas las habitaciones.	X	X	

Caja de seguridad en habitación.	X	X	
Casilleros de seguridad o caja fuerte en la recepción.			X
Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación.	X	X	X
Almohada extra a petición del huésped.	X	X	X
Portamaletas.	X	X	X
Clóset y/o armario.	X	X	X
Escritorio y/o mesa.	X	X	
Silla, sillón o sofá.	X	X	X
Funda de lavandería.	X	X	X
Luz de velador.	X	X	X
Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.	X	X	
Cortinas o persianas, pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			X
Servicio telefónico o sistema de comunicación que permita la comunicación desde la recepción hacia la habitación y viceversa.	X	X	X

---

Áreas de clientes – Cuarto de baño y aseo privado

---

Agua caliente disponible en ducha y/o tina y lavabo en cuarto de baño y aseo privado.	X	X	X
Iluminación independiente sobre el lavamanos.	X	X	
Juego de Cuerpo	X	X	X
toallas por Manos	X	X	X
huésped Cara	X		
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha	X	X	X
<i>Amenities</i> de Shampoo			
limpieza Jabón	X	X	X
Vaso por huésped	X	X	X

---

Papel higiénico de repuesto	X	X	X
Acondicionador	X	X	
Enjuague bucal	X	X	
Gorro de baño	X		
<b>Servicios</b>			
Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.	X	X	X
Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.	30%	20%	10%
Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	25%	15%	10%
Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, consejería, o guardianía las 24 horas.	X	X	
Todos los establecimientos residuales ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado deberán contar con	X	X	
Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.	X		
Servicio de alimentos y bebidas a la habitación con servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	X		
Servicio de alimentos y bebidas a la habitación.		X	
Plan de seguridad y atención de emergencias.	X	X	X
Servicio de primeros auxilios.	X	X	X

Señalética de los servicios y áreas de uso común del establecimiento.	X	X	X
Cuenta con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y debido y/o <i>vouchers</i>	X	X	
Servicios de lavandería propio o contratado	X	X	
Servicio de Propio o contratado	X	X	
planchado Plancha a disposición del huésped			X
Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.	X	X	
Silla de ruedas disponible para el uso del huésped.	X	X	
Servicio Cama extra	X	X	
adicional a Cuna	X	X	
petición del Silla de bebé huésped.	X	X	

La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.

---

*Nota.* Elaborado a partir del Reglamento de alojamiento turístico (2018).

Al analizar los condicionamientos en infraestructura, equipamiento y servicios determinados por el MINTUR el requisito que representa mayor esfuerzo es la oferta de actividades/servicios porque especifica el tipo y número para cada categoría, representado algunas de estas un importante monto especialmente para pequeños emprendimientos, por mencionar el sauna, hidromasaje y spa.

Debido a la complejidad de los requisitos se ha optado por la categoría de 3 estrellas puesto que para iniciar el emprendimiento las otras categorías demandan de una mayor inversión económica. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de subir de categoría a partir del éxito que logre el establecimiento.

### **2.2.5 Estudio de factibilidad**

Hoy en día la evaluación y análisis de proyectos de inversión se han convertido en un tema de gran interés e importancia en el ámbito empresarial,

puesto que, es inherente a este tipo de proyectos la incertidumbre de las posibilidades de éxito o fracaso, volviéndose necesario llevar a cabo procesos que faciliten la toma de decisiones en función de su implementación.

Existen diversos conceptos respecto a factibilidad, así Salazar (citado en Guerra, 2015) menciona que es, “El análisis para determinar si los proyectos son o no técnica, financiera, económica, social, ambiental y jurídicamente viables” (p. 21).

De acuerdo con Castañeda y Macías (2016) sobre la toma de decisiones de inversión:

Una de las más grandes que una persona puede afrontar, es emprender un negocio, lanzar un nuevo producto o fortalecerlo. Para tomar esta decisión lo más adecuado es elaborar un estudio de factibilidad que sirva como base para saber si es conveniente y posible comenzar la empresa, y conocer las condiciones adecuadas y más convenientes en que hay que hacerlo. (p. 19)

Entonces, se puede definir al estudio de factibilidad como el análisis que orienta a una persona o empresa a efectuar o no una idea de negocio, es decir, brinda un panorama que define los beneficios o desventajas cualitativos y cuantitativos, relacionándose este último con las ganancias o pérdidas que presenta un proyecto, los mismos que indican si vale la pena invertir. En el caso del mejor escenario, permite identificar las acciones para optimizar al máximo los recursos con los que se cuenta para un desarrollado exitoso, y sin olvidar la conservación de los recursos y el medio ambiente donde tendrá influencia, respondiendo a la parte legal. Por lo antes mencionado, es de suma importancia su aplicación si de iniciar en el mundo de los negocios se trata.

Por otro lado, el estudio de factibilidad tiene como objetivo saber si se puede producir algo, conocer si la gente lo comprará, determinar si contribuirá con la restauración, conservación y/o protección de los recursos naturales y el ambiente, aprovechar los recursos, reconocer las debilidades del proyecto para reforzarlos, minimizar los riesgos y obtener beneficios (Villagrán, 2015).

La factibilidad reúne una serie de estudios para cumplir con su objetivo, que no solo comprende el aspecto económico financiero, también abarca indagaciones tanto técnicos (relacionados directamente con el lugar donde tendrá presencia el proyecto) como operativos (determinado con la disponibilidad de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto). Además, se considera el análisis del micro y macroentorno de la empresa y la planeación estratégica del negocio.

Por lo tanto, su estructura está compuesta por el estudio de mercado, el técnico y un estudio económico financiero, y la evaluación a través de indicadores económicos como son el VAN y la TIR. Para que la evaluación de un proyecto de inversión resulte exitosa se necesita conocer la viabilidad de cada una de las áreas mencionadas, debido a que el logro de una permite la consecución de otra, y de esta forma lograr que el proyecto en general sea factible.

Para mayor comprensión del tema a continuación, se exponen los estudios que se deben efectuar de una manera ordenada y sistematizada para saber si es favorable invertir recursos en un determinado proyecto.

#### **2.2.5.1. Estudio de mercado**

Al referirnos al estudio de mercado debemos entender que de manera general hace alusión a la recopilación de información general y específica

sobre el consumidor, el producto y servicio. Es aquí donde se evalúa todo sobre los clientes potenciales, acerca de sus gustos, hábitos de consumo, necesidades no cubiertas por la competencia y qué tipo de estrategias realizar para atraerlos y satisfacer sus necesidades y expectativas. Por lo tanto, este proceso se convierte en una herramienta imprescindible para conocer a profundidad al consumidor final y debe ser previo a la puesta en marcha del negocio, para no poner en juego recursos personales o inclusive el de más de una persona.

Según Meza (2017) la investigación de mercados hace referencia:

Al estudio de la demanda, oferta y precios de un bien o servicio. Constituye la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. (p. 25)

Se considera que el primer paso a realizar en un estudio de factibilidad es la investigación de mercado, pues se debe tener la certeza que el producto o servicio tendrá aceptación por un determinado segmento de mercado, es decir, un grupo de personas que prefieran un servicio o producto, los cuales sustenten la implementación del proyecto y, además, es necesario que sea efectuado continuamente debido a que el comportamiento y gustos del cliente son cambiantes y deben ajustarse a las nuevas tendencias y requerimientos. De no ser de este modo, automáticamente indica que el proyecto no es factible porque carece de base económica.

#### **2.2.5.1.1. Segmentación del mercado**

Actualmente, las empresas se han dado cuenta que no es posible atender a todos los tipos de compradores, por tanto, se han enfocado a

satisfacer las necesidades y expectativas de un determinado grupo de clientes, por esta razón es preciso dividir al mercado según determinadas características de los consumidores para poder diseñar productos y servicios apegados a sus exigencias e identificar estrategias de marketing para dirigirse de una forma eficiente a su mercado meta.

Bernal (2017), define a la segmentación de mercado como “La separación de un mercado total en grupos pequeños y homogéneos respecto a necesidades, deseos y comportamiento similares. Para conocer realmente a los consumidores. Es un elemento clave para el éxito, si la empresa segmenta adecuadamente su mercado” (p. 41).

Posiblemente, en este momento la incertidumbre que surge es cómo realizar esta fragmentación del mercado, por ello es importante identificar las características similares que el autor citado en el párrafo anterior menciona. Estos aspectos en común, que son las necesidades, expectativas y conductas del consumidor han sido agrupados en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de comportamiento para una correcta determinación del mercado objetivo.

**Tabla 4**

*Principales variables de segmentación de mercado*

Variable	Elementos
Geográficas	Divide al mercado según unidades geográficas como regiones, países, ciudades, parte urbana o rural, clima, etc.
Demográficas	Divide al mercado en función del género, edad, ocupación, ingresos,

	educación, grupo étnico, religión, estado civil, etc.
Psicográficas	Divide al mercado de acuerdo con el estilo de vida, clase social y personalidad.
De comportamiento	Divide al mercado según los conocimientos, actitudes, beneficios buscados, nivel de uso (cliente nuevo o antiguo) frecuencia de uso, lealtad por el producto, etc.

---

*Nota.* Elaborado a partir de Kloter, Bowen, Makens, García y Flores (2015).

Cabe recalcar que no existe una única regla que establezca cuantas variables y el número de elementos que se deban utilizar para una segmentación, de modo que son los responsables del proyecto quienes escogerán las más apropiadas según el producto o servicio que oferten y al mercado al cual deseen dirigirse.

Conocer las necesidades del cliente es el principal objetivo de este estudio, sin embargo, no es suficiente para obtener un resultado exitoso y más apegado a la realidad. Por consiguiente, el estudio de mercado no solo hace énfasis en los consumidores y el producto o servicio que se va a ofertar. También, analiza el microentorno de la empresa como son los proveedores, competidores y canales de distribución o medios por los cuales se pone el producto a disposición del cliente.

#### **2.2.5.1.2. Análisis de la competencia**

Al ser los competidores parte del mercado al igual que los clientes potenciales y los productos o servicios, resulta indispensable investigar este componente, porque influye directamente en la toma de decisiones en cuestión de precio y procesos de elaboración y distribución del bien o servicio.

Consecuentemente, conocer todos estos aspectos de aquella empresa que pelea un mismo mercado, permitirá obtener una ventaja competitiva, es decir, estar un paso adelante que la competencia.

Cuando una persona decide emprender es necesario que sepa con certeza qué elementos o indicadores evaluar sobre la competencia. Así pues, los aspectos a analizar tienen que ver con la estructura del mercado, análisis estructural, el precio y el servicio como tal (Rodríguez F. , 2018).

- Estructura de mercado. Se establece la identidad de los competidores directos, siendo aquellos que ofrecen un bien o un servicio similar a un mismo mercado objetivo o competidores indirectos como empresas que ofrecen productos “sustitutos” que cubren las necesidades del mismo cliente. También, distinguir si estos establecimientos son nacionales, multinacionales, con productos nuevos o tradicionales, con marca registrada, etc. Igualmente, Rodríguez, expone que es importante indagar si nuevas empresas se introducirán en el mercado en un futuro.
- Análisis estructural. Determinar la cantidad de competidores, la cuota de mercado de las empresas, nivel de ventas, valor del patrimonio, todo esto con la finalidad de conocer que empresas mantienen el control del precio y sobre el mercado.
- Precio. Este elemento es muy importante debido que está ligado directamente a la sensibilidad del consumidor.
- Calidad. El consumidor prefiere un producto o servicio que ofrecen valor, evalúa la relación precio-valor, es decir, los beneficios y costos de una empresa con relación a su competencia.

En la determinación de los principales competidores se suele pasar por alto a la competencia indirecta, convirtiéndose en un error que puede interferir en la captación del mercado objetivo, debido a que estas empresas con

productos alternativos satisfacen la misma necesidad del consumidor. De manera que, las estrategias comerciales que ejecute este tipo de competidores pueden afectar a las estrategias de su rival.

Mediante los indicadores financieros que componen el análisis estructural, la empresa reconoce a cuál de sus competidores otorgar mayor importancia y atención con el objeto de desarrollar estrategias para ser competentes e incluso superarlos. Por otro lado, podemos saber dónde la competencia tiene menor influencia y descubrir nuevos nichos de mercado, nuevos productos o servicios que antes estas empresas no ofrecían y que nuestra idea de negocio ahora va a hacerlo.

El precio y la calidad son unos de los parámetros más importantes de la competencia, pues en ellos radica la decisión de compra por parte del cliente. Actualmente, la estrategia diferenciadora basada en el precio no es una de las mejores decisiones para la empresa, debido a que siempre habrá otro establecimiento que ofrecerá un precio menor, genera menor ganancias, resta credibilidad al producto o servicio y ocasiona una guerra de precios en el mercado. Por ello, los expertos en marketing proponen ofrecer valor a los bienes o servicios y no un precio, que consecuentemente el valor está vinculado a la calidad.

Aspectos, que el autor no menciona y son imprescindibles de tener conocimiento son las estrategias de marketing mix (producto, precio, distribución y promoción) que realiza la competencia. A través de ellas, es posible identificar las debilidades o fortalezas en temas de promoción, canales de distribución, cartera de negocio que oferta, entre otras. De esta manera, adoptar a nuestra empresa aquellas que son eficientes y evitar las que no generan resultados favorables.

El análisis de la competencia al igual que el análisis de los clientes potenciales, se lo realiza periódicamente debido a que los competidores están en constante innovación y como empresa se debe hacer frente. Erróneamente, se suele pensar que este análisis solo tiene origen cuando se va a incursionar en un nuevo mercado.

#### **2.2.5.1.3. Determinación de variables**

A lo largo de esta sección se ha abordado qué se debe hacer para identificar adecuadamente a los consumidores y competidores, ahora corresponde definirlos y concretarlos, para lo cual se debe establecer variables que permitan obtener los datos deseados y tener como resultado el mercado potencial de la empresa.

Citando a Fernández ( 2017), “La determinación de variables en el estudio de mercado son de gran importancia para el futuro de nuestro negocio” (p. 7). Las variables que se enlistan a continuación son aquellas que según el autor deben ser cuestionadas para la obtención de información.

- El volumen, en número: ya sea un mercado local, nacional o internacional.
- Quién compra el producto o servicio.
- Qué tipo de persona es el cliente
- En qué lugar se encuentran
- Quiénes ofrecen productos o servicios similares.
- Porcentaje de distribución de la cuota mercado entre los competidores.
- Qué piensa el cliente sobre el negocio
- Nivel de satisfacción del público objetivo con las empresas actuales.
- Precio que los clientes están dispuestos a desembolsar por el producto o servicio.
- Capacidad de compra que tiene el cliente.
- Medios por los cuales los clientes se enteran del producto.

- Qué le diferencia a mi producto o servicio de la competencia.
- Qué factores económicos, sociales, políticos, tecnológicos y ambientales pueden afectar al proyecto.
- Frecuencias de consumo del producto o servicio

#### **2.2.5.1.4. Estructura del estudio de mercado**

A continuación, se muestra la estructura del estudio de mercado.

- 1. Producto:** lo que se va a ofrecer en la empresa
- 2. Análisis de la demanda:** el segmento de mercado al cual va a estar dirigido el proyecto. En este punto se debe definir la demanda actual y la demanda proyectada.
- 3. Análisis de la oferta:** identificar la oferta actual y futura por medio de un mapeo de la competencia en donde el proyecto se desarrollará.
- 4. Análisis de la demanda insatisfecha:** determinar el mercado insatisfecho, para conocer la factibilidad del proyecto que estará dada en función de ello.
- 5. Comercialización del producto:** establecer las estrategias para la venta del producto o servicio.

De esta manera el estudio de mercado contribuye a minimizar el riesgo que presenta el proyecto de inversión, puesto que sirve de apoyo u orientación para que el gerente de proyectos tome decisiones con base a información objetiva del mercado y no de manera intuitiva.

#### **2.2.5.2. Estudio técnico**

Una vez terminado el estudio de mercado se procede a realizar el estudio técnico que en esencia define la obtención del producto y/o servicio, en otras palabras, el proyecto de inversión en este estudio debe mostrar dónde, cómo, cuánto y con qué se va a producir el servicio deseado. Todos estos aspectos están en función de la información obtenida en la primera

investigación y deben ser tomados en consideración para determinar todos los procesos productivos.

Esta investigación es fundamental, porque tiene que ver con la localización y tamaño de las instalaciones; incluyen los factores influyentes para el desarrollo del proyecto, entre ellos la compra de maquinaria y equipo, los métodos para determinar el tamaño de la planta, localización y distribución. Finalmente, se investigan los procesos de producción que podrían operar para el proyecto de inversión (Echeverría, 2017). Por lo tanto, tiene que ver con todo lo que se relaciona al análisis de los procesos de operatividad y funcionamiento del proyecto.

Este estudio está compuesto por la localización del proyecto, tamaño del proyecto, selección de tecnología para los procesos de elaboración del producto o prestación del servicio y el diseño del organigrama.

#### **2.2.5.2.1. Localización**

La localización es una variable muy importante por analizar, en gran medida su elección determina el éxito o fracaso de un proyecto, puesto que, define la factibilidad económica financiera. De una localización óptima se puede aprovechar los recursos y las facilidades existentes, resultando para el proyecto incurrir en menos costos para su instalación. Por lo tanto, debe responder a diferentes criterios principalmente económicos, entre ellos también estratégicos y estar acorde a las características del mercado consumidor.

Es así como, a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, este no debe estar condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos,

mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio. (Meza, 2017, p. 26)

Para la localización de proyectos, se considera dos etapas básicas.

**Macro localización.** Toma como base escasos detalles para la ubicación del proyecto, es decir, considera condiciones regionales referentes a la oferta y demanda y en infraestructura existente, seleccionando la zona que mayores ventajas represente para el proyecto.

**Micro localización.** Define el diseño del proyecto de manera detallada, es decir, indica el sitio preciso del proyecto, considerando aspectos más particulares al terreno como disponibilidad de materias primas, fuerza de trabajo, fuentes de energía, transporte y comunicación, régimen impositivo y legal, factores ambientales, entre otros.

Dicho de otra manera, la primera consiste en establecer la zona en general y la micro localización determina el punto preciso dentro de la zona, lugar donde se encontrará el proyecto. El correcto análisis de estas etapas ayudará a decidir aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

#### **2.2.5.2.2. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producir un bien o prestar un servicio, es decir, la cantidad de productos o servicios ejecutados, consecuentemente el tamaño responde a la oferta y demanda del producto. Además, su tamaño dependerá de las dimensiones de las instalaciones y la disponibilidad de recursos tecnológicos y económicos que se dispongan para llevar a cabo el proyecto.

Es importante definir el tamaño del proyecto pues tiene una relación directamente proporcional a la inversión y sus costos, así mismo debe ser de un tamaño óptimo que atienda a la demanda según lo muestre el estudio de mercado y que garantice la mayor rentabilidad del proyecto.

El tamaño óptimo de un proyecto es la capacidad instalada que permite minimizar los costos totales, incluyendo la inversión inicial, o que maximice la rentabilidad económica. Se expresa en cantidad de producción por unidad de tiempo, el cual suele exponerse de manera anual. (Izar, 2016, p. 80)

#### **2.2.5.2.3. Ingeniería del proyecto o selección de tecnología**

Este punto implica un análisis desde la perspectiva de los recursos y conocimientos técnicos que tenga disponibles la empresa que permitan producir el producto o servicio. Según Lara (como se citó en Montaña y Troya, 2020) menciona que la ingeniería de proyecto:

Es la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, es decir, analiza todo el proceso productivo, determinando los suministros, los procesos para desarrollar el servicio del proyecto, el elemento humano, el tratamiento y almacenaje de los productos y las decisiones sobre los desechos productivos. (p.44)

Es importante mencionar que la selección de la tecnología, maquinaria y equipos debe estar en relación con el volumen de la demanda, disponibilidad de mano de obra, tamaño del proyecto y disponibilidad financiera y, en consecuencia, es posible determinar cuál es técnicamente el proceso óptimo (Maeza, 2017).

La selección de tecnología es un proceso muy importante en el estudio técnico, debido a que permite buscar la forma de optimizar la utilización de

todos los recursos disponibles que se usarán en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio.

#### **2.2.5.2.4. Diseño de la estructura organizacional del proyecto**

Una vez determinado el tamaño más propicio para el proyecto es preciso definir el personal necesario y apropiado para desarrollar de manera eficiente y eficaz cada una de las actividades que permitan el funcionamiento de la futura empresa turística. Cabe mencionar, que el diseño inicial de una estructura administrativa no es de forma permanente, pues con la evolución de la empresa se analizarán la disminución de servicios, así como la implementación de otros, en caso de ser necesario para el establecimiento.

El diseño de la estructura organizacional de la empresa se realiza mediante un organigrama en el cual se muestra la cantidad de personas que va a requerir y su respectiva jerarquización y subordinación, es decir, en esta representación gráfica se establece los cargos de cada uno de los miembros de la empresa, su nivel de responsabilidad y la autoridad de puestos.

De acuerdo con Izar (2016), “La estructura organizacional que se establezca será muy importante para alcanzar los objetivos y metas del proyecto. Define la inversión inicial requerida, así como el monto de gastos de operación” (p. 116). El gasto que representa el personal de trabajo no debe faltar en el cálculo de la inversión inicial, debido a que este variará en gran medida este resultado final, por lo cual, es indispensable para el análisis económico financiero.

Entonces, el estudio técnico constituye una parte muy importante en la evaluación de proyectos de inversión, dado a que a través de él se puede

establecer la infraestructura necesaria para poder atender a su segmento de mercado objetivo.

### **2.2.5.3. Estudio económico financiero**

Ya obtenida toda la información necesaria del estudio de mercado y estudio técnico se efectúa el estudio financiero, que consiste en la obtención del monto de inversión, flujos de efectivos o también entendido como los ingresos y egresos que genera la actividad empresarial, las formas de financiamiento para la construcción y funcionamiento y la evaluación de la inversión y utilidad.

El estudio económico y financiero de un proyecto hace referencia al proceso en el cual se busca obtener la mejor alternativa a través del uso de criterios universales; es decir, implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de diferente manera, trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros. (Echeverría, 2017, p.184)

Ante lo mencionado, se expone que este estudio ayuda a la toma de decisiones importantes, entendiéndose a la decisión de inversión y a la decisión de financiamiento.

Para comprobar que el proyecto es factible en términos monetarios, los métodos tradicionales que han sido usados desde el año 1951 para la evaluación de proyectos de inversión son indicadores económicos como: el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno. (Peña, 2017, p. 11)

### **2.2.5.3.1. Indicadores económicos**

Los dos indicadores se basan en la estimación de los flujos de caja o también denominado flujo de efectivo, en este se detalla el monto de dinero que el proyecto pretende que ingrese y de la misma forma los egresos que genere su actividad en un determinado tiempo.

El flujo de caja es una herramienta financiera que permite identificar la capacidad del proyecto de presentar disponibilidad o deficiencia de efectivo, muestra el saldo de los ingresos menos los egresos generados por la actividad productiva de una empresa (Hirache, 2013).

Su elaboración implica realizar pronósticos de los flujos netos (ingresos y costos) mediante proyecciones del número de ventas de acuerdo con los resultados arrojados por el estudio de mercado y las proyecciones de los egresos tomando en cuenta todas las actividades que generan gastos tanto administrativos, como de operación, mano de obra y otros gastos indirectos. La diferencia resultante entre los ingresos y egresos permitirán conocer la rentabilidad de la inversión, así como el periodo de recuperación de esta.

**Valor actual neto.** Más allá del concepto es necesario comprender la importancia de este indicador económico, pues este denota si el proyecto percibirá o no ganancias. Para comprender este término, es preciso mencionar que no es lo mismo tener una cantidad de dinero hoy que en el futuro, puesto que esa misma cantidad representará un valor menor a largo plazo, debido a los factores del macroentorno como es la inflación en la economía a la que un país se ve expuesto.

El valor actual neto o VAN por sus siglas, según López y Lankenau (2017), “Es el valor presente de los flujos netos (ingresos-costos) que se estima que se obtendrán en el futuro, utilizando una tasa de descuento” (p.14).

La tasa de descuento también conocida como costo de capital o tasa de pago es una variable de mucha importancia en la evaluación financiera de proyectos de inversión, porque por medio de ella se va a descontar los flujos netos del proyecto, al aplicar un interés ya sea por un préstamo bancario o por la misma inflación, es decir, reduce el valor tanto de los beneficios como de las pérdidas netas en años futuros. (Izar, 2016). Por ello, tanto los ingresos que se percibirán como los egresos que se generen en el futuro deben ser tratados como valores del presente para desarrollar una adecuada evaluación sobre las alternativas de inversión.

Entonces, para analizar este indicador debemos tener en cuenta el siguiente criterio que establece que cuando el valor del VAN es mayor a la inversión significa que el proyecto es factible, entendiéndose que el capital invertido se recupera conforme a la tasa de descuento acordada, presentando un excedente económico, es decir, sobre la inversión garantiza una tasa de rentabilidad. Por tanto, este criterio también mide las utilidades netas que tendrá el proyecto. De ser de lo contrario, es decir, menor a la inversión, no es factible.

**Tasa interna de retorno.** Conocida como TIR, es la tasa de rentabilidad o ganancia anual promedio que un proyecto deja a los inversionistas al invertir sus fondos en él y es comparable contra las expectativas de lo que se deseaba como mínimo obtener al invertir. Entendiéndose entonces al porcentaje que se gana con respecto a la inversión.

La TIR es la máxima tasa de interés que gana el capital no amortizado en un período de tiempo y conlleva a la recuperación del capital. Representa la rentabilidad del capital invertido durante el ciclo de vida del proyecto y el proyecto se acepta si la TIR es mayor que la tasa negociada (Peña, 2017).

El criterio de selección para este indicador corresponde al proyecto que tenga mayor TIR en comparación con el costo de capital o la tasa de descuento, de esta manera se garantiza la obtención de la tasa de rentabilidad exigida por el proyecto. Si la TIR es igual al costo de capital significa que el proyecto no presenta ni pérdidas ni ganancias, encontrándose en un punto de equilibrio, y si su resultado es inferior que la tasa de descuento este definitivamente no es rentable para su inversión.

Las dos fórmulas se relacionan de forma directa con el flujo de caja de los negocios y buscan hacer más preciso el cálculo del tiempo en que un negocio tardará en recuperar su inversión inicial. De esta manera, estos criterios son fundamentales para el inversionista en la toma de decisiones.

### **2.3 Fundamentación legal**

Para la implementación de la hacienda turística en Apuela es necesario realizar un análisis del marco legal vigente, que correspondes a las leyes, normas y procedimientos que rigen en el estado ecuatoriano con la finalidad de sustentar el desarrollo de la presente investigación bajo la normativa correspondiente.

#### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Constitución del Ecuador, 2008)

**Art. 74.-** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. (Constitución del Ecuador, 2008)

### **Acuerdo de cooperación para incrementar el flujo de turistas entre Ecuador y Francia firmado en mayo del 2019**

Las dos naciones se apoyarán con asistencia mutua, tanto en la preparación como en la realización de campañas de promoción de sus destinos, impulsando el intercambio de información, conocimientos y experiencia. Además de la ejecución de programas de capacitación para los profesionales de ambos países. Temáticas para trabajar: ingeniería turística, infraestructuras turísticas y hotelería, gastronomía, nuevas tecnologías e innovación en el sector, turismo de negocios, agroturismo, turismo deportivo y de aventura, entre otros (Ministerio de Turismo, 2019).

### **Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021-Toda una vida**

**Objetivo 5.** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, 2017)

Política 5.2. Diversificar la producción nacional, a fin de aprovechar nuestras ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, 2017)

**Objetivo 9.** Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, 2017)

Política 9.3. Crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, turísticos, ambientales, académicos y culturales, y las líneas de cooperación para la transferencia tecnológica, con socios estratégicos de Ecuador. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, 2017)

Política 9.4. Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, 2017)

## **PLANDETUR 2020**

**Objetivo 4.** Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales. (PLANDETUR, 2007)

### **Estrategia turística 7**

Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MIPE's y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística. (PLANDETUR, 2007)

## **Ley de turismo**

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

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional. (Ley de Turismo, 2014)

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

a. Alojamiento

b. Servicio de alimentos y bebidas

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones. (Ley de Turismo, 2014)

**Art. 19.-** El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (Ley de Turismo, 2014)

## **Reglamento General de Actividades Turísticas**

**Art. 1.-** Alojamientos. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento

con o sin otros servicios complementarios. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011)

**Art. 2.- Categorías.** - La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011)

### **Reglamento general de aplicación de la ley de turismo**

**Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.** - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2015)

**Art. 55.- Requisito previo para la operación.** - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente. (Reglamento General a la Ley de turismo, 2015)

**Ordenanza sustitutiva para la protección de la calidad ambiental en lo relativo a la contaminación por desechos no domésticos**

**Art. 11.-** Todo sujeto de control deberá obtener el Certificado de Registro Ambiental que otorga la Autoridad Ambiental Cantonal, como requisito indispensable para poder funcionar legalmente. El Certificado de Registro Ambiental, es una especie valorada que se obtiene al momento en que el establecimiento se registra ante dicha Autoridad. Tendrá un término de obtención de tres meses. El Permiso ambiental lo obtienen una vez demostrando su cumplimiento de los niveles máximos permisibles de contaminación, a través de un Estudio de Impacto Ambiental; Plan de Manejo Ambiental. (Ordenanza sustitutiva para la protección de la calidad ambiental en lo relativo a la contaminación por desechos no domésticos, 2014)

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

Durante el desarrollo de la investigación se ha recurrido a diferentes herramientas de recopilación de información que han seguido un proceso ordenado y racional permitiendo la consecución de datos útiles para determinar la factibilidad de la implementación de la hacienda turística en la parroquia Apuela. Sin embargo, las restricciones a causa de la pandemia de alguna forma han imposibilitado la recolección de información de primera mano, razón por la que se acudió mayormente a fuentes de información secundarias a fin de poder cumplir con los requerimientos de averiguación.

El enfoque de la presente investigación es mixto porque generó información cualitativa relacionada a las características socioeconómicas y turísticas de la parroquia Apuela a través del análisis de datos numéricos, con relación a esto Palacios, Romero y Ñaupas (citado en Ñaupas, Valdivia, Palacio y Romero, 2018) afirman que este tipo de investigación buscan combinar los métodos de la investigación cuantitativa con los de la cualitativa para complementarlos y brindar una calidad total en la investigación.

Por otra parte, Calero (citado en Cadena, Rendón, Aguilar, Salinas, De la Cruz y Sangerman, 2017) señala que la aplicación de cualquiera de estos métodos dependerá del momento de la investigación.

#### **3.1. Tipos de investigación**

Para ofrecer una visión más integral del área y objeto de estudio se utilizó varias tipologías de investigación que se mencionan a continuación.

### **3.1.1. Investigación aplicada**

Como señala Lozada (2014), “La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo” (p.35). La información que se obtuvo resulta útil para el GAD parroquial pues brinda un panorama del sector turístico, mediante el cual se podría diseñar proyectos que solucionen las principales problemáticas identificadas en el diagnóstico, así también esta información es de relevancia para el propietario del lugar donde se pretende crear la hacienda turística porque contribuye a tomar la decisión sobre su implementación.

Además, Díaz (2019) señala que esta tipología se caracteriza por crear técnicas o medios para dar solución a la problemática de estudio. En este sentido al finalizar esta investigación se podría conocer si la implementación de la hacienda turística efectivamente contribuye a disminuir la subutilización de los recursos naturales y productivos en Apuela.

### **3.1.2. Investigación de campo**

Cuando se utilizan datos que se recogen directamente de la realidad, por lo cual son denominados primarios. Su valor radica en que permite cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas. (Fresno, 2019, p. 83)

El cumplimiento de algunos de los objetivos precisa la visita al área de estudio para desarrollar actividades específicas como el inventario de los atractivos, la aplicación de los instrumentos de investigación, la georreferenciación del posible sitio de implementación de la hacienda y la realización del estudio y evaluación de impactos ambientales que genera el proyecto.

### **3.1.3. Investigación descriptiva**

Cabezas, Andrade y Torres (2018) expresan:

La investigación descriptiva es aquella que está elaborada de acuerdo con la realidad de un acontecimiento y su característica fundamental es la de indicar un resultado sea una interpretación correcta que está bien elaborada de forma clara y precisa para el momento de hacer un análisis sea legible por el lector. (p.41)

En el presente trabajo se describen las características socioeconómicas de la población local que de alguna manera permite conjeturar cuál es el impacto del proyecto en relación con las actividades económicas a las que se dedican y las necesidades que se cubrirán con la ejecución de este. De igual manera detallar la condición del sector turístico de la parroquia Apuela posibilita trabajar en las áreas que presenten debilidades.

Ñaupas, Valdivia, Palacio y Romero (2018) plantean que este tipo de investigación podría denominarse igualmente investigación diagnóstica porque realiza el levantamiento de datos. Entonces resulta evidente que esta tipología resulta útil para cumplir con el primer objetivo que es el diagnóstico situacional del sector turístico de la parroquia.

### **3.2. Métodos de investigación**

Según Mendizábal (como se citó en Trujillo, Naranjo, Lomas y Merlo, 2019) el método científico “Es el conjunto de procedimientos utilizados en un determinado estudio con la finalidad de producir conocimientos, al responder a las preguntas de investigación, concretar los propósitos e interactuar con el contexto conceptual” (p.46).

Este estudio desarrolló métodos tanto teóricos como prácticos para facilitar la comprensión del trabajo realizado. Con relación a esto es preciso mencionar que los procesos prácticos se detallan en el apartado de técnicas de recolección de datos y los instrumentos de investigación utilizados.

### **3.2.1. Métodos teóricos**

Los métodos teóricos aplicados son:

#### **3.2.1.1. Método analítico-sintético**

De acuerdo con Rodríguez y Pérez (2017), “El análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis” (p.9). En el análisis se describen todos los elementos y características del objeto de estudio, mientras que en la síntesis se identifican aquellas que son útiles para la investigación.

Esto se muestra en el proceso de diagnóstico del sector turístico de la parroquia que representa el todo, donde se determinó las condiciones de las variables de estudio como atractivos turísticos, infraestructura, oferta y demanda constituyendo la parte analítica, pero para el presente estudio los componentes más relevantes son la oferta específicamente de alojamientos turísticos y las preferencias de turistas que ocupan estos establecimientos que estarían inmersos en la demanda siendo el proceso sintético. Sin embargo, esto no significa que los demás componentes no sean importantes para la implementación del proyecto.

#### **3.2.1.2. Hipotético-deductivo**

En este método se establecen hipótesis a partir de los datos empíricos que a través de la deducción permiten formular pronósticos acerca del desarrollo del objeto de estudio, además es indispensable un proceso de comprobación a través de técnicas experimentales o trabajos de campo que

puede resultar negativas para la investigación, pese a esto los resultados obtenidos permiten establecer las fallas de la hipótesis inicial para replantearla (Rodríguez y Pérez, 2017).

La hipótesis que se formuló en este trabajo está relacionada con el objetivo general por lo tanto si se comprueba la factibilidad se podría implementar una hacienda turística en la parroquia Apuela. Una de las formas para comprobarla es la aceptación del proyecto por la demanda objetivo que se evidenció tras el análisis de los datos resultantes de la encuesta aplicada.

### **3.3. Técnicas de recolección de datos**

En este estudio se aplicó las siguientes técnicas para reunir y analizar la información de una forma organizada.

#### **3.3.1. La Observación**

Esta técnica es aplicada en situaciones en las cuales se pretende descubrir conductas de un fenómeno, hecho o caso para su análisis, el mismo que ocurre simultáneamente con la recolección de datos. Permite al investigador relacionarse con el estudio de la situación, para lo cual esta persona debe determinar previamente qué es lo que va a observar y cómo va a consignar esas observaciones, evitando al máximo los errores de registro, productos de la fragilidad de la memoria (Padua, 2018).

Esto se evidencia en el diagnóstico de la situación del sector turístico de la parroquia, en donde es preciso evaluar aspectos como la oferta, la demanda, la infraestructura que está constituida principalmente por los servicios básicos y la accesibilidad que cuenta el destino, planta turística, siendo los servicios complementarios que permiten la permanencia del turista en un lugar, recursos,

atractivos turísticos, facilidades turísticas, siendo aquellas que complementan los atractivos y comisiones o asociaciones de turismo existentes, entre otros.

### **3.3.2. La Encuesta**

Es considerada como una técnica para la recolección de datos mediante la interrogación a diferentes personas con la finalidad de obtener de una manera sistemática las medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. Es característica por mantener el anonimato del sujeto. (López y Fachelli, 2015, p. 8)

Esta técnica es de carácter indispensable en el desarrollo del estudio de mercado de este trabajo, porque por medio de su aplicación da a conocer un panorama sobre el segmento de mercado potencial y por otra parte permite la adecuación del servicio que prestará la hacienda turística, el mismo que fue diseñado de acuerdo con las preferencias y necesidades manifestadas por los posibles clientes.

### **3.3.3. La Entrevista**

Se realizó acercamientos con las autoridades parroquiales y las asociaciones relacionadas a la actividad turística en Apuela con la intención de averiguar información correspondiente a las condiciones de la organización local, producción agrícola y acerca del impulso del agroturismo en la parroquia.

En esta investigación se hizo uso de esta técnica que comprende un encuentro cara a cara entre el entrevistador (persona que formula las preguntas) y el entrevistado (persona que responde las interrogantes), donde el primero plantea un tema de debate con el objeto de recabar información

relevante. La entrevista es la forma más completa para adquirir datos debido a que se establece un contacto directo con la fuente.

#### **3.3.4. Método de Leopold**

Para la identificación y evaluación de los impactos generados por la implementación de la hacienda turística es necesario valorar al proyecto en la etapa de construcción y ejecución o funcionamiento del proyecto. Se evaluó la incidencia de las actividades que implican la construcción del establecimiento turístico y aquellas en la prestación como tal del servicio en los factores ambientales.

El Método Leopold y su naturaleza de doble entrada, vincula filas de factores ambientales y columnas de acción que tendrán lugar con posibilidad de desencadenar impactos, por lo que visibiliza con claridad las variables del medio, y la relación causa-efecto que la envuelve. Evalúa dos tipologías de impacto ambiental, la magnitud del impacto y el valor de importancia. (Del Cisne, et al., 2018, p. 17)

#### **3.4. Instrumentos de investigación**

Para la recolección de información se utilizó los siguientes instrumentos

**Ficha de observación.** Para que los resultados correspondan a la realidad turística de la parroquia se utilizó una modificación de la ficha para evaluación de destino elaborada por el Ministerio de Turismo (2018) en cuya estructura se valoró aspectos como cobertura de servicios básicos y complementarios, infraestructura, equipamientos generales y seguridad, conectividad y accesos, conectividad del destino con los puntos de mayor emisión turística, interconexión con otros destinos, atractivos turísticos, facilidades turísticas implementadas en el destino, modalidades de turismo que se practican, principales necesidades, entre otros ( ver anexo B).

**Encuesta.** Contiene preguntas, que por un lado corresponden a datos generales de los encuestados y por otro a la información precisa sobre la hacienda turística. Estructurada por 21 preguntas cerradas, las cuales facilitan el análisis y requieren menor tiempo y esfuerzo para dar una respuesta (ver anexo C).

**Entrevistas.** Dirigidos a autoridades del GAD parroquial, a los establecimientos que prestan servicios de alojamiento y restauración y a la Asociación Agroartesanal de Caficultores de Intag. Contienen 11, 13 y 10 preguntas abiertas respectivamente (ver anexo D).

**Matriz de Leopold:** mediante una matriz de doble entrada se evaluó las interacciones que se originan entre las acciones a realizar en la etapa de construcción de la hacienda turística con los medios abiótico, biótico, social, cultural, perceptual y económico a fin de determinar los impactos ambientales del proyecto.

### **3.5. Población y Muestra**

Para el presente trabajo se tomó como población al número de turistas que visitan el Complejo Turístico Nangulví al ser un destino reconocido en el área de estudio, que para el año 2019 recibió 25.000 turistas nacionales.

El muestreo que se utilizó para recopilar la información necesaria y adecuada sobre el mercado es de tipo no probabilístico que, según Corral, Corral y Franco (2015), “Se caracteriza porque la elección de los elementos de la muestra, no dependen de la probabilidad; sino de causas relacionadas con las características consideradas por el investigador” (p.156). Esto significa que la selección de los individuos está sujeta a la decisión del investigador, la misma que responde a la falta de un marco muestral o una base de datos que

contenga la información de todos los individuos que forman parte de dicha población, razón por la cual este muestreo es muy común en los estudios de turismo.

El tipo no probabilístico emplea la técnica por conveniencia que de acuerdo con Mendieta (2015) se utiliza cuando se elige una población y no se tiene la certeza de los sujetos que pueden tener el fenómeno de interés y se recurren a los sujetos que se encuentren en el momento. El uso de este estudio se puede evidenciar en la selección de visitantes nacionales que estuvieron dispuestos a llenar el cuestionario, hasta obtener el tamaño total de la muestra.

El cálculo de la muestra se realizó a través de la plataforma digital SurveyMonkey con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, dando como muestra un total de 379 personas a encuestar (ver anexo E).

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO DE MERCADO**

En este apartado se analiza la oferta y la demanda de la parroquia con la finalidad de tener una visión más clara del segmento de mercado al cual se va a dirigir el emprendimiento y poder adaptar el servicio a sus gustos y necesidades.

#### **4.1. Diagnóstico**

Es necesario mencionar que para determinar la situación social y la realidad turística del sitio objeto de estudio se utilizó la ficha de diagnóstico elaborada por el Ministerio del Turismo, que ha sido modificada y se ha adaptado a datos disponibles en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Apuela (2019) debido a que cierta información no se encuentra documentada por la parroquia y tampoco por el GAD cantonal. El formato de ficha completa se encuentra en la sección de anexos (ver anexo F).

Apuela está ubicada en la Zona de Intag, parroquia rural del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura, se encuentra en un rango altitudinal de 1.600 y 2.000 msnm con una temperatura que va desde los 10 °C a 20°C. Formada por 8 comunidades: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí y La Colonia y 2 comunas: La Playa y Cristopamba. Esta parroquia constituye el punto de comercio de la zona, pues a este lugar se dirigen las demás parroquias y caseríos, como principal actividad económica está la agricultura especialmente de café y frutas como naranja, plátano, guaba y granadilla, siendo esta última la de mayor predominio, seguido a esta actividad se encuentra la ganadería y pesca. Posee diferentes zonas de vida que la hacen un lugar propicio para el desarrollo de actividades ecoturísticas. Su extensión territorial comprende 218,57 Kilómetros

cuadrados, donde habitan alrededor de 1824 personas siendo en un porcentaje mayor el género masculino y el grupo étnico predominante es el mestizo. Además, en la parroquia el 33% de los habitantes corresponde a la población económicamente activa.

Con respecto a la dotación de servicios básicos la parroquia presenta falencias en la cobertura de agua potable, solo el 51,95% tiene acceso a este, que corresponde a la cabecera parroquial, lo que significa que las zonas periféricas no cuentan con él. Del mismo modo, la conexión a internet es de un 15%, que responde al factor económico, por lo tanto, un número reducido de viviendas cuentan con este, sin embargo, en telefonía fija existe un 85% de cobertura y en cuanto a señal móvil la parroquia tiene contados puntos donde esta es accesible. La recolección de desechos muestra un 21,86% de población que tiene este servicio, el porcentaje restante deposita directamente los desechos en los terrenos.

En cuanto a infraestructura y equipamiento Apuela cuenta con cuatro compañías de transporte público que prestan el servicio hacia la parroquia, una compañía de transporte interno, un centro de salud, una Unidad de Policía Comunitaria, una estación de bomberos, un mercado, tres establecimientos educativos, de educación inicial, básica y secundaria, no presenta establecimientos con instrucción en turismo. En cuanto a servicios complementarios cuenta con puntos de abastecimiento de combustible, dos farmacias, un cajero automático y tres entidades financieras. Referente al tema recreacional, hay un único espacio destinado para estos fines que es el estadio de la parroquia, no cuenta con espacios culturales establecidos por lo que cualquier eventualidad se desarrolla en la plaza cívica.

La única forma de acceder a este destino es por medio terrestre, a través de tres vías todas asfaltadas y en condiciones buenas, con excepciones de determinados tramos, se puede acceder desde Cotacachi a una distancia de 50 km con una duración de una hora y media, desde Otavalo con una duración

igual a 54 km y desde Selva Alegre que se encuentra a dos horas con 142 km.

La parroquia cuenta con varios recursos turísticos tanto culturales como naturales de los cuales pocos son catalogados como atractivo según el catastro del Municipio de Cotacachi, entre estos se encuentran el Río Apuela dentro de la categoría de atractivos naturales y en lo cultural está el proceso agrícola del café Río Intag, Cara de Dios Apuela y las festividades religiosas, entre otras propias de la parroquia.

Dentro del territorio los servicios turísticos que existen son: cuatro establecimientos de alojamiento e igual cantidad de empresas de alimentos y bebidas, todos ellos con una capacidad mayor a 10 plazas. Por otra parte, las facilidades turísticas implementadas son limitadas, aun así, se cuenta con señalización antes de llegar al destino específicamente en la entrada a Cuicocha, un punto de información turística en el centro parroquial y cinco miradores localizados en diferentes sitios de Apuela.

Las características tanto naturales como culturales hacen de la parroquia un lugar idóneo para practicar varias modalidades de turismo entre ellas: de naturaleza, comunitario, religioso, deportes y festividades en los atractivos antes mencionados. A pesar de ellos se evidencian varias necesidades que no permiten el adecuado desarrollo de la actividad entre las que se destaca la insuficiente señalización turística que permita acceder al destino con facilidad; inexistencia de señalética informativa y preventiva en los atractivos; carencia de gasolineras y servicios higiénicos; y escasos procesos de capacitación destinados a los prestadores de servicios turísticos. Todo esto ha ocasionado un estancamiento en el desarrollo del sector turístico del cantón.

## 4.2. Segmentación de mercado

**Tabla 5**

*Segmentación del mercado objetivo de la hacienda turística*

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Hacienda Turística en la parroquia Apuela.			
Segmentación geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
País	Ecuador	17'124. 217	100%
Región	Sierra	7' 504. 942	44%
Provincia	Imbabura	398. 244	5.3%
Ciudad	Cotacachi	40.036	10.1%
Primer resultado: 40.036 personas del cantón Cotacachi.			
Segmentación demográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Edad	18-50	35. 912	89,7%
Ocupación	PEA (Población Económicamente Activa) Servidores públicos, privados y negocio propio.	23. 553	66,7%
Segundo resultado: 23. 553 habitantes del cantón Cotacachi de edades entre 18 a 50 años y que pertenecen a la población económicamente activa.			
Segmentación psicográfico			
Variable		Número	Porcentaje
Nivel socioeconómico	Instrucción superior	17. 028	72.3%
Medio Alto	Ingreso mensual más \$1 900	766.26	4.5%
Tercer resultado: 424.49 habitantes del cantón Cotacachi de edades entre 18			

a 50 años que pertenecen a la población económicamente activa y tienen ingresos mensuales de entre 401 – 1 900 dólares americanos y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio alto.

---

Segmentación conductual

---

Variable	Número	Porcentaje
Destinos visitados en el último viaje	Comunidades rurales o montañas y páramos	219.46 28.64%

---

Mercado meta: 219 personas del cantón Cotacachi de edades entre 18 a 50 años que pertenecen a la población económicamente activa y tienen ingresos mensuales más de 1 900 dólares y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio alto y en cuyo último viaje visitaron comunidades rurales, montañas y páramos.

---

*Nota.* Obtenida de la aplicación de las encuestas para el estudio de mercado.

La primera parte de la encuesta recabó información referente a datos personales que permitió elaborar la matriz expuesta anteriormente, en esta se exponen las características del perfil del cliente objetivo.

El segmento de mercado potencial para la hacienda turística está constituido por: 219 turistas nacionales residentes en el cantón Cotacachi, que se encuentran en un rango etario de 18 a 50 años, y pertenecen a la población económicamente activa desempeñándose en el sector privado, público o poseen un negocio propio. Además, se encuentran dentro del nivel socioeconómico medio-alto al haber cursado estudios de pregrado y posgrado, y percibir más de 1 900 dólares americanos mensualmente. Finalmente, su último viaje lo realizaron a comunidades rurales, montañas y páramos ambientes similares al entorno donde se localizará el proyecto.

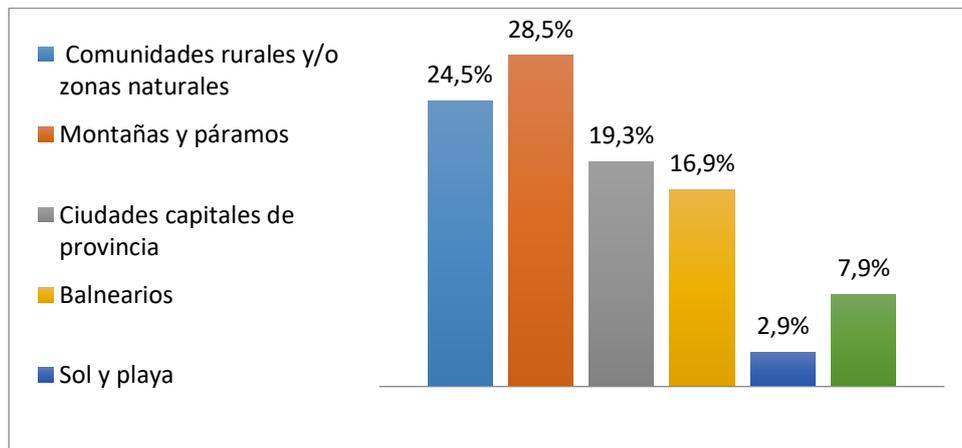
### 4.3. Resultados y discusión

Los resultados que se muestran corresponden a cada una de las preguntas aplicadas de manera personal a los visitantes del Complejo Nangulví el mes de febrero y de forma digital mediante formularios de drive en el mes de marzo.

El análisis se realiza a partir de la pregunta número 8 debido a que se relacionan directamente con la implementación de la hacienda turística, mientras que las interrogantes anteriores brindan información para determinar el perfil del turista.

**Figura 1**

*¿En el último año qué lugares visitó?*



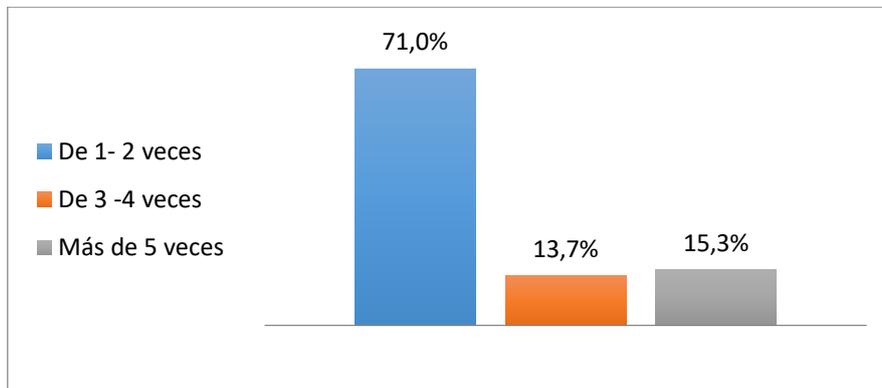
#### **Análisis**

Los destinos turísticos a los cuales los visitantes encuestados tienen mayor concurrencia son los que mantienen una relación con entornos naturales (montañas y páramos; comunidades y/o zonas rurales), situación que se asemeja a los resultados arrojados por la encuesta de turismo interno 2012 desarrollada por el MINTUR, donde un 18,08 % de turistas nacionales prefieren el ecoturismo cuya práctica se da en medios naturales. De esta manera se determina que el presente emprendimiento cuenta con un segmento de

mercado potencial que muestra interés por las actividades desarrolladas en estos lugares.

### Figura 2

*¿Cuántas veces al año viaja a Intag?*

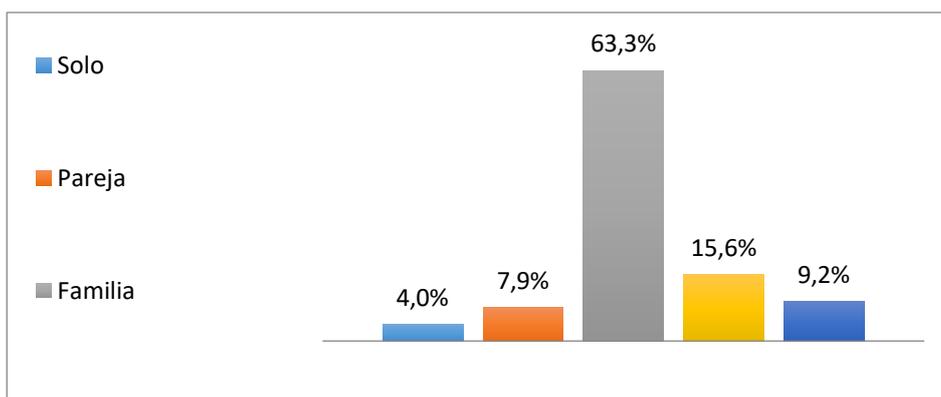


### Análisis

La frecuencia de visita a Intag de las personas encuestadas es de 1 -2 veces, sin embargo, de este número es necesario conocer el porcentaje de turistas cuya motivación de viaje fueron actividades afines al ocio y recreación, para definir la posible demanda que tendrá el emprendimiento objeto de estudio.

### Figura 3

*¿Su último viaje a Intag lo realizó en compañía de?*

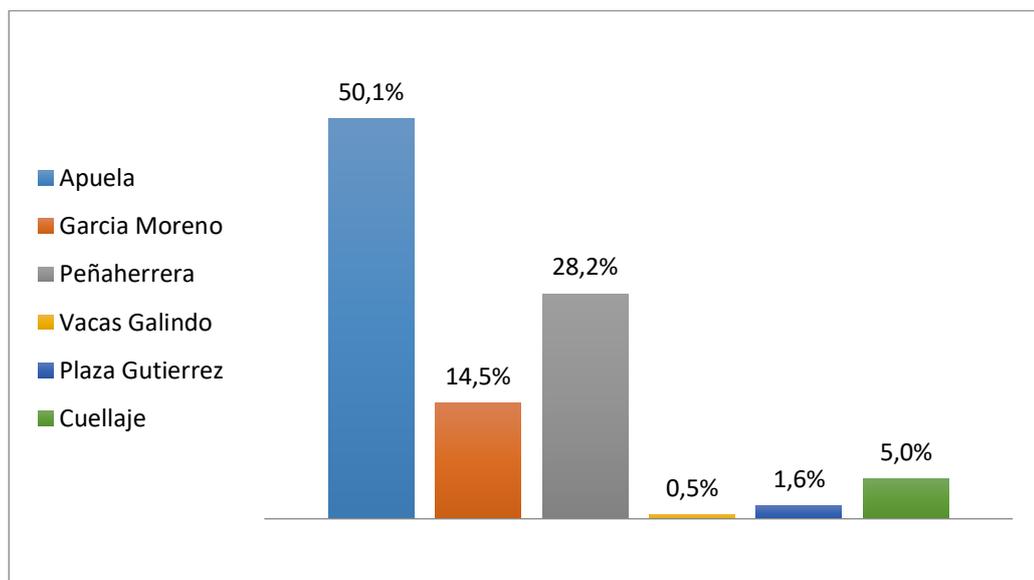


## Análisis

Los encuestados visitan Intag acompañados por tanto el emprendimiento debe ser planificado acorde a estos segmentos de mercado diseñando productos personalizadas para parejas, amigos y familias incluyendo actividades educativas, seguras y gratificantes, que permitan satisfacer las necesidades particulares de cada grupo.

### Figura 4

¿Qué parroquia de Intag visitó?

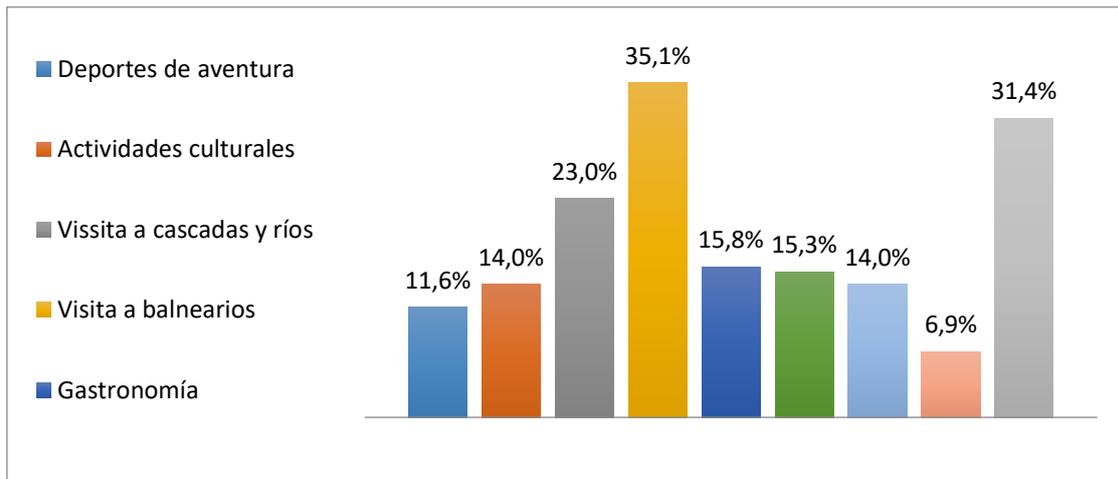


## Análisis

Las parroquias más visitadas son Apuela y Peñaherrera, la primera, por ser el centro del comercio de la zona de Intag y la segunda, por tener un atractivo turístico posicionado en el mercado, el Complejo Nangulví que en el año 2019 recibió 25 000 turistas nacionales. La ubicación del emprendimiento de manera favorable es cercana a estas parroquias de modo que aumenta la probabilidad de que estos visitantes hagan uso de los servicios que ofertará la hacienda turística.

**Figura 5**

*¿En el lugar que señaló anteriormente, qué actividades realizó?*

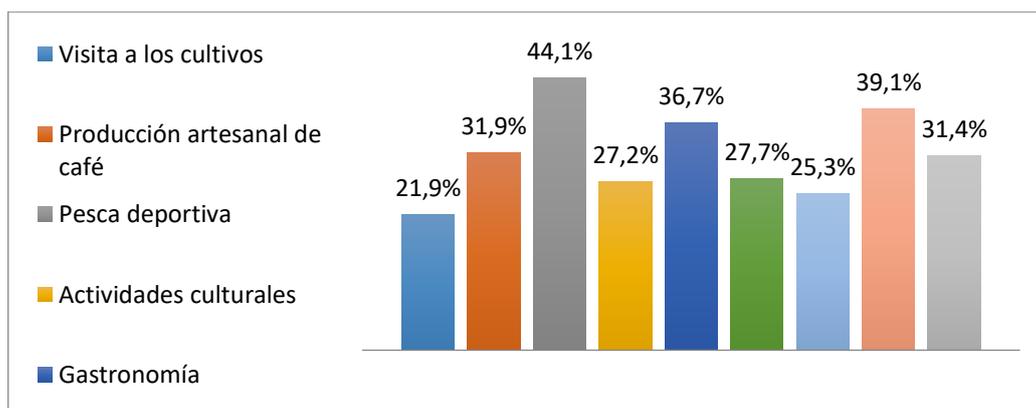


**Análisis**

La visita a balnearios (Complejo Nangulví) y visita a familiares son las actividades que realizan los encuestados cuando viajan a Intag entonces es necesario captar el primer segmento de mercado por ser el mayoritario y demás grupos que visita la parroquia para practicar actividades relacionadas al turismo como visita a cascadas y ríos, alojamiento, gastronomía, y actividades culturales representadas en las festividades de la parroquia, que de alguna forma se relacionan con la oferta de la hacienda.

**Figura 6**

*¿De las siguientes actividades cuál es la que más le gustaría realizar?*

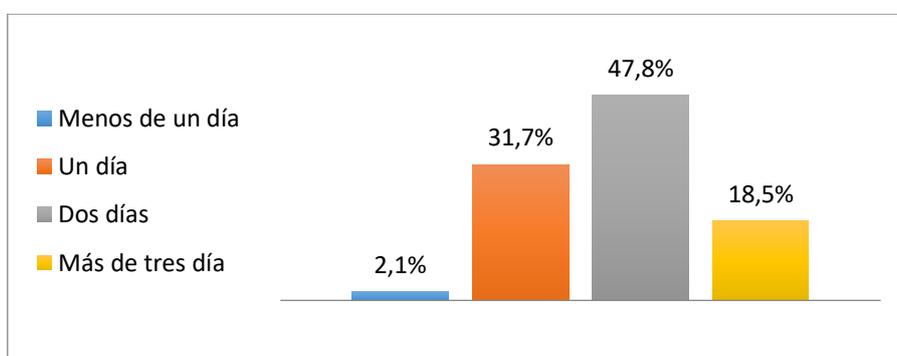


## Análisis

Se determina como actividades más populares por los encuestados la pesca deportiva, caminatas y gastronomía. Positivamente el emprendimiento de estudio contará con dos de ellas el recorrido por los cultivos, así como el servicio en el restaurante donde se servirán preparaciones de la gastronomía típica principalmente, con respecto a la pesca deportiva no se descarta implementarla a futuro cuando la hacienda se encuentre estable económicamente para de esta forma cumplir con las exigencias de los turistas encuestados.

## Figura 7

*¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en un establecimiento que ofrezca las actividades que anteriormente seleccionó?*

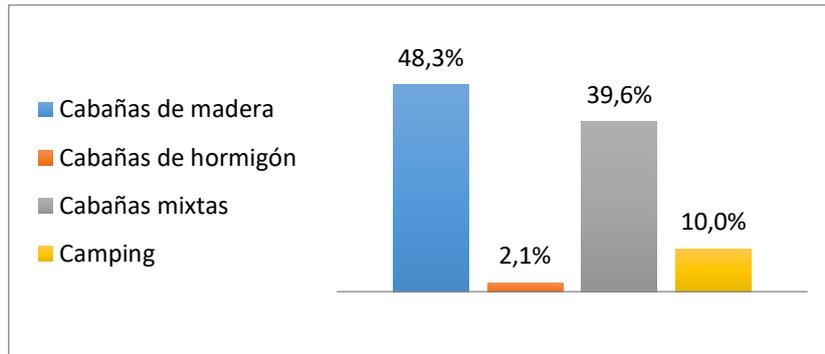


## Análisis

Los encuestados están dispuestos a pernoctar en la hacienda entre uno y dos días debido a que la parroquia Apuela se encuentra distante de los principales puntos de mayor emisión turística, por lo tanto, el emprendimiento deberá desarrollar productos turísticos acorde a sus necesidades y preferencias, teniendo en cuenta el tiempo de la estancia en la hacienda. Por otra parte, los visitantes que no desean alojarse podrán elegir entre todas las opciones la que más se ajuste a sus deseos y realizarlas en un tiempo determinado.

**Figura 8**

*¿Para el servicio de alojamiento qué preferiría?*

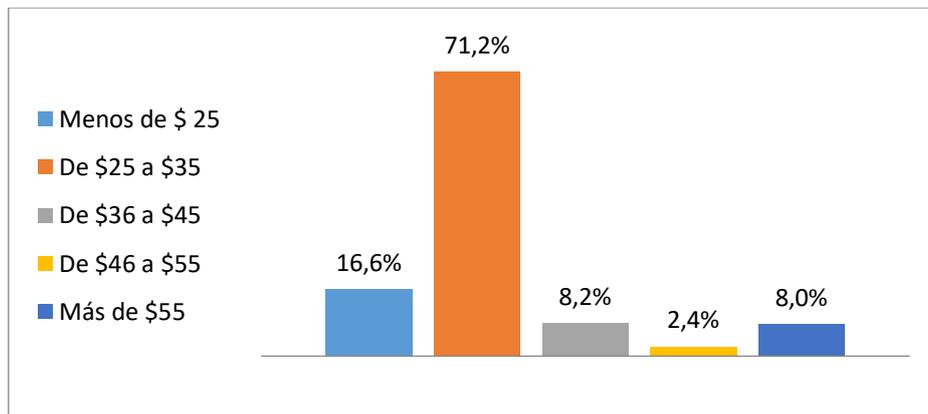


**Análisis**

Los encuestados se ven atraídos por las cabañas de madera, por tanto, el emprendimiento optará por este tipo de construcción que, por un lado, resulta favorable en términos económicos en comparación con los materiales de construcción tradicional y por otro permite brindar una experiencia de confort lo más alejada a los entornos urbanos que es precisamente lo busca este segmento de mercado.

**Figura 9**

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por la opción que señaló anteriormente?*

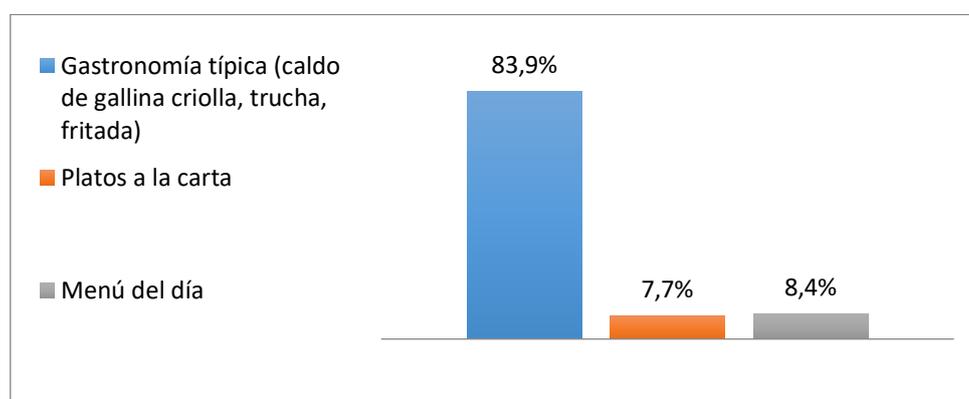


## Análisis

Con base al precio de mayor aceptación que corresponde entre \$25 y \$35 y tomando como referencia los precios establecidos por el Complejo Turístico Nangulví que representa la principal competencia, el proyecto considera como óptimo un precio medio de \$27,50 por día. No obstante, se puede considerar aspectos diferenciadores o adicionales que permitan incrementar este valor, puesto que un porcentaje está dispuesto a pagarlo.

## Figura 10

*¿Qué tipo de alimentación le gustaría que se ofrezca?*

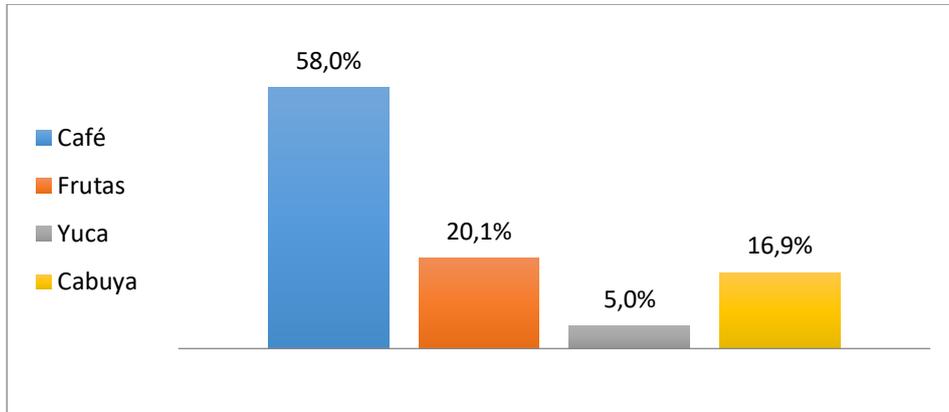


## Análisis

Los platillos para ofertar en el restaurante deben estar relacionados con la gastronomía típica de la parroquia para cubrir los requerimientos del segmento de mercado potencial. Además, se ofertará un menú del día para aquellos visitantes que prefieran otro tipo de preparaciones. Sin embargo, la comida típica será la que más se promoció puesto que es considerada como un elemento colateral dentro de las líneas de productos turísticos nacionales diseñados por el MINTUR en el proyecto: "Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador" 2017-2021, donde la gastronomía típica se relaciona con la producción agrícola de la localidad generando en el servicio un valor agregado para el visitante (Ministerio de Turismo, 2017).

**Figura 11**

*¿De cuál de los siguientes productos le gustaría conocer todo el proceso de cultivo?*

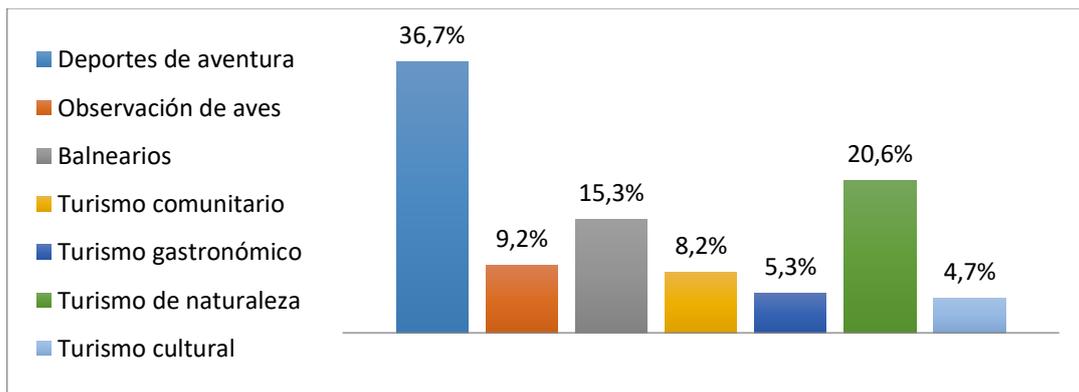


**Análisis**

Como se ha venido mencionando, el emprendimiento pretende dar valor turístico a la agricultura, por lo tanto, los datos obtenidos resultan convenientes para el presente estudio pues el producto estrella del agroturismo que se desarrollará en la hacienda es el recorrido por los cultivos de café y frutas. Respecto a la producción de cabuya se establecerán alianzas estratégicas con la población local que se dedica a esta actividad para poder ofrecer este recorrido.

**Figura 12**

*¿Con qué otras actividades turísticas de la Zona de Intag le gustaría complementar el agroturismo?*

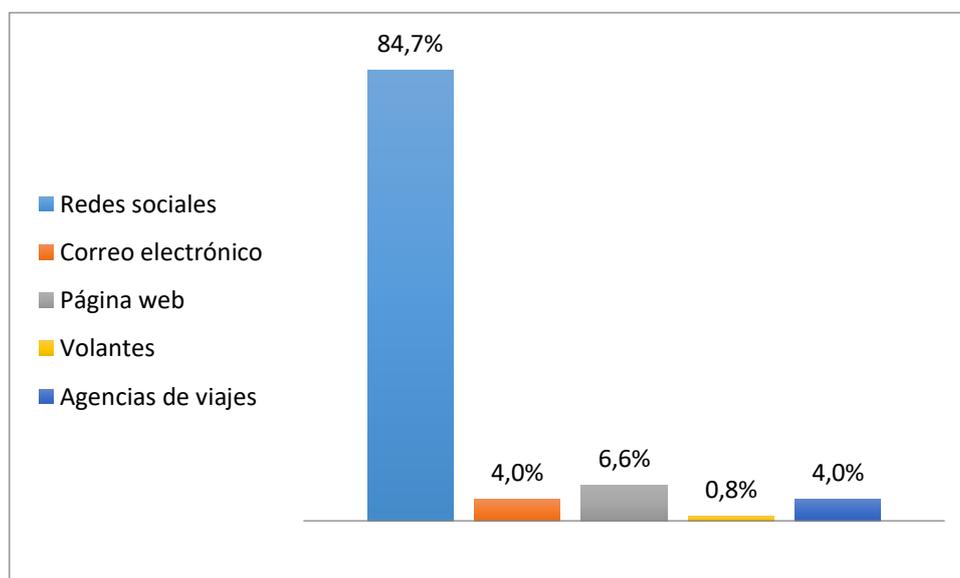


## Análisis

Al ser el agroturismo la principal actividad turística con la que contará el emprendimiento es necesario complementar esta oferta con la realización de deportes de aventura y turismo de naturaleza. La primera respondería al establecimiento de clúster que prestan estos servicios y la segunda a la cercanía que tiene el emprendimiento con los principales atractivos de la parroquia. Esta pregunta guarda relación con el tiempo de pernoctación del visitante puesto que esta diversificación de la oferta puede motivar a los visitantes a permanecer por más tiempo en la hacienda.

**Figura 13**

*¿Por qué medios le gustaría conocer sobre los productos que se va a ofertar?*



## Análisis

Actualmente, las redes sociales son un canal clave de comunicación a la hora de publicitar un servicio o producto y casi todas las personas poseen una cuenta en alguna de ellas, razón por la cual la hacienda turística utilizará este medio por las ventajas que posee y además no requiere gran inversión económica, pero sí un adecuado conocimiento y gestión para maximizar sus beneficios. Con respecto a la página web no se descarta su implementación en

un futuro, puesto que seguido de las redes sociales especialmente las familias tienen apego por este medio.

De manera general los resultados son favorables para la idea de negocio, situación semejante a la obtenida en el estudio realizado en el 2017 por Vergara y Arias donde se pretende determinar la factibilidad de la creación de una hostería ecoturística en la misma parroquia en la cual se desea implementar la hacienda turística y con una oferta similar que incluye alojamiento, restaurante, y recreación. Dentro de esta investigación para definir el mercado meta se realizó la encuesta correspondiente, arrojando que el proyecto tiene una aceptación del 98% de los encuestados. Esta información constituye una buena referencia de factibilidad para la presente investigación (Vergara y Arias, 2017).

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de las entrevistas, cabe mencionar que se realizó una transcripción textual de cada una de las respuestas brindadas por los entrevistados.

## **Entrevista a Nelson Betancourt presidente del GAD Parroquial Apuela**

### **1. ¿Cómo se encuentra el desarrollo turístico de Apuela?**

Tenemos un plan que está en desarrollo por la Asociación Choice Humanitarian, tenemos identificado por comunidades los atractivos turísticos, porque todavía no hay servicios, En Irubí tenemos hostería, reservas ecológicas, tres centros uno comunitario y dos privados. En Pucará turismo familiar, una finca agroecológica, en actividades están caminatas, una molienda, hay una planta la única en la provincia que es la planta de tratamiento de aguas servidas a base de algas. En el sector La Playa hay pesca deportiva, hospedaje, alimentación, tenemos la Cara del Apuila (montaña). En total tenemos aquí capacidad para albergar a trescientos turistas. En caminatas la Ruta del café conformada por cuatro puntos

estratégicos, en el centro tenemos hospedajes, en verano se hace el dique (vado) natural.

**2. ¿Cuáles son las principales debilidades del sector turístico en la parroquia?**

Los servicios, hay atractivos un montón por ejemplo tenemos cascadas tenemos senderos que están no habilitados, una debilidad es el tema vial, está pésima, el tema de Nangulví que es nuestro atractivo turístico está cerrado es por lo que no hay un tema complementario. Los otros son la crisis, extranjeros ya no hay, cero promociones turísticas, el municipio en vez de fortalecer acabó cerrando el complejo. Lo otro es la capacitación.

**3. ¿Cuáles son las gestiones que el GAD está realizando para tratar estas debilidades?**

Nada, todo es por parte del GAD parroquial y ayuda de la prefectura.

**4. ¿Qué proyectos desde el GAD Cantonal relacionados al turismo se realizan en la parroquia?**

Ninguno, nosotros estamos por nuestro lado haciendo lo que podemos. Con la prefectura tenemos buena alianza y con Cotacachi del 0 al 10, un 2, o sea nada.

**5. Tras los reconocimientos que ha tenido la provincia como Geoparque y Cotacachi como Pueblo Mágico ¿cuáles han sido los aportes que se han desarrollado para el turismo en la parroquia?**

Nada cero, Pueblo Mágico creo que está identificado como el centro de Cotacachi la parte urbana, la comunidades o parroquia rurales ni si quiera conocemos que implica y que beneficios tenemos.

**6. ¿Cuenta Apuela con una partida presupuestaria para el desarrollo turístico?**

Año tras año nosotros le ponemos en el presupuesto participativo, por ejemplo, tenemos algunos centros turísticos estamos construyendo las cocinas ecológicas a leña y el tema de implementación de senderos.

**7. ¿Se realizan proyectos que fomenten los emprendimientos turísticos?**

Si, este año le estamos inyectando recursos a un equipamiento de los albergues comunitarios en hospedaje, alimentación y de ahí ya nos lanzamos con el tema de la promoción. Usted sabe que el turismo nacional no es muy rentable y las inversiones en el tema turístico son sumamente caras y otra es que el desarrollo de las actividades turísticas en donde más impuestos le ha puesto el gobierno.

**8. ¿Se ha desarrollado proyectos que fomenten la creación de productos agroturísticos?**

Yo impulsé el primer proyecto de agroturismo en la parroquia en el 2003, sumamente rentable, con alianza de un grupo japonés, hoy solo está la Ruta del café.

**9. ¿La actividad minera ha afectado al flujo turístico?**

No, en el 2006 el turista no quería venir porque hablaban de secuestros, hoy no.

**10. ¿Conoce si instituciones externas a la parroquia sean públicas o privadas están interesadas en fomentar el agroturismo?**

Estamos trabajando con Choice Humanitarian, Universidad Católica, Fondo Ítalo, está volviendo la cooperación internacional, si hay interés, pero si la gente no genera necesidad no vive de esa actividad no se organizan.

**Análisis**

Apuela presenta una oferta muy limitada y el poco o nulo aprovechamiento de los atractivos naturales debido a que muchos de ellos no

se encuentran habilitados o no poseen las facilidades turísticas necesarias ocasionan que los visitantes no se vean motivos a permanecer en este destino hecho que se evidenció tras la visita de campo y por otra parte responde a la falta de trabajo en conjunto con el GAD cantonal por lo que la parroquia ha desarrollado la actividad turística acorde la disponibilidad de sus recursos, todo esto muestra el bajo desarrollo del turismo a nivel parroquial. Además, tras el acercamiento con los prestadores turísticos se evidenciaron percepciones contrarias sobre la gestión turística en la parroquia por lo que los proyectos mencionados por las autoridades no se han materializado.

El conocimiento de este panorama a cerca de la situación actual del turismo es uno de los elementos a considerar para la toma de decisiones con respecto a la implementación de la hacienda turística.

### **Entrevistado a Xavier Bolaños Administrador del Complejo Turístico Termas de Nangulví**

#### **1. ¿En el último año cómo ha sido el incremento de los turistas?**

El incremento ha sido regular debido a situaciones externas como el paro y la temporada invernal que causo varios derrumbes en la vía a Intag. Por todo esto se ha visto una reducción de turistas de 5000 a 1000 en el último mes.

#### **2. ¿Cuántas personas trabajan para su establecimiento?**

Entre administrativos y personal de servicio contamos con 15 trabajadores.

#### **3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?**

Un 70 % de turistas son nacionales.

#### **4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?**

Según el registro que se lleva en el último mes se recibió 25 000 turistas; 12 000 adultos, 6 000 personas de la tercera edad y 7 000 niños

**5. ¿De este total de turista cuántos hicieron uso del servicio de alojamiento en el mes?**

Alrededor de 104 huéspedes utilizaron las habitaciones.

**6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?**

El 90% de huéspedes se aloja una sola noche, sin embargo, existen casos que permanecen una semana.

**7. ¿Qué tipo de servicios oferta?**

Alojamiento en las cabañas o en el área de camping, alimentación en el restaurante y recreación en las piscinas termales.

**8. ¿Cuáles son los precios de estos servicios?**

El valor unitario para personas adultas es de 35 dólares incluye alojamiento; la alimentación cena y desayuno; y el uso de las piscinas. Para los niños el precio del mismo paquete es de 25 dólares.

Los precios individuales de los servicios son: en el restaurante el almuerzo con el menú del día tiene un costo de 5 dólares y el menú sencillo cuesta 3.5. Para la entrada solo a las piscinas tiene un precio de 4 dólares adultos y 2 dólares para niños y adultos mayores.

**9. ¿Entre sus servicios ofrece actividades relacionadas al agroturismo?**

Ahora mismo no, aunque anteriormente se trabajaba con la operadora Intag Tours que cerró hace algunos años, esta operadora ofertaba la visita a cultivos de café y cabuya, elaboración artesanal del shampoo de sábila, entre otras actividades.

**10. ¿Qué servicios turísticos considera que se debe implementar con base a las exigencias de los turistas?**

Principalmente la práctica de deportes de aventura como cabalgata, rafting, canopy, entre otros. Así mismo, solicitan actividades relacionadas con el agroturismo

**11. ¿Por qué medios realiza publicidad de la empresa?**

Contamos con una página web y también por Facebook.

**12. ¿Trabaja con agencias de viajes?**

Actualmente no, pero se está intentando trabajar con una operadora de Otavalo llamada Nature Travel que ofrece principalmente la práctica de deportes de aventura.

**13. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?**

No tenemos competencia porque el principal atractivo son las piscinas termales que no se oferta en ningún otro establecimiento y solo brindan alojamiento.

**14. ¿Ha recibido la empresa apoyo por parte de las entidades públicas?**

Para la remodelación que se realizó hace un año se recibió ayuda del municipio de Cotacachi.

**Entrevista a Emma Vergara Administradora del Hostal El Fogón**

**1. ¿En el último año cómo ha sido el incremento de los turistas?**

Mal porque ha bajado bastantísimo en comparación a los años anteriores, quizá porque hay mucha competencia en la zona hay muchos hoteles cuyos propietarios son dueños de las instalaciones y no pagan arriendo por lo que bajan el precio y dan a menos precio. Mientras quienes pagamos arriendo debemos mantenernos en el precio que es.

**2. ¿Cuántas personas trabajan para su establecimiento?**

Tres

**3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?**

Si llegan nacionales, pero más son extranjeros.

**4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?**

Alrededor de veinte personas

**5. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?**

Una noche

**6. ¿Qué tipo de servicios oferta?**

Alojamiento con internet, baño privado y agua caliente, además, el servicio de desayuno que es opcional

**7. ¿Cuáles son los precios de estos servicios?**

10 dólares por persona, aunque se les hace un descuento hasta 8 dólares o 15 dólares entre dos personas

**8. ¿Entre sus servicios ofrece actividades relacionadas al agroturismo?**

No

**9. ¿Qué servicios turísticos considera que se debe implementar con base a las exigencias de los turistas?**

Los clientes no han sugerido ningún otro servicio

**10. ¿Por qué medios realiza publicidad de la empresa?**

Ninguno, he escuchado que se necesitan publicaciones, pero no he realizado ninguna.

**11. ¿Trabaja con agencias de viajes?**

No, aunque sí me gustaría.

**12. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?**

A las cabañas Pradera Tropical que se encuentran una cuadra más arriba, cuyas instalaciones son más equipadas pues tienen televisor, entre otras adecuaciones.

**13. ¿Ha recibido la empresa apoyo por parte de las entidades públicas?**

Ninguna

**Entrevista a Fanny Caimanta propietaria del Residencial Sinaí**

**1. ¿En el último año cómo ha sido el incremento de los turistas?**

Muy bajo en comparación con los otros años

**2. ¿Cuántas personas trabajan para su establecimiento?**

Yo administro y como no recibo muchos turistas no necesito trabajadores, además no cuento con presupuesto para pagar un sueldo.

**3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?**

Mayormente turistas nacionales, aunque sí he recibido extranjeros.

**4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?**

Aproximadamente doce personas, pues visitan semanalmente entre una a cuatro.

**5. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?**

Máximo una noche

**6. ¿Qué tipo de servicios oferta?**

Cuento con diez habitaciones para el alojamiento

**7. ¿Cuáles son los precios de estos servicios?**

Tiene un precio de 8 dólares. Los niños hasta los doce años pagan la mitad.

**8. ¿Entre sus servicios ofrece actividades relacionadas al agroturismo?**

No, ninguna.

**9. ¿Qué servicios turísticos considera que se debe implementar con base a las exigencias de los turistas?**

Los turistas extranjeros requieren el servicio de desayuno, pero no me encuentro en posibilidades de brindarlo.

**10. ¿Por qué medios realiza publicidad de la empresa?**

Por ninguno, pero se dará mantenimiento al rótulo del hostel

**11. ¿Trabaja con agencias de viajes?**

No. Si me gustaría trabajar con una, pero ninguna agencia de viajes se ha acercado

**12. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?**

Las cabañas que se implementaron cerca de las piscinas, desde que se abrieron las ventas se bajaron.

**13. ¿Ha recibido la empresa apoyo por parte de las entidades públicas?**

Se realizó una capacitación hace tres años para hostales y residenciales por parte del municipio de Cotacachi.

**Entrevista a Edgar Cabascango propietario de Cabañas Pradera Tropical**

**1. ¿En el último año cómo ha sido el incremento de los turistas?**

Más bien ha disminuido desde el año anterior en parte se debe al conflicto por la administración del Complejo Turístico Nangulví y en parte por la facilidad de tener la vía asfaltada los turistas se regresan el mismo día. Las personas se quedan dos o tres horas en las piscinas y de ahí no hay opciones de recreación y la gente opta por regresarse, desgraciadamente eso está pasando, nos falta muchas oportunidades que se deben ofrecer.

**2. Entre esas oportunidades ¿qué considera que se debe implementar en la parroquia?**

Por ejemplo, a la gente le gusta el río y aquí no hay ni si quiera un vado, no todos van a la piscina al menos en temporada de verano, faltan actividades

como rutas para caminatas, no se debe a que no haya sitios, hay, pero no han sido aprovechados, esto también ha hecho que baje la oferta, o sea la gente prácticamente ha reclamado eso, no tiene más opciones. Tenemos una asociación de los servicios de alojamiento y restauración también y recientemente se asoció una operado de turismo que ofrece rafting. Nos hace falta explotar lo que hay, por ejemplo, tenemos cascadas en la comunidad de Irubí, lindísimas y no se ha podido explotar, hay sitios para muchas actividades, si nos falta todavía, como pequeños negocios nosotros no se puede hacer una grande inversión.

**3. ¿Cuántas personas trabajan para su establecimiento?**

Dos personas, tenemos cinco cabañas con capacidad para quince personas

**4. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?**

En temporadas por ejemplo en junio, julio, agosto y septiembre, los meses de verano ahí hay más extranjero, yo trabajo con grupos que vienen de distintos países, hacemos una ruta de aquí a Buenos Aires de Urcuquí, caminamos cinco días, nosotros hacemos la logística.

**5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?**

Por semana llegan generalmente familias de tres o cuatro miembros, pero en promedio recibo de 15 a 20 personas.

**6. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?**

Los turistas se quedan en un promedio de dos noches no más.

**7. ¿Qué tipo de servicios oferta?**

Solo alojamiento, anteriormente también tenía el restaurante, pero por la poca demanda cerré.

**8. ¿Cuáles son los precios de estos servicios?**

10 dólares por persona

**9. ¿Entre sus servicios ofrece actividades relacionadas al agroturismo?**

No, porque no tengo una finca y desafortunadamente la gente se ha dedicado al mono cultivo de granadilla. Hay que hacer un cambio de actitud de la gente, yo estoy liderando, pero es duro, la gente no le ve al agroturismo como algo rentable. Yo he reclamado que el GAD debe hacer ese tipo de trabajos porque hacer una persona es difícil, entonces ese es el problema, quería conformar un grupo, pero no le toman en serio y me desaniman, en cambio habiendo una institución quien lidere sería diferente. No se destinan recursos por parte del GAD parroquial lo poco que hay aquí son iniciativas propias no hay apoyo.

**10. ¿Qué servicios turísticos considera que se debe implementar con base a las exigencias de los turistas?**

Ellos buscan senderos para caminar, los ríos, ventajosamente lo bueno que tenemos es que la gente puede caminar tranquila no hay robos no hay peligro.

**11. ¿Por qué medios realiza publicidad de la empresa?**

Por medio de *facebook*, afiches y tarjetas. Con la asociación estamos haciendo un video para promocionar nuestros negocios.

**12. ¿Trabaja con agencias de viajes?**

No

**13. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?**

La competencia es buena porque permite estar mejorando, en caso de mi negocio, yo no tengo porque es diferente, la competencia es el costo, la competencia desleal, no ven la calidad.

#### **14. ¿Ha recibido la empresa apoyo por parte de las entidades públicas?**

De parte del GAD parroquial, de la Prefectura y de Cotacachi nada. Hace un año recibimos capacitaciones por parte del Ministerio de Turismo. Prácticamente son esfuerzos privados.

#### **Análisis**

Los establecimientos de hospedaje del área de estudio son mayormente pequeños con una plaza no mayor a 10 habitaciones razón por la cual no requieren una gran nómina de trabajadores, por otra parte para los prestadores de alojamiento que ofertan solo este servicio se les ha hecho difícil captar clientes como se puede evidenciar al comparar el número de visitantes que recibe el Complejo Nangulví con los restantes puesto que las termas son el elemento diferenciador que le ha otorgado una ventaja competitiva a este emprendimiento. Entonces se entiende que la diversificación de la oferta juega un papel importante dentro de una empresa especialmente del sector turístico debido a que las necesidades de los turistas exigen cambios o una ampliación del plan de negocios de manera constante.

Como reacción a la situación identificada la hacienda turística ofertará varias actividades que complementen y generen valor al servicio de alojamiento, diseñadas a partir de los requerimientos de los segmentos de mercado objetivo y de la vinculación con el agroturismo que no ha sido desarrollado por ninguno de los establecimientos cercanos al área de implementación del proyecto, con lo que se pretende aumentar el período de estancia de los turistas que actualmente es de una noche.

#### **Entrevista a Franklin Montenegro representante de la Asociación Agroartesanal de Caficultores Río Intag**

##### **1. ¿Qué aceptación ha tenido la iniciativa agroturística por los turistas?**

Si existe aceptación de los turistas, si hay movimientos turísticos.

**2. ¿Cuál es el flujo mensual de turistas que visitan la ruta agroturística el café?**

No es mucho, aproximadamente uno o dos grupos al mes.

**3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?**

Se reciben nacionales y extranjeros, pero son más nacionales.

**4. ¿Cuáles son las principales debilidades de la ruta?**

Principalmente la falta de personal en la planta que se encargue de la guianza, desinterés de los productores, los productores ven al turismo como un costo más que como un beneficio.

**5. ¿Qué beneficios se ha obtenido tras la implementación de esta ruta agroturística?**

Los beneficios económicos obtenidos son para el productor para que obtenga un ingreso adicional. Los recursos que se generan se distribuyen a los socios que participan en esta ruta.

**6. ¿Qué actividades desarrollan durante el recorrido por la ruta?**

Se realizan recorridos por la planta de procesamiento y visita a las fincas para vincular a la comunidad. En la finca el productor da a conocer todo el proceso de cultivo y explica cómo se entrega el producto a la planta. En la planta se da a conocer toda la cadena de producción y finalmente se ofrece una degustación de la bebida.

**7. ¿Cuál es el precio por la ruta agroturística?**

El precio del recorrido en la planta es 5 dólares y la entrada a la finca tiene el mismo valor.

**8. ¿Ha considerado diversificar la ruta incorporando cultivos?**

En la planta no, pues se dedica netamente al café, pero en las fincas se les enseña sobre árboles forestales, maderable y frutos cítricos, plátano, guabas y todos los productos que cultivan.

**9. ¿Ha recibido la asociación apoyo en la actividad por parte de las entidades públicas?**

No se ha tenido apoyo de ninguna entidad.

Más bien se ha buscado el financiamiento y apoyo del Ministerio de Turismo para generar más recursos para la gente, pero no se ha obtenido respuestas pese a las gestiones realizadas. Recientemente una red turística independiente se ha acercado para vincular a nuestra ruta.

**10. ¿Considera que los miembros de la asociación estén dispuestos a articularse con empresas que fomenten el agroturismo en el cual uno de sus principales productos sea el café?**

No están dispuestos. La gente está acostumbrada a trabajar en actividades tradicionales, por eso no le dan interés al tema turístico, no estarían dispuestos a adaptar sus fincas para implementar el turismo, además se requiere recursos económicos que la gente no posee. Por eso se debería buscar una manera de motivar a la gente para convertir sus fincas en turística a través de algún apoyo.

**Análisis**

La modalidad de agroturismo muestra aceptación en la demanda, sin embargo esta situación no se repite en la población local debido a varias causas como la falta de organización y el desconocimiento de las ventajas de esta actividad por parte de los pobladores que han imposibilitado su correcto desarrollo y consecuentes beneficios para la parroquia, de modo que se precisa el acompañamiento técnico del sector público relacionados a la actividad turística especialmente en proyectos sociales que involucran a varios productores, sin dejar de lado los emprendimientos privados.

Para la selección de los productores que se vincularán al emprendimiento es necesario crear en ellos la actitud de empoderamiento de la actividad agroturística con la finalidad de obtener el mejor desempeño que contribuirá a la consecución de las metas empresariales.

#### 4.4. Análisis de la oferta

Tras la visita al área de estudio se identificó la oferta turística de la parroquia Apuela que se ubica principalmente en el centro urbano, a continuación, se describen los atractivos y los establecimientos o prestadores de servicios considerados como competencia para el presente proyecto.

**Tabla 6**

*Resumen de atractivos cercanos al área de implementación*

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
Café orgánico Río Intag	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agrícolas
Río Apuela	Sitios naturales	Ríos	Rápidos o caudales
Procesión del Señor de Intag	Manifestaciones culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias
Parroquialización de Apuela	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas
Cara de Dios Apuc-Ila	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Mirador
Laguna Las Golondrinas	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Lagunas
Tolas de Gualimán	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos

*Nota.* Elaborado a partir del catastro turístico del GAD cantonal de Cotacachi.

En la tabla 6 se aprecia una fuerte presencia de las manifestaciones culturales que representan una oportunidad debido a que estas motivan a los visitantes a viajar hacia la parroquia lo que genera la posibilidad de alojamiento en la hacienda. Además, los atractivos naturales más representativos serán vinculados al proyecto mediante recorridos guiados que formarán parte de la oferta del establecimiento.

**Tabla 7**

*Establecimientos de alojamiento que representan la competencia directa*

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de habitaciones	Cant. de turistas anuales	Estrellas
Residencial El Fogón	Privado	Centro urbano de la parroquia	5	240	—
Residencial Sinaí	Privado	Apuela Centro urbano de la parroquia	10	144	—
Cabañas Pradera tropical	Privado	Apuela Centro urbano de la parroquia	5	216	—
Complejo Turístico Nangulví	Privado	Parroquia de Peñaherrera	10	1 250	—

*Nota.* La columna estrellas se encuentra vacía puesto que en el reglamento de alojamiento turístico actual dentro de la clasificación no constan este tipo de establecimientos, por tal razón no existe categorización para ellos.

Mediante la visita de campo se reconoció a los principales alojamientos que brindan servicios similares a la idea de negocio, según se muestra en la tabla 7, sin embargo, ninguno de estos ofrece el servicio de restauración ni actividades relacionadas al agroturismo, representando estas un elemento diferenciador que otorga una ventaja competitiva al emprendimiento.

**Tabla 8**

*Establecimientos de restauración que representan competencia*

Nombre	Tipo	Ubicación	Capacidad	Especializado	
				Si	No
Restaurante Apuela	Restaurante	Centro urbano de la parroquia Apuela	70	x	
100% Inteño	Restaurante	Centro urbano de la parroquia Apuela	40	x	
Comedor de Martita	Restaurante	Centro urbano de la parroquia Apuela	30	x	

*Nota.* La columna de especializado se refiere a la oferta de comida típica. La información fue obtenida mediante las entrevistas realizadas.

De acuerdo con la tabla 8, se presentan los establecimientos que prestan el servicio de alimentos y bebidas en el centro urbano de la parroquia, se han considerado a estos, debido a que cuentan con una oferta similar a la que brindará el emprendimiento que es la gastronomía de la localidad. Además, representa competencia porque los primeros no ofrecen el servicio de restauración.

**Tabla 9***Actividades relacionadas con el agroturismo*

Nombre	Tipo	Ubicación	Descripción	Cant. de turistas anuales
Asociación agroartesanal de caficultores Río Intag	Privada	Centro urbano de la parroquia Apuela.	Recorrido por las distintas fincas productoras de café y la planta industrial, exhibición de los métodos de extracción y degustación de la bebida	120

*Nota.* La información se obtiene a través de la entrevista.

De acuerdo con la tabla 9, actualmente esta es la única iniciativa conocida de agroturismo que se desarrolla en la parroquia, por lo tanto, también representa una competencia a pesar de no brindar el servicio de alojamiento.

**Tabla 10***Cantidad promedio de turistas anuales que recibe la competencia*

Nombre del establecimiento		Cant. de turistas 2019	Promedio
Residencial Fogón	El	240	
Residencial Sinaí		144	
Cabañas pradera		216	

tropical		
Complejo Turístico Nangulví	1 250	
Asociación agroartesanal de caficultores Río Intag	120	
Restaurante Apuela	840	
100% Inteño	480	
Comedor Martita	360	
<b>Total</b>	<b>3 650</b>	<b>456</b>

*Nota.* La información contenida es el compendio de la tabla 8 y 9 respectivamente.

En base a los datos anteriores el Complejo Nangulví resulta nuestra mayor competencia debido al porcentaje de turistas que capta frente a los demás establecimientos de alojamiento como se muestra en la tabla 7, de la misma manera para el servicio de alimentos y bebidas el Restaurante Apuela representa el principal competidor según la tabla 8.

#### 4.5. Proyección de la oferta

El cálculo de la proyección se realiza para 10 años debido a que la inversión es alta correspondiendo al periodo 2020-2030 y se desarrolla mediante la fórmula de Muñoz (2014), además la operación se realizó a través de Excel.

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

Dónde

C<sub>n</sub>= oferta futura

C<sub>o</sub>= promedio de turistas anuales que recibe la competencia (456)

i= es la tasa de crecimiento que corresponde al 11% de acuerdo que corresponde al año 2018, datos obtenidos del Ministerio de Turismo.

n= corresponde a cada año de proyección.

**Tabla 11**

*Proyección de la oferta en el área de implementación del proyecto*

Año	Oferta
0	456
1	506
2	562
3	624
4	692
5	768
6	853
7	947
8	1 051
9	1 166
10	1 295

#### 4.6. Análisis de la demanda

Para encontrar la demanda potencial de la hacienda turística se utilizó los datos de la población objeto de estudio y la suma de los porcentajes de encuestados que gustan por actividades que ofertará el emprendimiento, siendo estas la visita a los cultivos, gastronomía y alojamiento. En la siguiente tabla se detalla el cálculo.

**Tabla 12**

*Demanda potencial de la hacienda turística El Paraíso*

Población mercado objetivo	25 000
Intensión de compra (%)	86.3%
	Visita a los cultivos 21.9%

	Gastronomía
	36.7%
	Alojamiento
	27.7%
Demanda potencial	21 575

*Nota.* La información salió del tamaño de la población y la pregunta 13 de la encuesta aplicada.

De acuerdo con la tabla 12 la demanda potencial comprende 21 575 personas que tienen las condiciones de visitar el emprendimiento pero que aún no lo han hecho.

#### 4.7. Proyección de la demanda

El cálculo de la proyección de la demanda se realizó aplicando la siguiente expresión.

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

Donde:

**C<sub>o</sub>**= 25 000 representa la cantidad de turistas que visitaron el Complejo Nangulví en el año 2019 (por el 86,3% personas que gustan de los recorridos por los cultivos, alojamiento y gastronomía)

**i**= tasa de incremento que corresponde al 11%.

**n**= años a proyectar.

#### 4.8. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha resulta de la diferencia de la proyección de la demanda y de la oferta de cada año respectivamente.

**Tabla 13**

*Proyección de la demanda insatisfecha en el área de implementación*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	23948	506	23442
Año 2	26583	562	26021

Año 3	29507	624	28883
Año 4	32752	692	32060
Año 5	36355	768	35587
Año 6	40354	853	39501
Año 7	44793	947	43846
Año 8	49720	1051	48670
Año 9	55190	1166	54023
Año 10	61261	1295	59966

#### 4.9. Demanda objetiva proyectada

El porcentaje meta de captación se fijó en el 15% valor, que resulta de la media al sumar la cuota de mercado del establecimiento Cabañas Pradera Tropical que presenta características similares al emprendimiento en cuanto a su infraestructura y cantidad de plazas que es del 5.9% con el porcentaje de ocupación en el servicio de alojamiento del Complejo Nangulví que para el año 2019 fue del 25%, entonces la expresión utilizada es la siguiente.

$$\text{Promedio: } \frac{5.9\% + 25\%}{2} = 15.45 \approx 15\%$$

**Tabla 14**

*Proyección de la demanda objetiva de la hacienda turística El Paraíso*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año1	23442	3516
Año 2	26021	3903
Año 3	28883	4332
Año 4	32060	4809
Año 5	35587	5338
Año 6	39501	5925
Año 7	43846	6577
Año 8	48670	7300

Año 9	54023	8103
Año 10	59966	8995

#### 4.9.1. Número de clientes proyectados

A partir de la proyección de la demanda objetiva se cuantifican los valores respectivos a los periodos semestrales, mensuales, quincenales y diarios que se planea recibirá el emprendimiento como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 15**

*Número de clientes proyectados para la hacienda turística El Paraíso*

Años	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	3516	1758	293	147	10
2	3903	1952	325	163	11
3	4332	2166	361	181	12
4	4809	2405	401	200	13
5	5338	2669	445	222	15
6	5925	2963	494	247	16
7	6577	3288	548	274	18
8	7300	3650	608	304	20
9	8103	4052	675	338	23
10	8995	4497	750	375	25

*Nota.* La hacienda turística trabajará los 365 días del año.

#### 4.9.2. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Los resultados de la tabla anterior permiten conjeturar el consumo de los servicios de alojamiento, restauración y actividades agroturísticas, para ello se toma en cuenta también los porcentajes de preferencia que se derivan de la encuesta de mercado que fueron un 21.9% para visita a los cultivos, 36.7 % gastronomía y 27,7 % alojamiento.

Los datos por lograr se calculan a partir de la siguiente expresión:

Demanda de productos = Demanda objetiva x % de preferencia de servicios.

**Tabla 16**

*Consumo aparente de los servicios que ofertará la hacienda turística El Paraíso*

Años	Demanda objetiva	Visita a los cultivos 21,9% (0,219)	Gastronomía 36,7% (0,367)	Alojamiento 27,7% (0,277)
1	3516	770	1290	974
2	3903	855	1432	1081
3	4332	949	1590	1200
4	4809	1053	1765	1332
5	5338	1169	1959	1479
6	5925	1298	2175	1641
7	6577	1440	2414	1822
8	7300	1599	2679	2022
9	8103	1775	2974	2245
10	8995	1970	3301	2492

*Nota.* Los porcentajes se obtuvieron de la encuesta aplicada.

Para realizar un análisis más detallado se ha calculado el número de clientes proyectados de forma semestral, mensual, quincenal y diario de cada servicio que ofertará la hacienda turística a partir de la información de la tabla anterior.

**Tabla 17**

*Número de clientes proyectados de la actividad agroturística*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	770	385	64	32	2
2	855	427	71	36	2
3	949	474	79	40	3
4	1053	527	88	44	3
5	1169	585	97	49	3
6	1298	649	108	54	4
7	1440	720	120	60	4
8	1599	799	133	67	4
9	1775	887	148	74	5

10	1970	985	164	82	5
----	------	-----	-----	----	---

**Tabla 18**

*Número de clientes proyectados del servicio de restauración*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	1290	645	108	54	4
2	1432	716	119	60	4
3	1590	795	133	66	4
4	1765	882	147	74	5
5	1959	980	163	82	5
6	2175	1087	181	91	6
7	2414	1207	201	101	7
8	2679	1340	223	112	7
9	2974	1487	248	124	8
10	3301	1651	275	138	9

**Tabla 19**

*Número de clientes proyectados del servicio de alojamiento*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	974	487	81	41	3
2	1081	541	90	45	3
3	1200	600	100	50	3
4	1332	666	111	56	4
5	1479	739	123	62	4
6	1641	821	137	68	5
7	1822	911	152	76	5
8	2022	1011	169	84	6
9	2245	1122	187	94	6
10	2492	1246	208	104	7

De manera general los clientes visitarán el establecimiento motivado principalmente por la gastronomía como lo muestra la tabla 16, por lo que se debe elaborar estrategias para que este grupo realice también las actividades agroturísticas y de alojamiento.

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO TÉCNICO ORGANIZACIONAL**

En este capítulo se detallará los procesos claves que se desarrollan para producir cada uno de los servicios a ofertar en la hacienda turística, así como establecer la capacidad operativa de la misma. Además, se analiza el tamaño óptimo, la localización óptima y el organigrama funcional que tendrá el proyecto.

#### **5.1. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa**

Para determinar la ubicación adecuada del emprendimiento se valoró los elementos correspondientes a la macro localización y micro localización que se detallan a continuación.

##### **5.1.1. Macro localización**

Para este apartado se estudiaron las siguientes características de la zona de implementación.

- a. Ubicación de los consumidores o usuarios.** El segmento de mercado potencial del proyecto reside en el cantón Cotacachi ubicado a una distancia de 50 Km del área de puesta en marcha de la hacienda turística.
- b. Localización de la materia prima y demás insumos.** La población local proveerá al establecimiento de los ingredientes necesarios para el servicio de restauración puesto que las preparaciones en su mayoría responden a la gastronomía típica. En cuanto a los demás insumos requeridos para la operatividad del negocio serán adquiridos en la ciudad de Cotacachi e Ibarra debido a la diversidad de oferta existente en estos lugares.

- c. **Vías de comunicación y medios de transporte.** Para el acceso se dispone de tres vías asfaltadas de tercer orden Cotacachi, Otavalo y Selva Alegre, todas ellas en un estado de conservación bueno. Para el transporte existen tres cooperativas intercantonales Otavalo, 6 de Julio y Valle de Intag todas estas con diferentes frecuencias de lunes a domingo y en varios horarios.
- d. **Condiciones climáticas.** Una de las ventajas del sector es su clima tropical con una temperatura que oscila entre los 10 a 20 °C y un nivel de precipitación de 1500 mm por lo que resulta un lugar idóneo para la realización de actividades al aire libre como los recorridos por los cultivos y la visita a las fincas de cabuya pues los períodos lluviosos se presentan únicamente en los meses de marzo y octubre, razón por la cual magnitud limitante que podría ser causada por el factor de corrección de precipitación es pequeña.
- e. **Servicios básicos.** Se dispone de energía eléctrica gestionada por la red de empresa eléctrica de servicio público, además el agua para consumo humano es captada a través de un sistema proveniente de vertientes naturales, también se cuenta con el servicio de telefonía e internet. Todos estos factores posibilitarán el adecuado funcionamiento del establecimiento.
- f. **Políticas, planes y programas de desarrollo.** La zona de implementación se encuentra dentro de la provincia reconocida como Geoparque a nivel internacional, esta designación representa una oportunidad para la promoción del sitio como un destino turístico a nivel mundial.

La hacienda turística se localiza en Ecuador dentro de la región Sierra, en la provincia de Imbabura en el cantón Cotacachi, que se ubica a una distancia de 103 km de la capital del país.

## Figura 14

Mapa de ubicación de la provincia de Imbabura



Nota. Adaptado de *Provincia de Imbabura* [Fotografía], por Wikipedia, 2020, ([https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Imbabura](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura)). CC BY 3.0

## Figura 15

Mapa de la provincia de Imbabura



Nota. Adaptado de *Provincia de Imbabura* [Fotografía], por Wikipedia, 2020, ([https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Imbabura](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura)). CC BY 3.0

### 5.1.2. Micro localización

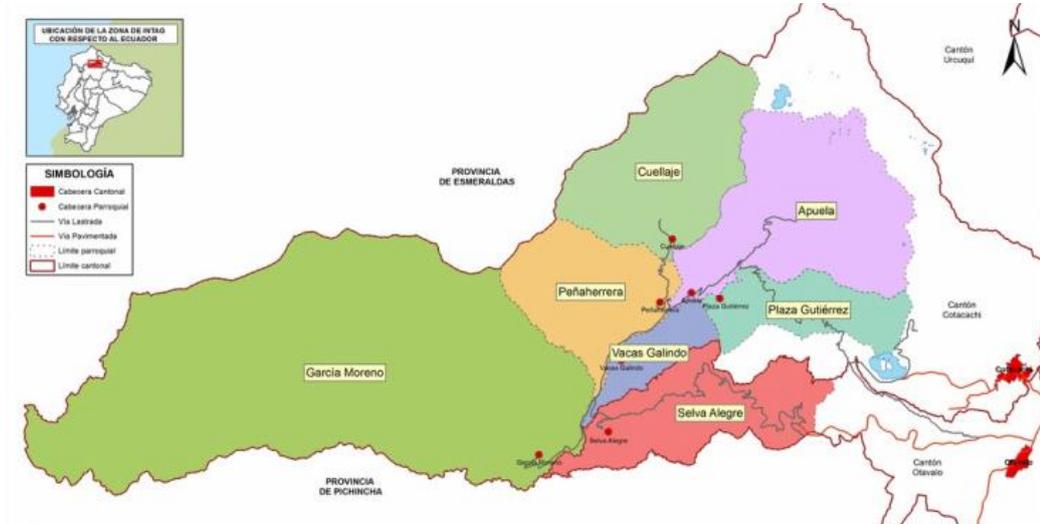
El Paraíso hacienda turística se ubicará en la Zona de Intag, en un predio de dos hectáreas con el que cuenta el proyecto en la parroquia Apuela, en una latitud 0.368215 y en la longitud -78.502427. Limita al suroeste con la propiedad de la familia Fuérez, al noroeste con el terreno de la familia Cabascango, al oeste con el Río Apuela y al este con la finca de la familia Hidalgo. Encontrándose a 2 km del centro poblado, específicamente en la comuna La Playa. La determinación de este lugar se realizó bajo el criterio que la actividad agroturística que ofertará el establecimiento demanda de la existencia de cultivos de café, frutas y cabuya, característica que posee este lugar.

Además, este sector obedece los siguientes parámetros.

- a. **Disponibilidad de mano de obra.** El contratará a personal de la comunidad que recibirá capacitaciones previamente para que se desempeñen eficientemente en las diferentes áreas de trabajo.
- b. **Disponibilidad de materia prima.** En la comunidad existen agricultores de productos orgánicos que proveerán al establecimiento de la materia prima necesaria para el área de alimentos y bebidas.
- c. **Disponibilidad de transporte.** En el territorio existe una compañía de carga mixta TransApuela que facilita la movilización dentro de la parroquia y posibilita el acceso hacia al establecimiento para los clientes que no cuenten con un vehículo.
- d. **Ubicación de la competencia.** Los emprendimientos considerados como competencia para el proyecto se agrupan en el casco urbano de la parroquia a unos 5km de distancia del área de implementación.
- e. **Costo de transporte de insumos y productos.** Para el abastecimiento del establecimiento se movilizará a las ciudades de Cotacachi e Ibarra mediante un vehículo de propiedad de la hacienda por lo tanto se incurre únicamente en gastos de combustible.

**Figura 16**

*Mapa de la Zona de Intag*



*Nota.* Adaptado de *Zona de Intag división político-administrativa según parroquias* [Fotografía], por Radio Intag, s.f.

<https://www.radiointag.com/iquestqueiacutenes-somos.html>

**Figura 17**

*Ubicación Hacienda turística El Paraíso*



*Nota.* Elaborado mediante Google Earth.

## **5.2. Identificación y descripción del producto**

El potencial de la parroquia Apuela en cuanto a riqueza paisajística, cultural y el desarrollo de la actividad agrícola con productos a los cuales se podrían dar un valor agregado han sido la causa para la realización de este producto turístico, como se ha venido mencionando en capítulos anteriores, cuya principal oferta es el alojamiento ajustado al medio natural de implementación donde se localizará, la restauración y actividades agroturísticas son los elementos que complementan y generan ese plus diferenciador de la competencia.

Las características tanto en infraestructura de las cabañas, oferta gastronómica y tipo de cultivos a visitar, así como elementos de diseño del producto específicamente el precio y duración fueron ajustadas a las exigencias de la demanda objetiva tras la ejecución del estudio de mercado con el fin de garantizar la satisfacción del segmento de mercado.

### **5.2.1. Caracterización y diseño del servicio**

La infraestructura de la hacienda tiene un diseño rústico como se podrá evidenciar al observar el material de construcción de las instalaciones que son de madera en su totalidad que van acorde al entorno de ubicación del establecimiento siendo este un ambiente natural poco urbanizado. Además, la distribución de cada cabaña y el restaurante sigue un modelo agradable a la vista que se complementa con los jardines ubicados estratégicamente en las áreas comunes complementando la estética del establecimiento.

#### **Servicio de alojamiento**

Para el servicio de alojamiento se cuenta con seis cabañas con capacidad para 25 personas: una triple de 4,75 m x 6,50 m, dos cuádruples con

una dimensión de 4,75 m x 6,50 m y dos familiares de 10,50 m x 5,80 m. Cada una de ellas se encontrará adecuadamente equipada con camas de dos plazas y plaza y media según el tipo de habitación, escritorio, silla, velador, televisor 32", clóset, baño privado con agua caliente, *wifi* y TV cable, características que permitan brindar bienestar y confort a los huéspedes. Es preciso mencionar, que una habitación cuádruple extra será acondicionada para atender a personas con discapacidad física a fin de cubrir sus necesidades, por ello la cabaña contará con rampas para facilitar el acceso, la habitación tendrá una dimensión de 5,35 m x 7,85 m , el baño será de 4,45 m x 3,40 m para favorecer la movilidad, el lavamanos estará a una altura de 1,05 m, el inodoro contará con agarraderas y demás requerimientos establecidos en la norma de Accesibilidad de personas al medio físico (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2018). Además, se dispondrá de un sistema de comunicación y alarma conformado por dos pulsadores ubicados en el baño y en la habitación respectivamente.

### **Servicio de restauración**

Las instalaciones del restaurante tienen una capacidad para 30 personas, puesto que se prevé su uso también para la realización de eventos por lo que su dimensión es 8,85 m x 11,45 m distribuido en el área de la cocina, comedor y baño para el uso de los clientes. Se encuentra estratégicamente ubicado frente a los jardines de las instalaciones creando un ambiente más agradable para los comensales, la ornamentación del área del comedor guarda relación con la temática campestre.

Su menú está enfocado principalmente en la gastronomía típica del sector, por tanto, se ofertará caldo de gallina criolla, fritada y trucha con el cual se intenta dar a conocer la riqueza alimenticia de la parroquia. Para los turistas que no gusten de estas preparaciones se ofrecerá un menú del día que constará de entrada y plato fuerte. Con respecto a los desayunos se ofrecerán

opciones variadas, mientras que para la cena se ofrece un menú previamente establecido. Al igual que las habitaciones, esta área cuenta con wifi.

## **Agroturismo**

Las actividades agrícolas se realizan al recorrer los cultivos de café y frutas que están dentro de las instalaciones a través de senderos adecuadamente trazados para recibir a los turistas. Por otra parte, para integrar a la comunidad y brindar una oferta más diversa se lleva a cabo la visita a fincas de cabuya, producto derivado de la planta de *agave* conocido comúnmente como penco, de la cual se extrae la fibra en forma de hilos, insumo necesario para la elaboración de varios artículos utilitarios de los cuales sobresalen las artesanías, de igual manera los propietarios realizan el tour mientras dan a conocer su trabajar diario en estos cultivos hasta conseguir la fibra posterior al proceso transformador. Este recorrido tendrá una duración aproximada de dos horas con un número máximo de doce turistas por guía.

Todos estos servicios se integran en el siguiente producto que tendrá una duración de un día y una noche, siendo detallado a continuación.

El horario de *check in* será a la una de la tarde. Con una bebida se dará la bienvenida a los huéspedes y a continuación la designación de habitaciones para posteriormente dirigirse al almuerzo. Seguido a esto se realizará la visita a los cultivos donde un guía local explicará el proceso de siembra, cosecha y transformación del café de manera artesanal, en este punto el visitante podrá degustar del conocido café de Intag y participar si lo desea en las actividades culturales de este cultivo. Además, se recorrerá los sembríos frutales y por medio de una pequeña caminata nos dirigiremos hacia fincas aledañas para conocer sobre la fabricación de la cabuya. Regresaremos a la hacienda para que el visitante pueda relajarse en las instalaciones y finalizamos el día con la cena. A la mañana siguiente se sirve el desayuno y se procede al *check out*.

**Observaciones:** si el cliente no se rige a los horarios de *check in* y *check out* tendrá un recargo adicional del 20% por habitación.

**Tabla 20**

*Itinerario del producto de la hacienda turística El Paraíso*

Hora	Actividad
Día 1	
13:00	Check in y designación de habitaciones
13:15	Bebida de bienvenida
13:30	Almuerzo
15:00	Recorrido por los cultivos de café y frutas
16:00	Visita a una finca de cabuya
17:00	Retorno a las instalaciones de la hacienda
19:00	Cena
Día 2	
09:00	Desayuno
10:00	Check out

El precio del producto se fijó en \$ 232,17 en el que se incluye los porcentajes respectivos al IVA, servicios y utilidad. En la siguiente tabla se detallan los elementos tomados en cuenta para establecer el precio.

**Tabla 21**

*Precio del producto de la hacienda turística El Paraíso*

Servicio	Valor	
Alojamiento	\$ 137,50	
Alimentación	Almuerzo	\$ 6,00
	Cena	\$ 5,50
	Desayuno	\$ 4,50
Agroturismo y guianza	\$ 10,00	
Subtotal	\$ 163,50	
Utilidad (20%)	\$ 32,70	

Servicios (10%)	\$ 16,35
IVA (12%)	\$ 19,62
<b>Total</b>	<b>\$ 232,17</b>

*Nota.* El precio puede ser variable debido al tipo de habitación y de alimentación que seleccione el cliente, por lo que se hace necesario dar a conocer el mismo que se muestra en la siguiente tabla.

## **Tabla 22**

*Detalle de los precios de los productos de la hacienda El Paraíso*

Producto	Precio
Habitaciones	
Habitación triple	\$ 82,50
Habitación cuádruple	\$ 110, 00
Habitación familiar	\$ 137,50
Desayuno	\$ 4, 50
Platos típicos	
Caldo de gallina	\$ 4, 75
Fritada	\$ 6,00
Trucha	\$ 6,00
Menú del día	
Menú 1	\$ 5,50
Menú 2	\$ 5,75
Cena	
Cena 1	\$ 5,25
Cena 2	\$ 5,50
<u>Agroturismo y guianza</u>	<u>\$ 10, 00</u>

*Nota.* Los precios establecidos para las habitaciones responden al monto que están dispuestos a pagar los encuestados según el estudio de mercado, mientras que, para la oferta gastronómica, así como las actividades agroturísticas se analizó los valores de la competencia y el coste que representa para el establecimiento. Además, se establece una tarifa del 10% de descuento para niños, adultos mayores y personas con discapacidad.

### 5.2.2. Descripción del proceso productivo para la prestación del servicio

Todos los procesos claves que llevará a cabo la hacienda turística se exponen en la siguiente tabla.

**Tabla 23**

*Procesos productivos en los servicios del establecimiento*

Alojamiento		
Estado Inicial	Proceso transformador	Producto final
Insumos	Procesos	Productos
Cabañas de madera	-Ventilar la habitación	Habitación puesta a punto para recibir al huésped
-Doble	-Limpieza de pisos de las habitaciones.	
-Triple	-Hacer la cama.	
-Cuádruple	-Limpieza del cuarto de baño.	Subproductos
-Familiar	-Colocar toallas y <i>amenities</i> .	Satisfacción del cliente.
Suministros	-Limpieza de polvos, muebles y ventanas.	
Limpiador de pisos	-Ambientar la habitación.	
Desinfectante de baños	-Limpieza de áreas comunes.	
Ambientador		
Cepillo de baño		
<i>Amenities</i>		
Limpiador de muebles de madera		
Escoba	Equipo productivo	
Trapeador	-Lavadora	
Trapos para polvo	-Secadora	
Sábanas		
Cobijas	Organización	
Cubrecamas	-Camarera	
	Alimentos y bebidas	
Insumos	Procesos	Productos
Ingredientes correspondientes para los desayunos, platos típicos, menú del día y	-Elaboración del menú del día.	Desayunos
	- <i>Mise en place</i> (cortar, pelar, picar, entre otros.)	Platos típicos
	-Preparación de los	Menú del día
		Cenas

cenas.	platos según el pedido del cliente.	Subproductos
Área del comedor del restaurante.	-Limpieza del área de comedor y cocina.	Área del comedor lista para recibir a los clientes.
Suministros Utensilios de cocina. Vajilla	Lavar los utensilios y cocina. Equipo productivo -Área de cocina	Residuos Sobrantes o desperdicios de los ingredientes.
Desinfectante de baño Ambientador Cepillo de baño <i>Amenities</i> Limpiador de muebles de madera Escoba Trapeador Trapos para polvo	-Campanas extractoras de olor -Cocina industrial de dos quemadores, freidora y plancha. -Cocina industrial de cinco quemadores con horno. -Refrigeradora -Microondas -Batidora de pedestal	
	Organización Chef Mesero	

Actividades agroturísticas		
Insumos	Procesos	Productos
Sembríos de café y frutas.	Recorrido por los cultivos	Experiencia satisfactoria del cliente
Suministros Esteras Tinas Canastos	Participación del turista en la cosecha Explicación sobre la obtención del café artesanal. Degustación del café artesanal. Equipo productivo -Peladora de café	Subproductos Café artesanal Senderos en perfecto estado Residuos Desechos de material orgánico del café.

---

-Invernadero

Organización

Guía

Jefe de mantenimiento

---

### **5.3. Ingeniería del proyecto**

En este apartado se definen requerimientos de insumos, materiales y recurso humano necesario para el funcionamiento de la hacienda turística, además, se explica la distribución y diseño de la planta que se realizó con la finalidad de optimizar el espacio y mejorar la operatividad del establecimiento.

#### **5.3.1. Distribución de la planta**

La planta se encuentra distribuida en las siguientes áreas:

- a) Recepción
- b) Habitaciones
- c) Restaurante
- d) Bodega
- e) Parqueadero
- f) Áreas de agroturismo

Toda la infraestructura de la hacienda está construida a base de madera, las paredes al igual que la cubierta son de ciprés, mientras los pisos, vigas de eucalipto y para los techos se usan un revestido de tejas. Las cabañas y el restaurante tienen un baño privado con el mismo material de construcción excepto el área de la ducha que es de cerámica, además, de las características mencionadas en el diseño del producto que responden a las preferencias de la demanda objetiva. Para la bodega se ha destinado un espacio de 20  $m^2$  en donde se ubicará la maquinaria y herramientas para la operatividad del negocio y un área de 27  $m^2$  destinados a la planta de recepción.

Las áreas de cultivo destinadas para la actividad agroturística se encuentran en la parte frontal de las cabañas familiares y cuádruples, ocupando una superficie de  $555 m^2$ , distribuidas por estaciones que inician con el proceso de cultivo, seguido, el área donde está la máquina para el pelado del café, junto a este el invernadero y finalmente la zona de procesamiento artesanal. Cabe mencionar que en este espacio se encuentran los sembríos de café y frutales de naranjas, guabas, papayas, limones, plátanos, piñas y mandarinas.

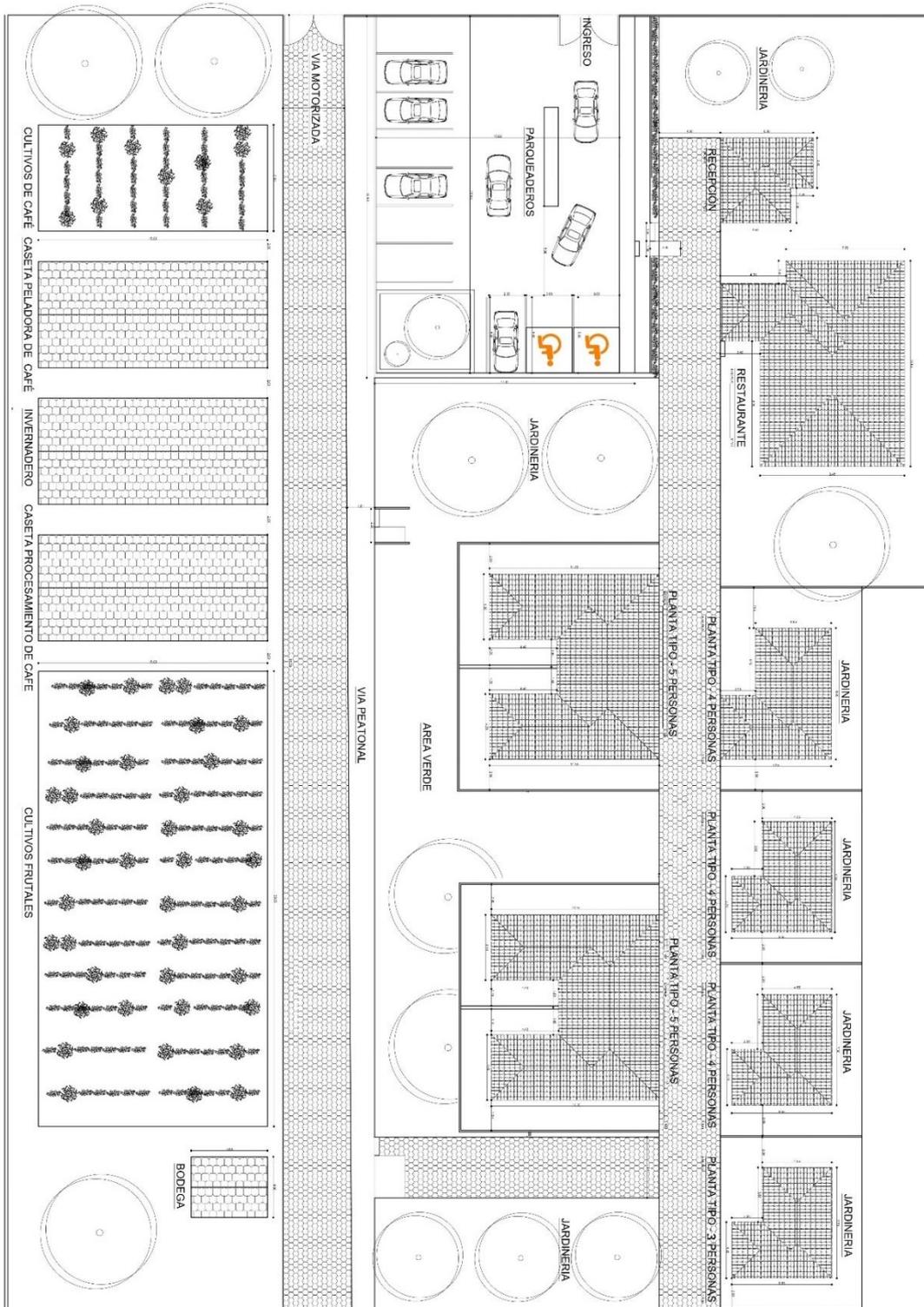
El parqueadero cuenta con una dimensión de  $405 m^2$  con una capacidad para diez vehículos, en los que se incluyen dos espacios para personas con discapacidad.

Del total de la extensión del terreno, el área ocupada por la hacienda turística representa  $4407 m^2$ , de los cuales  $728 m^2$  representan el espacio construido en el que se incluye las instalaciones del establecimiento.

### 5.3.2. Diseño planimétrico de la planta

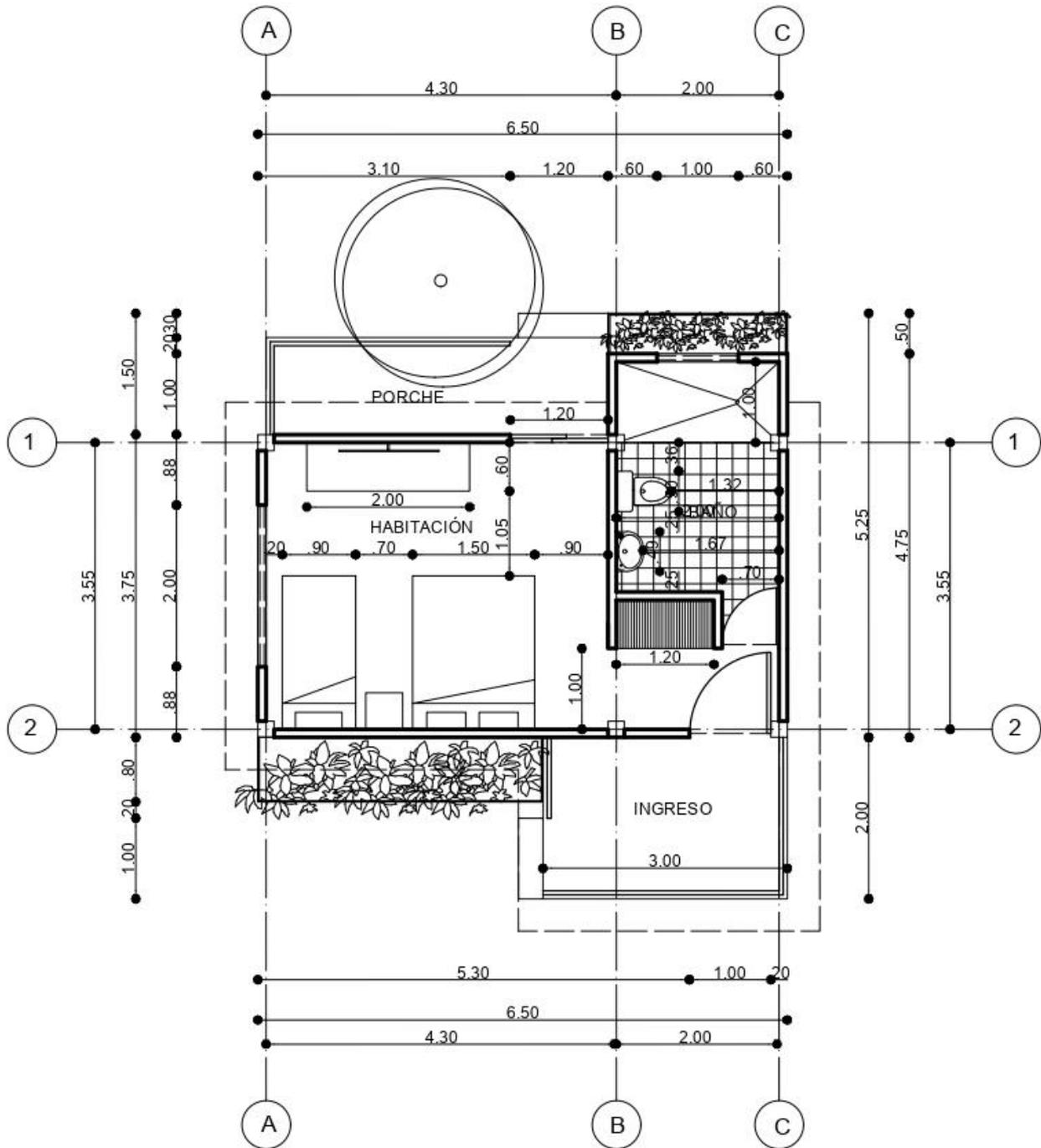
Figura 18

Implantación general de la hacienda El Paraíso



**Figura 19**

*Diseño cabaña triple para la hacienda El Paraíso*



**Figura 20**

*Diseño cabaña cuádruple de la hacienda el Paraíso*

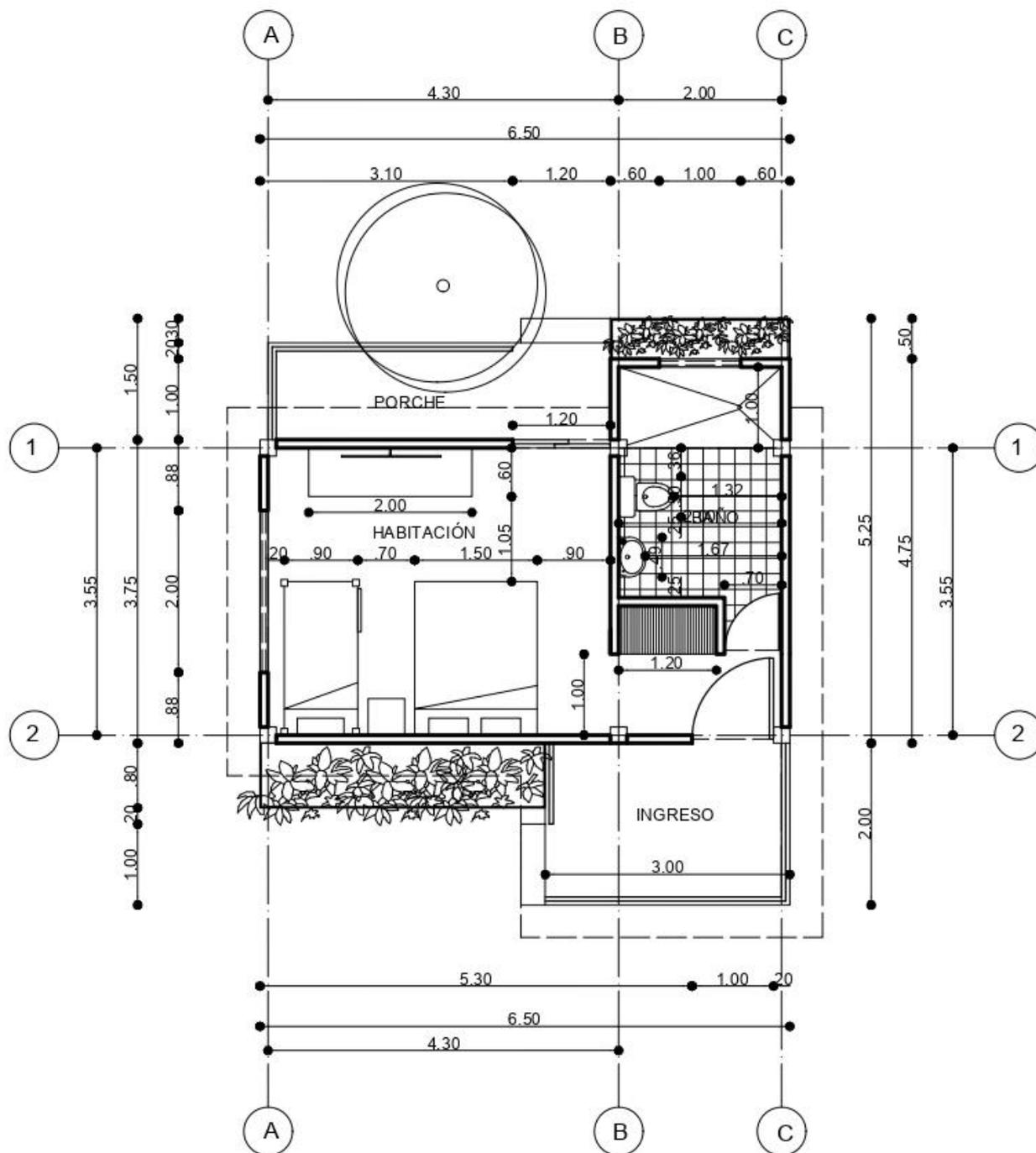
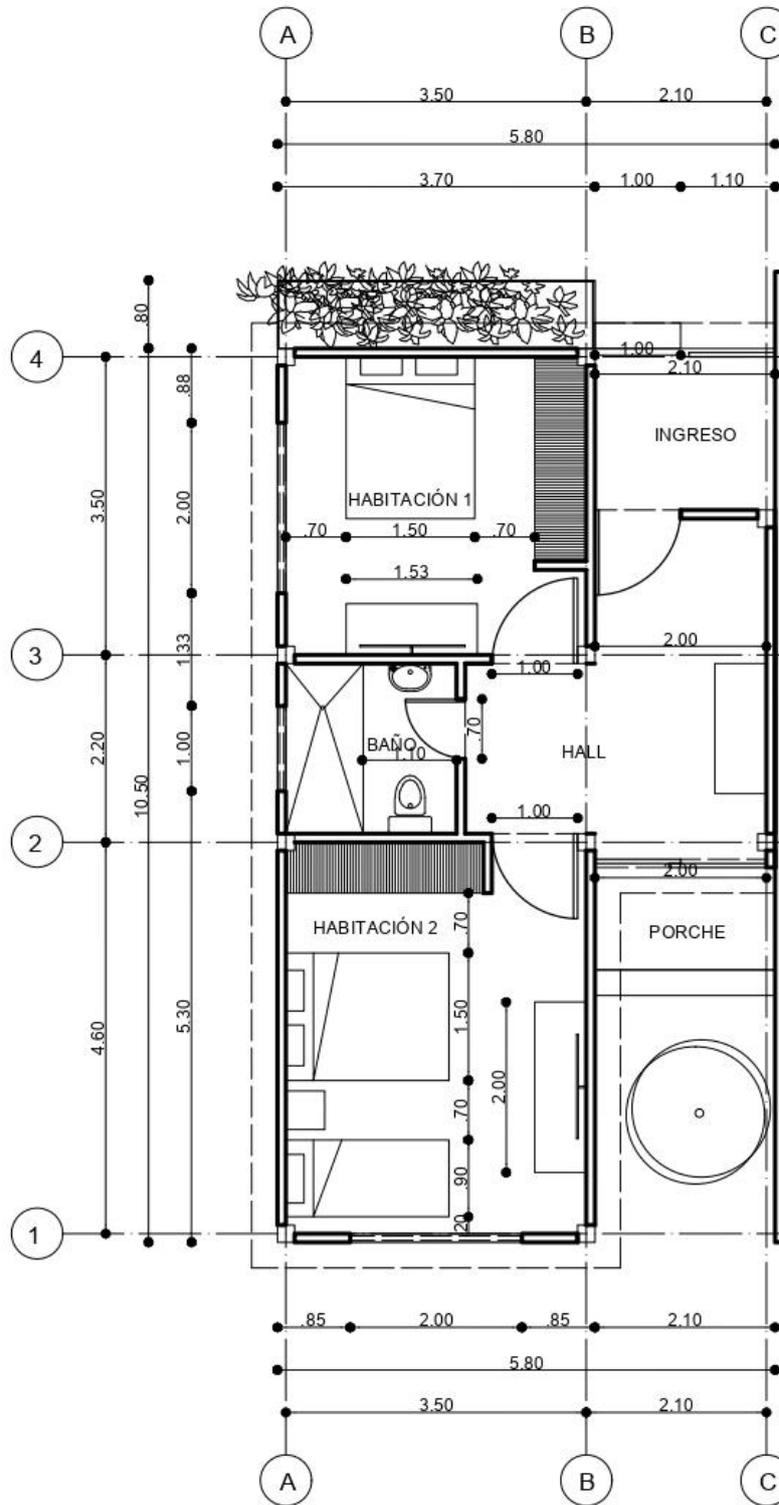




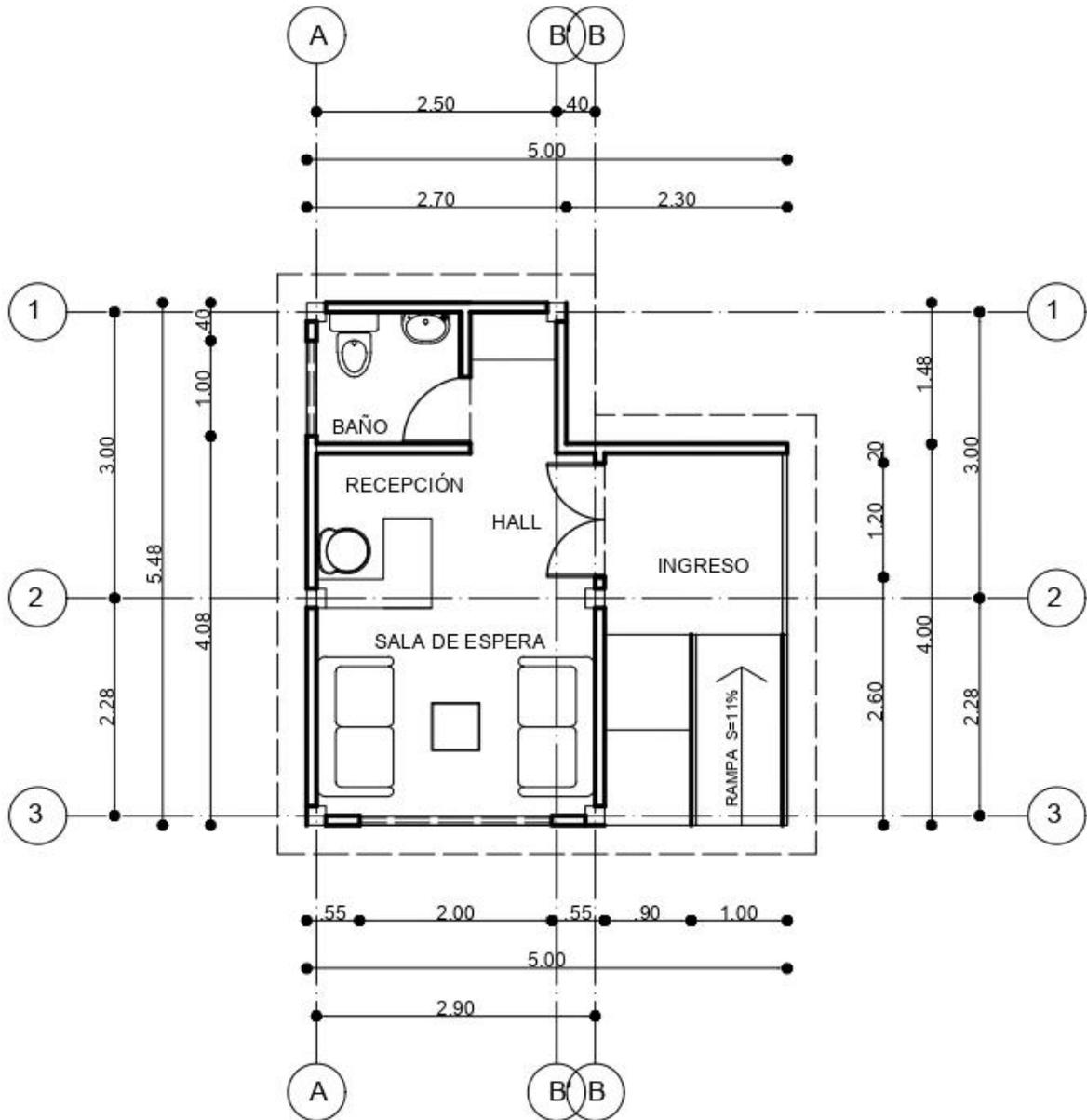
Figura 22

Diseño cabaña familiar de la hacienda El Paraíso



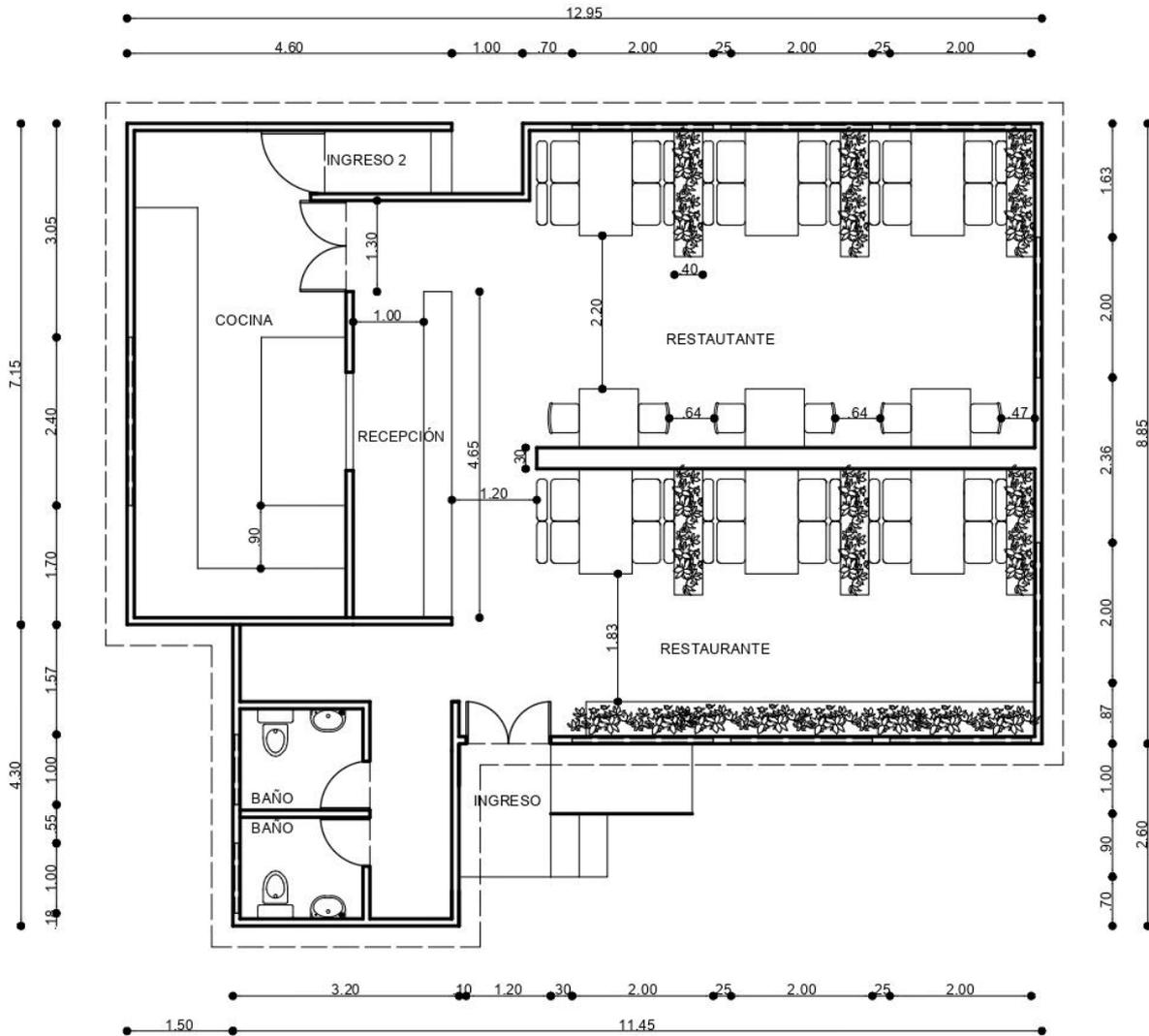
**Figura 23**

*Diseño de la recepción de la hacienda el Paraíso*



**Figura 24**

*Diseño del restaurante de la hacienda El Paraíso*



### 5.3.3. Requerimientos por áreas

A continuación, se especifican de forma detallada los requerimientos para el funcionamiento de cada una de las áreas que comprende el emprendimiento. No obstante, la maquinaria y equipo no se incluye en este apartado puesto que se tomará en cuenta en el epígrafe 5.4.2.

**Tabla 24***Requerimientos para el área de alojamiento de la hacienda EL Paraíso*

Cantidad	Detalle
11	Cama individual
7	Cama doble
7	Colchones dobles imperial
11	Colchones individuales imperial
30	Sábanas
30	Cobijas
30	Edredones
30	Almohadas
12	Cortinas habitación
12	Cortinas de baño
8	Velador
8	Lámpara de techo
8	Lámpara de velador
16	Alfombra habitación
12	Toalla de piso baño
8	Ropero de madera
8	Cuadro /adornar
8	Juego de escritorio y silla
46	Toallas
8	Televisor 32" RCA
6	Basurero de plástico 24lt
6	Inodoro Edesa
6	lavamanos Edesa
6	Espejo 40cmx40cm
	Portarrollos de papel de aluminio
6	Toallero de barra de aluminio
	Vaso
	Perchas de aluminio
6	Manguera 12" conexión lavamanos
6	Kit de instalación inodoro Edesa
6	Repisa lavamanos de madera
6	Dispensador de jabón
6	Grifo lavamanos Edesa
6	Ducha de aluminio
1	Barra de soporte y barra abatible (3)
2	Silla de ducha sin espaldar

**Tabla 25***Requerimientos para el área de recepción de la hacienda*

Cantidad	Detalle
1	Counter de recepción
1	Silla giratoria
1	Porta esferos
1	Lámpara de techo
2	Sillón de espera (4 asientos)
1	Inodoro Edesa
1	lavamanos Edesa
1	Espejo 40cmx40cm
	Portarrollos de papel de aluminio
	Toallero de barra de aluminio
1	Vaso
	Perchas de aluminio
1	Manguera 12" conexión lavamanos
1	Kit de instalación inodoro Edesa
1	Repisa lavamanos de madera
1	Dispensador de jabón
1	Grifo lavamanos Edesa
1	Basurero de plástico 24lt
1	Extintor 10 lb

**Tabla 26***Requerimientos para el área de restauración de la hacienda*

Cantidad	Detalle
3	Mesa comedor Jbl Modular para 2 personas
4	Comedor rústico para 4 personas
1	Comedor lineal estilo francés para 8 personas
5	Mesas comedor de niño
6	Lámpara colgante
1	Lavadero de acero inoxidable
3	Tanques de gas
2	Mesa de trabajo acero inoxidable

2	Juegos de ollas de acero inoxidable
1	Estantería metálica
6	Vajilla de porcelana 4 puestos
30	Juego de cubiertos acero inoxidable
6	Juego de jarra y 6 vasos de vidrio
1	Juego de cuchillos de 9 piezas
2	Juego de cucharones para cocina
2	Extintor 10 lb
1	Inodoro Edesa
1	lavamanos Edesa
1	Espejo 40cmx40cm
	Portarrollos de papel de aluminio
	Toallero de barra de aluminio
1	Vaso
	Perchas de aluminio
1	Manguera 12" conexión lavamanos
1	Kit de instalación inodoro Edesa
1	Repisa lavamanos de madera
1	Dispensador de jabón
1	Grifo lavamanos Edesa
1	Basurero de plástico 24lt
1	Extintor 10 lb
3	Basureros plásticos 10L

**Tabla 27**

*Requerimientos para el área de bodega de la hacienda*

Cantidad	Detalle
2	Machete 60 cm
2	Palas de manilla
2	Azadón 31/2 libras
2	Rastrillo
1	Inodoro Edesa
1	lavamanos Edesa
1	Espejo 40cmx40cm
	Portarrollos de papel de

	aluminio
1	Toallero de barra de aluminio
	Vaso
	Perchas de aluminio
1	Manguera 12" conexión lavamanos
1	Kit de instalación inodoro Edesa
1	Repisa lavamanos de madera
1	Dispensador de jabón
1	Grifo lavamanos Edesa
1	Basurero de plástico 24lt
1	Señalética

**Tabla 28**

*Requerimientos para el área de agroturismo de la hacienda*

Cantidad	Detalle
15	Botas antideslizantes
15	Ponchos de agua
1	Invernadero artesanal
2	Esteras
2	Tinas
3	Carpas plegables de 3x3
3	Canastos

#### **5.4. Inversiones y capital de trabajo**

En este apartado se detalla el costo de capital de trabajo que demanda el proyecto, constituidos por los insumos o materias primas, remuneraciones, servicios básicos, permisos requeridos para el funcionamiento y gastos en publicidad.

##### **5.4.1. Obra civil necesaria**

Para obtener el costo de la infraestructura e instalaciones del proyecto se realizó una cotización a “Artesanías Leo” empresa que tiene más de 30 años de experiencia en el mercado con respecto a este tipo de construcciones.

**Tabla 29***Requerimientos para la construcción de la hacienda turística El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
30	Concreto (m <sup>3</sup> )	\$60,00	\$1.800,00
1	Mampostería y cimientos	\$1.650,00	\$1.650,00
150	Vigas de madera	\$20,00	\$3.000,00
6000	Duelas ciprés	\$2,00	\$12.000,00
10000	Tejas	\$0,27	\$2.700,00
60	Ventanas (m <sup>2</sup> )	\$80,00	\$4.800,00
19	Puertas	\$200,00	\$3.800,00
60	Vidrio 6 líneas (m <sup>2</sup> )	\$24,00	\$1.440,00
2	Contenedores de basura	\$100	\$200
1	Tela de construcción (rollo)	\$70,00	\$70,00
30	Pinturas y barnices	\$40,00	\$1.200,00
15	Tubo 3 pulgadas	\$9,00	\$135,00
12	Tubo 2 pulgadas	\$8,00	\$96,00
64	Codos 2 pulgadas	\$2,00	\$128,00
18	Sifones de acero	\$4,30	\$77,40
9	Llaves de paso	\$13,00	\$117,00
1	Cableado eléctrico	\$2.000,00	\$2.000,00
12	Interruptores	\$3,00	\$36,00
20	Toma corrientes	\$2,30	\$46,00
100	Cerámica (m <sup>2</sup> )	\$8,50	\$850,00
1	Pozo séptico	\$1.252,00	\$1.252,00
5	Mano de obra	\$3.500,00	\$17.500,00
Subtotal			\$53.375,40
Imprevistos		3%	\$1.601,26
Total			\$56.683,37

**Tabla 30***Requerimiento de infraestructura e instalaciones para la hacienda turística EL Paraíso*

Descripción	Cantidad	Dimensiones	m <sup>2</sup>	Costo unitario	Costo total
Cabañas	3	4,75 m x 6,50	30	\$2.975,95	\$8.927,86
	1	5,35mx 7,85	41	\$4.067,13	\$4.067,13
	2	10,5m x	60	\$5.951,90	\$11.903,81

		5,8m				
Recepción	1	5,48m x 5m	27	\$2.678,36	\$2.678,36	
Bodega	1	5m x 4m	20	\$1.983,97	\$1.983,97	
Restaurante	1	8,85m x 11m	97	\$9.622,25	\$9.622,25	
Mano de obra/trabajadores	5	—	—	\$3.500,00	\$17.500,00	
<b>Total</b>						<b>\$56.683,37</b>

#### 5.4.2. Maquinaria y equipos

**Tabla 31**

*Maquinaria de la hacienda turística El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Campanas extractoras de olores de acero	\$ 260,00	\$ 520,00
1	Cocina industrial 2 quemadores freidora y plancha	\$ 290,00	\$ 290,00
1	Cocina industrial 5 quemadores de acero con horno	\$ 340,00	\$ 340,00
1	Refrigeradora <i>French door</i> 515 litros	\$ 899,00	\$ 899,00
1	Microondas 30 L	\$ 99,90	\$ 99,90
1	Licuada 1.25L	\$ 71,90	\$ 71,90
1	Batidora de pedestal	\$ 65,00	\$ 65,00
2	Lavadora de 22 Kg y secadora de 20 Kg marca LG	\$ 999,00	\$ 1.998,00
1	Máquina peladora de café	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Minibar de vidrio 120 litros	\$ 189,00	\$ 189,00
<b>Total</b>			<b>\$ 4.772,80</b>

**Tabla 32**

*Equipos de la hacienda turística El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
6	Televisor 32" RCA	\$199,00	\$1.194,00
1	Computador Hacer	\$350,00	\$350,00
1	Impresora Epson L4150	\$210,00	\$210,00

9	Panasonic Teléfono	\$25,00	\$225,00
Total			\$2.377,00

### 5.4.3. Capital de trabajo

El emprendimiento para dar inicio a sus actividades requiere de una cantidad de recursos que sirvan como soporte para solventar los egresos en los primeros meses de funcionamiento, los cuales permitirán el normal desarrollo de sus operaciones diarias, por esta razón, para determinar su valor se ha proyectado en el caso de las remuneraciones a un periodo de seis meses y para los demás costos a tres meses, debido a que a partir de este tiempo la empresa comenzará a generar ingresos capaces de cubrir estos desembolsos.

**Tabla 33**

*Gasto de remuneraciones del personal de trabajo de la hacienda El Paraíso*

Nº	Cargo	Mensual	Aporte personal IESS	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal IESS	Vacaciones	Sueldo mensual	Total período 6 meses
1	Gerente	600,00	56,70	33,33	25,00	66,90	25,00	626,63	3759,80
1	Camarera	403,00	38,08	33,33	16,79	44,93	16,79	431,83	2591,00
1	Recepcionista	403,00	38,08	33,33	16,79	44,93	16,79	431,83	2591,00
1	Cocinero	404,00	38,18	33,33	16,83	45,05	16,83	432,82	2596,93
1	Mesero	403,00	38,08	33,33	16,79	44,93	16,79	431,83	2591,00
1	Mantenimiento	404,00	38,18	33,33	16,83	45,05	16,83	432,87	2596,93
Total		2617,00						2787,78	16726,66

*Nota.* Ajustado a partir de la tabla de salarios mínimos sectoriales del 2020.

**Tabla 34**

*Gastos por servicios profesionales*

Cantidad	Cargo	Costo	Periodo 3 meses
1	Guía	\$288,00	\$864,00
1	Asesor contable	\$150,00	\$450,00
2	<i>Influencer/youtubers</i>	\$618,00	\$1.854,00
Total			\$3.168,00

**Tabla 35***Gastos de insumos para el área de restauración de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Periodo 3 meses
15	Carne de cerdo (kg)	\$5,00	\$75,00	\$225,00
10	Mote (lb)	\$1,00	\$10,00	\$30,00
5	Tostado (lb)	\$1,00	\$5,00	\$15,00
2	Maduros (cartones)	\$6,00	\$12,00	\$36,00
5	Aguacates (kg)	\$1,50	\$7,50	\$22,50
10	Trucha (kg)	\$5,00	\$50,00	\$150,00
20	Pollo (kg)	\$12,00	\$240,00	\$720,00
1	Aceite (4lt)	\$8,00	\$8,00	\$24,00
20	Arveja (lb)	\$1,00	\$20,00	\$60,00
5	Ajo (lb)	\$1,25	\$6,25	\$18,75
1	Tomate (caja)	\$12,00	\$12,00	\$36,00
1	Zanahoria (caja)	\$8,00	\$8,00	\$24,00
1	Cebolla colorada (caja )	\$18,00	\$18,00	\$54,00
8	Especias (50g)	\$1,00	\$8,00	\$24,00
2	Arroz (arroba)	\$13,00	\$26,00	\$78,00
2	Azúcar (arroba)	\$8,00	\$16,00	\$48,00
2	Papas (arroba)	\$3,00	\$6,00	\$18,00
4	Naranjas (kg)	\$1,00	\$4,00	\$12,00
4	Tomate de árbol (kg)	\$1,50	\$6,00	\$18,00
2	Mora (kg)	\$1,50	\$3,00	\$9,00
4	Naranjilla (kg)	\$1,00	\$4,00	\$12,00
2	Botellones de agua 20 lt	\$2,50	\$5,00	\$15,00
2	Gas	\$2,50	\$5,00	\$15,00
Subtotal			\$531,75	\$1.664,25
Imprevistos 30%				\$499,28
Total			\$691,28	\$2.163,53

*Nota.* Se ha considerado incluir un 30% al valor determinado, con la finalidad de tener el abastecimiento necesario en días de mayor demanda.

**Tabla 36***Gastos de insumos de aseo personal y artículos de limpieza de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Periodo 3 meses
----------	---------	----------------	---------------	-----------------

1	Jabón (paquete 1000 unidades)	\$40,00	\$40,00	\$120,00
2	Papel (18 unidades)	\$11,00	\$22,00	\$66,00
1	Shampoo (paquete 100 unidades)	\$30,00	\$30,00	\$90,00
1	Limpiador de pisos (20 lt)	\$25,00	\$25,00	\$75,00
2	Desinfectante de baño (4lt)	\$8,50	\$17,00	\$51,00
2	Limpiador de muebles de madera 360ml	\$4,50	\$9,00	\$27,00
1	Desengrasante (20 lt)	\$30,00	\$30,00	\$90,00
3	Lavavajillas	\$3,75	\$11,25	\$33,75
5	Vileda	\$0,50	\$2,50	\$7,50
2	Escoba	\$3,50	\$7,00	\$21,00
2	Trapeador	\$4,00	\$8,00	\$24,00
2	Recogedor de basura	\$3,00	\$6,00	\$18,00
2	Botes de trapeador de 12lt	\$4,00	\$8,00	\$24,00
9	Gel desinfectante 1lt	\$5,00	\$45,00	\$135,00
20	Litos	\$1,00	\$20,00	\$60,00
5	Atomizador	\$2,50	\$12,50	\$37,50
4	Detergente y suavizante 2l	\$6,00	\$24,00	\$72,00
5	Guantes plásticos	\$2,00	\$10,00	\$30,00
3	Cepillo para lavar el baño	\$2,00	\$6,00	\$18,00
6	Fundas de basura	\$1,00	\$6,00	\$18,00
1	Papelería	\$30,00	\$30,00	\$90,00
<b>Total</b>				<b>\$1.107,75</b>

*Nota.* Los costos unitarios se consultaron en establecimientos que ofertan estos productos, mediante plataformas virtuales como mercado libre o directamente en las páginas web de estas empresas.

**Tabla 37**

*Gastos de servicios básicos de la hacienda El Paraíso*

Detalle	Costo mensual	Periodo 3 meses
Servicio eléctrico	\$300,00	\$900,00
Internet	\$57,00	\$171,00
Telefonía	\$25,00	\$75,00
Instalación		\$100,00
TV cable	\$87,01	\$261,03
<b>Total</b>	<b>\$469,01</b>	<b>\$1.507,03</b>

*Nota.* En la tabla 35 no se incluye el pago por agua potable, debido a que no se dispone de este servicio en el área de implementación. Además, para establecer el valor a pagar por concepto de energía eléctrica se tomó en cuenta la facturación de un establecimiento con similares características.

**Tabla 38**

*Gastos de publicidad de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total
1	Video promocional en youtube	\$300,00	\$300,00
3	<i>Banners</i>	\$30,00	\$90,00
1000	<i>Flyers</i>	\$0,23	\$230,00
1000	Tarjetas de presentación	\$0,02	\$20,00
500	Llaveros	\$0,30	\$150,00
Total			\$790,00

**Tabla 39**

*Gastos de permisos de funcionamiento de la hacienda El Paraíso*

Detalle	Costo
Inscripción Registro Mercantil	\$ 37,50
Patente municipal	\$ 51,00
Permiso de construcción	\$ 139,50
Permiso bomberos	\$ 3.50
Permisos ARCSA	\$ 254,00
Licencia anual de funcionamiento	\$ 80,00
Total	\$ 565,50

*Nota.* Obtenido de los portales web de cada una de las instituciones públicas.

#### 5.4.4. Total de inversión

Para determinar la inversión total del proyecto se requiere especificar el costo unitario y total de cada uno de los bienes muebles. Además, se suman todos los valores detallados anteriormente en las tablas del capital de trabajo.

**Tabla 40**

*Costos de requerimientos para el área de alojamiento de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Total
11	Cama individual	\$100,00	\$1.100,00
7	Cama doble	\$120,00	\$840,00
7	Colchones dobles imperial	\$109,00	\$763,00
11	Colchones individuales imperial	\$85,00	\$935,00
30	Sábanas	\$20,00	\$600,00
30	Cobijas	\$26,00	\$780,00
30	Edredones	\$40,00	\$1.200,00
30	Almohadas	\$6,00	\$180,00
12	Cortinas habitación	\$20,00	\$240,00
12	Cortinas de baño	\$25,00	\$300,00
8	Velador	\$30,00	\$240,00
8	Lámpara de techo	\$25,00	\$200,00
8	Lámpara de velador	\$20,00	\$160,00
16	Alfombra habitación	\$8,00	\$128,00
12	Toalla de piso baño	\$15,00	\$180,00
8	Ropero de madera	\$70,00	\$560,00
8	Cuadro /adornar	\$15,00	\$120,00
8	Juego de escritorio y silla	\$75,00	\$600,00
46	Toallas	\$10,00	\$460,00
6	Basurero de plástico 24lt	\$15,00	\$90,00
6	Inodoro Edesa	\$120,00	\$720,00
6	lavamanos Edesa	\$30,00	\$180,00
6	Espejo 40cmx40cm	\$30,00	\$180,00
	Portarrollos de papel de aluminio	\$35,00	\$210,00
6	Toallero de barra de aluminio		
	Vaso		
	Perchas de aluminio		

6	Manguera 12" conexión lavamanos	\$2,50	\$15,00
6	Kit de instalación inodoro Edesa	\$6,85	\$41,10
6	Repisa lavamanos de madera	\$100,00	\$600,00
6	Dispensador de jabón	\$15,00	\$90,00
6	Grifo lavamanos Edesa	\$18,00	\$108,00
6	Ducha de aluminio	\$39,00	\$234,00
1	Barra de soporte y barra abatible (3)	\$120,00	\$120,00
2	Silla de ducha sin espaldar	\$51,55	\$103,10
Total			\$12.277,20

**Tabla 41**

*Costos de requerimientos para el área de recepción de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Counter de recepción	\$165,00	\$165,00
1	Silla giratoria	\$40,00	\$40,00
1	Porta esferos	\$5,00	\$5,00
1	Lámpara de techo	\$25,00	\$25,00
2	Sillón de espera (4 asientos)	\$150,00	\$300,00
1	Inodoro Edesa	\$120,00	\$120,00
1	Lavamanos Edesa	\$30,00	\$30,00
1	Espejo 40cmx40cm	\$30,00	\$30,00
1	Portarrollos de papel de aluminio		
1	Toallero de barra de aluminio	\$35,00	\$35,00
	Vaso		
	Perchas de aluminio		
1	Manguera 12" conexión lavamanos	\$2,50	\$2,50
1	Kit de instalación inodoro Edesa	\$6,85	\$6,85
1	Repisa lavamanos de madera	\$100,00	\$100,00
1	Dispensador de jabón	\$15,00	\$15,00
1	Grifo lavamanos Edesa	\$18,00	\$18,00
1	Basurero de plástico 24lt	\$15,00	\$15,00
1	Extintor 10 lb	\$17,00	\$17,00
Total			\$924,35

**Tabla 42**

*Costos de requerimientos para el área de restauración de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
3	Mesa comedor Jbl Modular para 2 personas	\$ 120,00	\$ 360,00
4	Comedor rústico para 4 personas	\$ 400,00	\$ 1.600,00
1	Comedor lineal estilo francés para 8 personas	\$ 599,00	\$ 599,00
5	Mesas comedor de niño	\$ 22,00	\$ 110,00
6	Lámpara colgante	\$ 25,00	\$ 150,00
1	Lavadero de acero inoxidable	\$ 34,85	\$ 34,85
3	Tanques de gas	\$ 40,00	\$ 120,00
2	Mesa de trabajo acero inoxidable	\$ 100,00	\$ 200,00
2	Juegos de ollas de acero inoxidable	\$ 90,00	\$ 180,00
1	Estantería metálica	\$ 65,00	\$ 65,00
6	Vajilla de porcelana 4 puestos	\$ 26,00	\$ 156,00
30	Juego de cubiertos acero inoxidable	\$ 9,00	\$ 270,00
6	Juego de jarra y 6 vasos de vidrio	\$ 6,00	\$ 36,00
1	Juego de cuchillos de 9 piezas	\$ 20,42	\$ 20,42
2	Juego de cucharones para cocina	\$ 5,43	\$ 10,86
2	Extintor 10 lb	\$ 17,00	\$ 34,00
1	Inodoro Edesa	\$120,00	\$120,00
1	lavamanos Edesa	\$30,00	\$30,00
1	Espejo 40cmx40cm	\$30,00	\$30,00
	Portarrollos de papel de aluminio	\$35,00	\$35,00
1	Toallero de barra de aluminio		
	Vaso		
	Perchas de aluminio		
1	Manguera 12" conexión lavamanos	\$2,50	\$2,50
1	Kit de instalación inodoro Edesa	\$6,85	\$6,85
1	Repisa lavamanos de madera	\$100,00	\$100,00
1	Dispensador de jabón	\$15,00	\$15,00
1	Grifo lavamanos Edesa	\$18,00	\$18,00

1	Basurero de plástico 24lt	\$15,00	\$15,00
1	Extintor 10 lb	\$17,00	\$17,00
3	Basureros plásticos 10L	\$ 12,00	\$ 36,00
Total			\$ 4.371,48

**Tabla 43**

*Costos de requerimientos para el área de bodega de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
2	Machete 60 cm	\$4,35	\$8,70
2	Palas de manilla	\$10,50	\$21,00
2	Azadón 31/2 libras	\$10,50	\$21,00
2	Rastrillo	\$20,00	\$40,00
1	Inodoro Edesa	\$120,00	\$120,00
1	lavamanos Edesa	\$30,00	\$30,00
1	Espejo 40cmx40cm	\$30,00	\$30,00
1	Portarrollos de papel de aluminio	\$35,00	\$35,00
	Toallero de barra de aluminio		
	Vaso		
	Perchas de aluminio		
1	Manguera 12" conexión lavamanos	\$2,50	\$2,50
1	Kit de instalación inodoro Edesa	\$6,85	\$6,85
1	Repisa lavamanos de madera	\$100,00	\$100,00
1	Dispensador de jabón	\$15,00	\$15,00
1	Grifo lavamanos Edesa	\$18,00	\$18,00
1	Basurero de plástico 24lt	\$15,00	\$15,00
Total			\$463,05

**Tabla 44**

*Costos de requerimientos para el área de agroturismo de la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
15	Botas antideslizantes	\$ 8,00	\$ 120,00
15	Ponchos de agua	\$ 10,00	\$ 150,00
1	Invernadero artesanal	\$ 30,00	\$ 30,00
2	Esteras	\$ 5,00	\$ 10,00

2	Tinas	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Canastos	\$ 3,00	\$ 9,00
3	Carpas plegables de 3x3	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Señalética	\$ 30,00	
Total			\$ 579,00

**Tabla 45**

*Requerimiento de vehículo para la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Camioneta Chevrolet doble cabina	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
Total			\$14.000,00

**Tabla 46**

*Requerimiento de terreno para la hacienda El Paraíso*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	2 hectáreas	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Total			\$20.000,00

**Tabla 47**

*Consolidación de los requerimientos de las áreas que componen la hacienda El Paraíso*

Descripción	Costo total
Cabañas	\$12.277,20
Recepción	\$924,35
Restauración	\$ 4.371,48
Bodega	\$463,05
Área de agroturismo	\$ 579,00
Total por áreas	\$18.615,08

**Tabla 48***Inversión total requerida para la implementación de la hacienda El Paraíso*

Descripción	Costo total
Requerimientos por áreas	\$18.615,08
Construcción infraestructura e instalaciones	\$56.683,37
Maquinaria	\$4.772,80
Equipo	\$2.407,00
Remuneraciones	\$16.726,66
Gastos restauración	\$2.163,53
Gastos insumos aseo personal y de limpieza	\$1.107,75
Gastos servicios básicos	\$1.507,03
Gastos servicios profesionales	\$3.168,00
Gasto publicidad	\$790,00
Gastos permisos de funcionamiento	\$565,50
Transporte	\$14.000,00
Terreno	\$20.000,00
<b>Total</b>	<b>\$142.506,72</b>

#### **5.4.5. Plan de financiación**

El proyecto requiere de una cantidad económica muy elevada, por lo tanto, se prevé recurrir a una entidad financiera para acceder a un préstamo que permita alcanzar la totalidad de la inversión que requiere el emprendimiento, para lo cual se realizó simulaciones de créditos en ciertas instituciones a fin de elegir la mejor opción en cuanto a tasas de interés y facilidades de pago, resultando BanEcuador la mejor alternativa como fuente de financiamiento con una tasa del 10,21%. Cabe mencionar que el emprendimiento cuenta con recursos propios compuestos por el terreno y algunos bienes muebles que se encuentran en óptimo estado para ser usados en la hacienda turística.

### **5.5. Estructura organizativa y administrativa**

#### **5.5.1. Misión**

El paraíso es una hacienda turística localizada en un entorno natural que ofrece los servicios de alojamiento, alimentación y actividades agroturísticas

dentro de excelentes instalaciones físicas y un ambiente acogedor, con una filosofía basada en la responsabilidad social, la calidad, seguridad y un buen servicio. Todo esto con el apoyo de un equipo de trabajo capacitado y comprometido cuya prioridad es la satisfacción de los clientes.

### **5.5.2. Visión**

La Hacienda El Paraíso para el 2030 es el establecimiento turístico más visitado de la parroquia, fomentando el desarrollo turístico de la Zona de Intag, además tiene un importante reconocimiento a nivel provincial en cuanto a servicios de calidad y atención al cliente.

### **5.5.3. Políticas**

Las políticas definidas por la administración aplicables para todo el equipo de trabajo que conforman la organización se detallan a continuación.

- ✓ Todos los trabajadores deberán participar en el curso de capacitación brindado por la empresa previa a su contratación.
- ✓ La empresa realizará eventos recreativos con la finalidad de crear un buen ambiente laboral cada seis meses.
- ✓ Todo acto comprobado que represente una falta de respeto hacia el cliente recibirá un visto bueno.
- ✓ Los trabajadores deberán portar el uniforme adecuadamente y durante toda la jornada laboral para causar buena impresión al cliente.
- ✓ Si el empleado se encuentra bajo el efecto de sustancias alcohólicas o estupefacientes no debe presentarse a trabajar y tendrá una sanción económica que se detallará en el rol de pagos.
- ✓ Si algún trabajador necesitase un crédito no mayor a dos remuneraciones con una tasa de interés del 5%, podría acceder a este siempre y cuando tenga más de dos años laborando dentro de la empresa.

- ✓ La empresa realizará programas en fechas especiales a los cuales los trabajadores podrán asistir con sus familias.
- ✓ Cuando el trabajador se ausente por una necesidad o calamidad doméstica deberá justificar su falta con la documentación respectiva, de la misma forma, para acceder a un permiso se deberá notificar a la empresa con un día de anticipación.
- ✓ Para el ingreso de la jornada laboral el trabajador tiene hasta 15 minutos extras.
- ✓ Está totalmente prohibido llevar fuera de las instalaciones, insumos, materiales o maquinarias de propiedad de la empresa.
- ✓ Usar los equipos únicamente con fines empresariales.
- ✓ Se prohíbe todo acto de discriminación entre el equipo de trabajadores.
- ✓ Todos los trabajadores deben desarrollar sus actividades de acuerdo a los protocolos establecidos por la empresa.
- ✓ El trabajador firmará un acuerdo de confidencialidad, donde se prohíbe la divulgación de información privada y valiosa para la empresa.
- ✓ El uso del internet y celulares será exclusivamente en el tiempo de descanso de cada trabajador.

#### **5.5.3.1. Política de calidad**

El Paraíso hacienda turística se compromete a crear experiencias inolvidables al brindar un servicio de calidad a través del adecuado desarrollo de los procesos operativos en conjunto con el trabajo en equipo de todos nuestros colaboradores y la evaluación permanente de los clientes para garantizar un servicio de excelencia y que exceda sus expectativas.

#### **5.5.4. Valores**

Estos son valores que la empresa fomenta, promueve y exige en cada una de las personas que hacen parte de esta.

✓ **Profesionalismo**

Reflejado en las capacidades y conocimientos técnicos que poseen cada uno de los miembros de la empresa y su formación permanente que permita responder a los requerimientos del cliente y a las nuevas tendencias en el mercado turístico.

✓ **Calidad**

La empresa está comprometida a desarrollar las actividades de acuerdo a los estándares establecidos, de forma eficaz y eficiente, que en conjunto con las instalaciones permiten ofrecer al cliente un servicio que cumple con sus expectativas.

✓ **Respeto**

Para crear un ambiente laboral adecuado se promueve la cordialidad, consideración e inclusión entre cada uno de los miembros que conforman la empresa, reflejando el mismo comportamiento hacia los clientes.

✓ **Actitud positiva**

Miembros de la organización motivados capaces de responder a problemas de manera adecuada sin afectar a los procesos de la organización.

✓ **Confianza**

Garantía con los clientes en el cumplimiento de sus expectativas sobre el producto adquirido sin errores en la entrega del servicio.

✓ **Honestidad**

La organización cuenta con un equipo humano con ética y valores sólidos.

✓ **Creatividad**

La empresa desarrolla procesos de innovación y mejora continua en aras de adaptarse a los cambios del mercado.

✓ **Hospitalidad**

Amabilidad en la atención a fin de generar un ambiente acogedor durante toda la estadía del huésped.

✓ **Sustentabilidad**

Los miembros de la organización están comprometidos con el uso y conservación de los recursos naturales y culturales que se utilizan como soporte para la realización de los servicios, priorizando beneficios directos a los miembros de las comunidades aledañas.

### **5.5.5. Imagen corporativa**

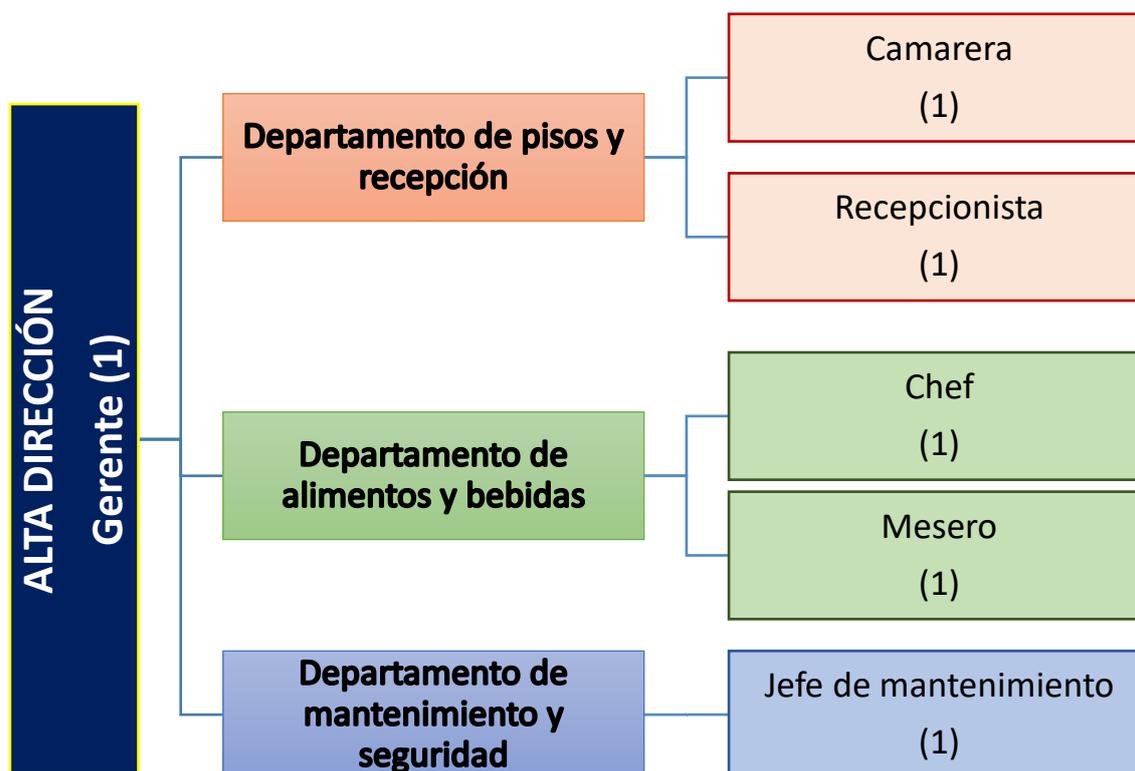
El Paraíso Hacienda Turística busca que el cliente la conciba como el lugar perfecto para salir de la monotonía y el estrés que ocasiona la vida cotidiana, sitio donde puede compartir momentos inolvidables con sus seres queridos, reconocida por el diseño de la infraestructura y excelencia en el servicio. Proyectándose como un modelo a seguir para las personas que desean emprender en el ámbito turístico.

### **5.5.6. Organigrama**

A continuación, se muestra la estructura jerárquica de la empresa.

**Figura 25**

*Estructura jerárquica de la hacienda turística El Paraíso*



*Nota.* En el organigrama no se toma en cuenta al guía debido a que este no forma parte de la planta permanente de la empresa, puesto que se requerirá de sus servicios de acuerdo al número de grupos que estén dispuestos a realizar la actividad agroturística. De la misma manera, la persona que llevará las funciones relacionadas a la contabilidad será contratada por periodos establecidos.

### 5.5.7. Manual de funciones

**Tabla 49**

*Ficha de manual de funciones de la hacienda EL Paraíso*

Perfil profesional

- Título de tercer nivel en turismo o ramas afines.
- Conocimientos en administración y planificación estratégica.
- Capacidad de respuesta rápida ante problemas suscitados.
- Capacidad para diseñar nuevos productos.
- Ser innovador y creativo.
- Técnicas de negociación.
- Conocimientos en investigación y análisis de mercados.
- Actitud de liderazgo.

---

Funciones

- Coordinar las tareas administrativas, es decir, planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades generales de la hacienda.
  - Representar a la empresa en temas legales.
  - Elaborar estrategias para incrementar el volumen de ventas.
  - Gestionar el sistema de evaluación de la satisfacción del cliente.
  - Designar y supervisar las actividades de los demás departamentos para detectar errores.
  - Distribuir los recursos económicos de la entidad entre los distintos departamentos.
  - Seleccionar el personal adecuado para puesto de trabajo.
  - Realizar las compras de insumos y suministros requeridos por los departamentos.
  - Establecer los precios para cada uno de los servicios de la hacienda.
  - Seleccionar proveedores que cumplan con los estándares de calidad que requiere la empresa.
  - Velar por el cumplimiento de las políticas empresariales.
  - Desarrollar acciones que motiven al talento humano para mejorar su desempeño.
-

---

Departamento de pisos y recepción

---

Cargo

Camarera

---

Perfil profesional

---

- Conocimientos básicos en técnicas de limpieza.
  - Actitud de orden.
  - Capacidad para tomar decisiones autónomas.
  - Minuciosidad.
  - Capacidad en administrar adecuadamente los insumos.
- 

Funciones

---

- Limpieza de habitaciones y áreas comunes.
  - Poner a punto las habitaciones.
  - Dotación de *amenities* y blancos en las habitaciones.
  - Responsable de lavandería, lencería y mantelería.
  - Revisar la disponibilidad de las habitaciones.
  - Llevar el inventario de los suministros de limpieza.
  - Notificar las averías o desperfectos encontrados en las habitaciones.
  - Revisar el estado de las habitaciones antes de proceder al *check out*.
- 

Cargo

Recepcionista

---

Perfil profesional

---

- Formación técnica en turismo
  - Dominio del idioma inglés.
  - Capacidad de relacionarse con los clientes y facilidad de palabra.
  - Actitud de empatía y carisma.
  - Manejo de programas de cómputo.
  - Conocimiento en ventas
  - Proyectar buena presencia personal.
- 

Funciones

---

- 
- Atender las reservaciones vía telefónica y por medio de redes sociales.
  - Recibir y dar la bienvenida al cliente.
  - Brindar información sobre los horarios y servicios de la empresa.
  - Realizar el proceso *check in* y *check out*.
  - Atender las quejas y requerimientos de los clientes.
  - Facturación de los servicios consumidos por el huésped.
  - Informar al departamento de alimentos y bebidas sobre el tipo de alimentación que requiera el huésped.

---

Departamento de alimentos y bebidas

---

Cargo	Chef
-------	------

---

Perfil profesional

---

- Formación técnica en gastronomía.
- Manejo de alimentos.
- Habilidad de trabajar bajo presión.
- Creativo y minucioso.
- Experiencia mínima de un año.

---

Funciones

---

- Mantener el orden y limpieza de la cocina.
- Planificar y elaborar los menús.
- Seguir estrictas normas de higiene en la manipulación de alimentos.
- Montaje de las preparaciones.
- Limpieza de cubertería y vajilla.
- Llevar el inventario de materia.
- Realizar pedidos de materia prima.
- Desarrollar recetas estándar.

Cargo	Mesero
-------	--------

---

---

### Perfil profesional

---

- Conocimientos básicos en servicio de mesa.
- Nivel básico en el idioma inglés.
- Conocimiento de protocolo y etiqueta.
- Conocimiento de primeros auxilios.
- Habilidad de resolver conflictos con los clientes.
- Capacidad para tomar decisiones autónomas.
- Habilidad de trabajar bajo presión.
- Facilidad de comunicación.
- Actitud de empatía y carisma.
- Proyectar buena presencia personal.

---

### Funciones

---

- Montaje y desmontaje de mesa.
- Limpieza del comedor.
- Pulir cubertería y vajilla.
- Servicio de mesa.
- Dar a conocer el menú a los comensales.
- Realizar recomendaciones cuando solicite el comensal.
- Coordinar la ubicación y orden de las mesas.
- Asistir en los requerimientos de los comensales.

---

Departamento de mantenimiento y seguridad.

---

Cargo

Jefe de mantenimiento

---

### Perfil profesional

---

- Conocimientos en técnicas de reparación de artefactos eléctricos y mecánicos.
  - Haber participado en cursos de guardia de seguridad.
  - Práctico
  - Mantener buen estado físico.
-

- Actitud de empatía y carisma.
- Proyectar buena presencia personal.

---

#### Funciones

---

- Reparar desperfectos en las instalaciones de la empresa.
- Llevar el equipaje de los huéspedes hacia la habitación.
- Mantener en buen estado los senderos y áreas verdes.
- Velar por la integridad física de los clientes.
- Dar mantenimiento al equipo y maquinaria de la empresa.
- Actuar en situaciones de emergencia.
- Realizar actividades complementarias y de apoyo.

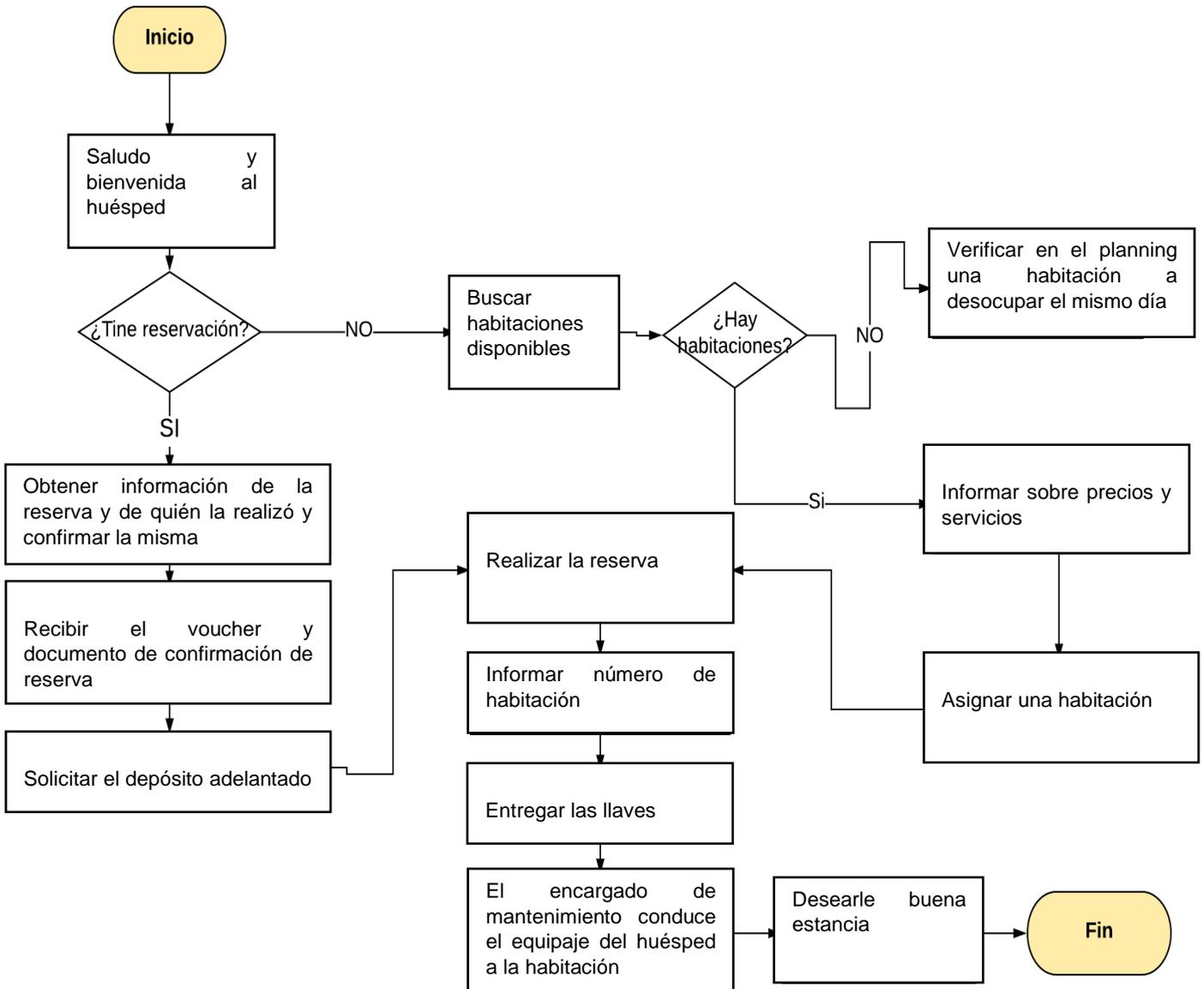
---

*Nota.* Adaptado de las diferentes normas INEN relacionadas a los requisitos de competencia laboral para prestadores de servicios turísticos.

### 5.5.8. Flujograma de actividades

Figura 26

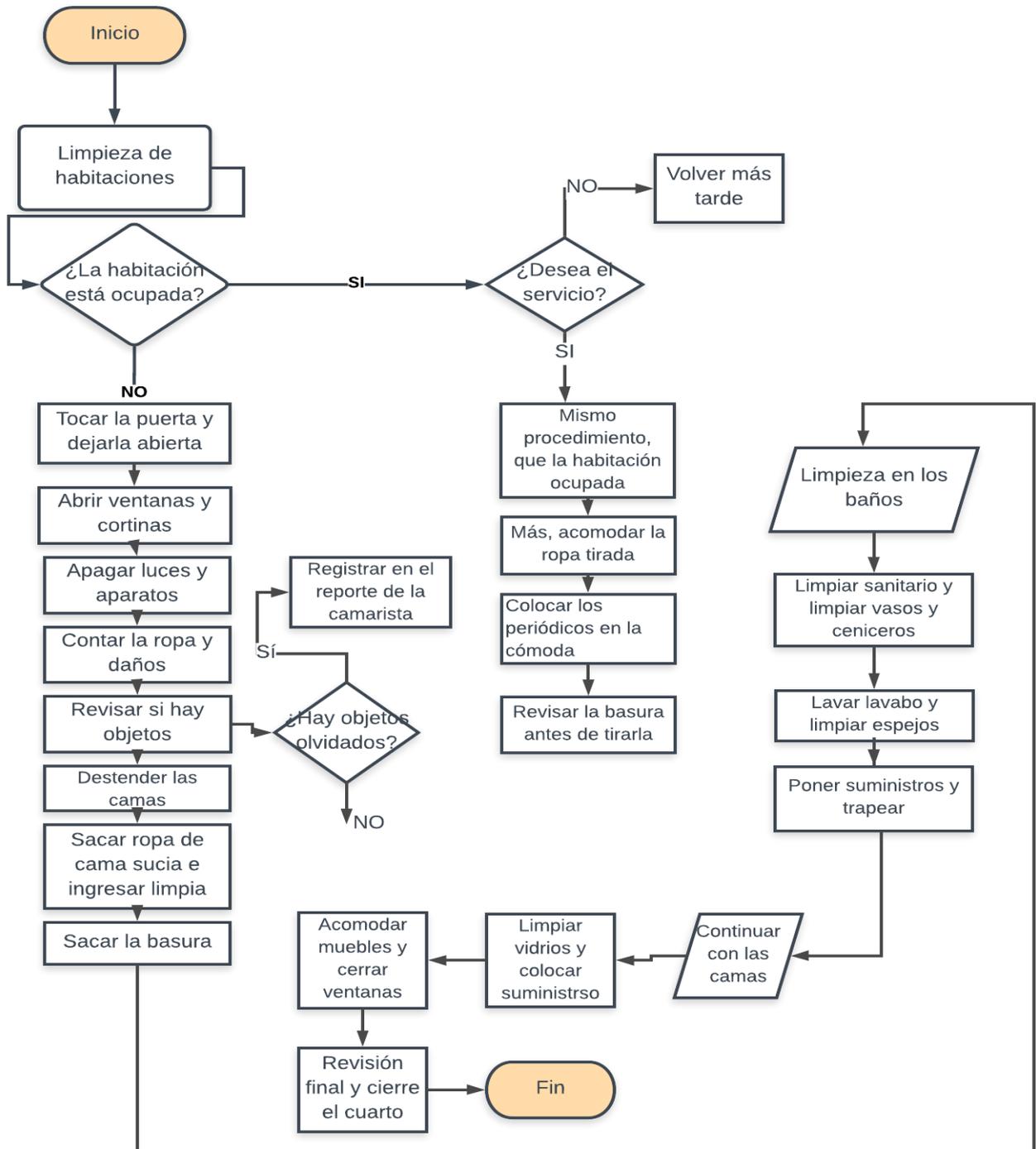
Proceso de check in de la hacienda El Paraíso



Nota. Adaptada a partir del video de la Universidad Señor de Sipan. (30 de enero de 2017). [Video *Proceso de check in*]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z7wsJxgfjPA>

**Figura 27**

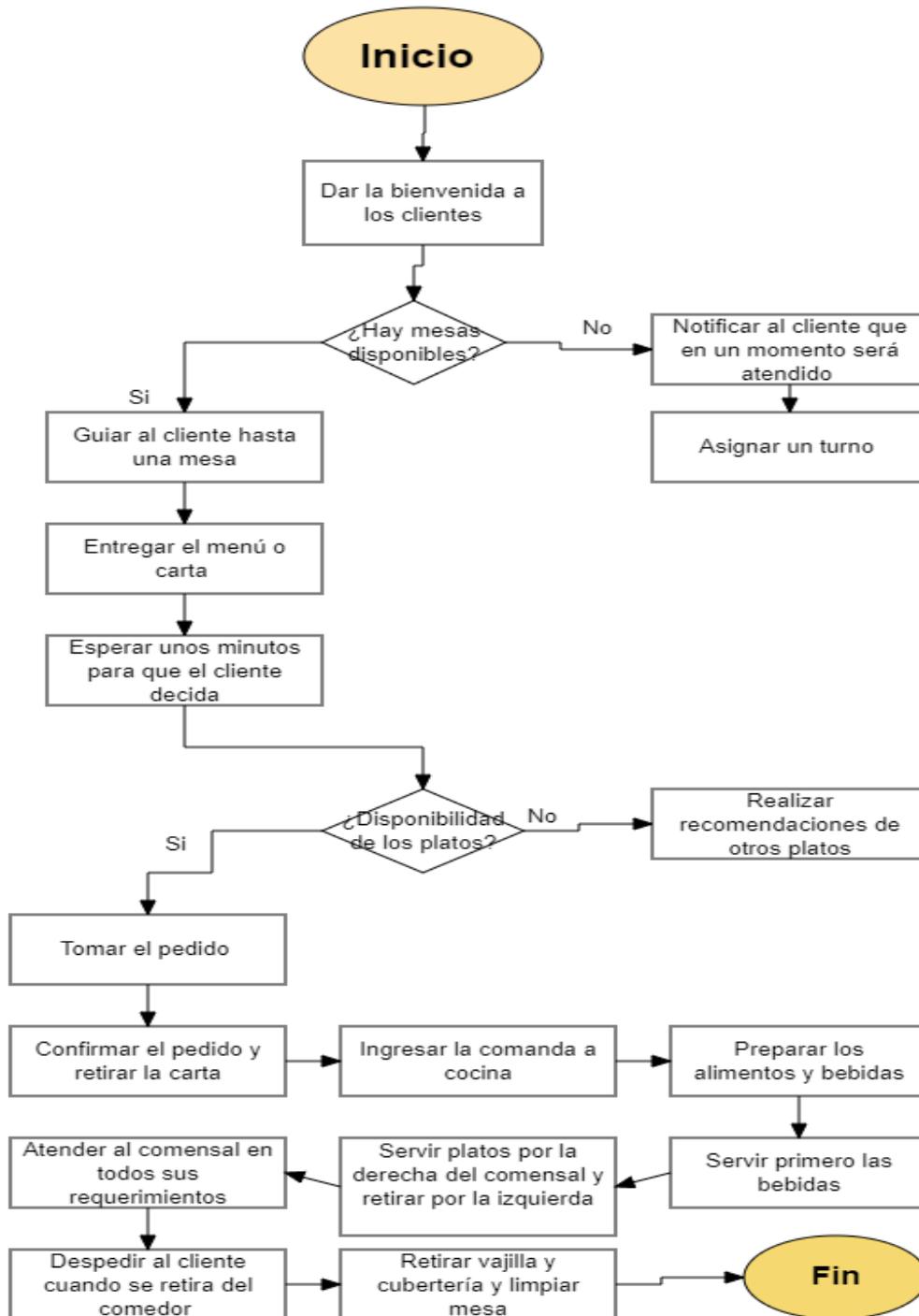
*Proceso de limpieza de habitaciones de la hacienda El Paraíso*



*Nota.* Adaptada a partir del video de Audiovideo INFOP. (12 de mayo 2016). [Video *Limpieza de la habitación hotelería INFOP*]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NIZryd04A8o>

**Figura 28**

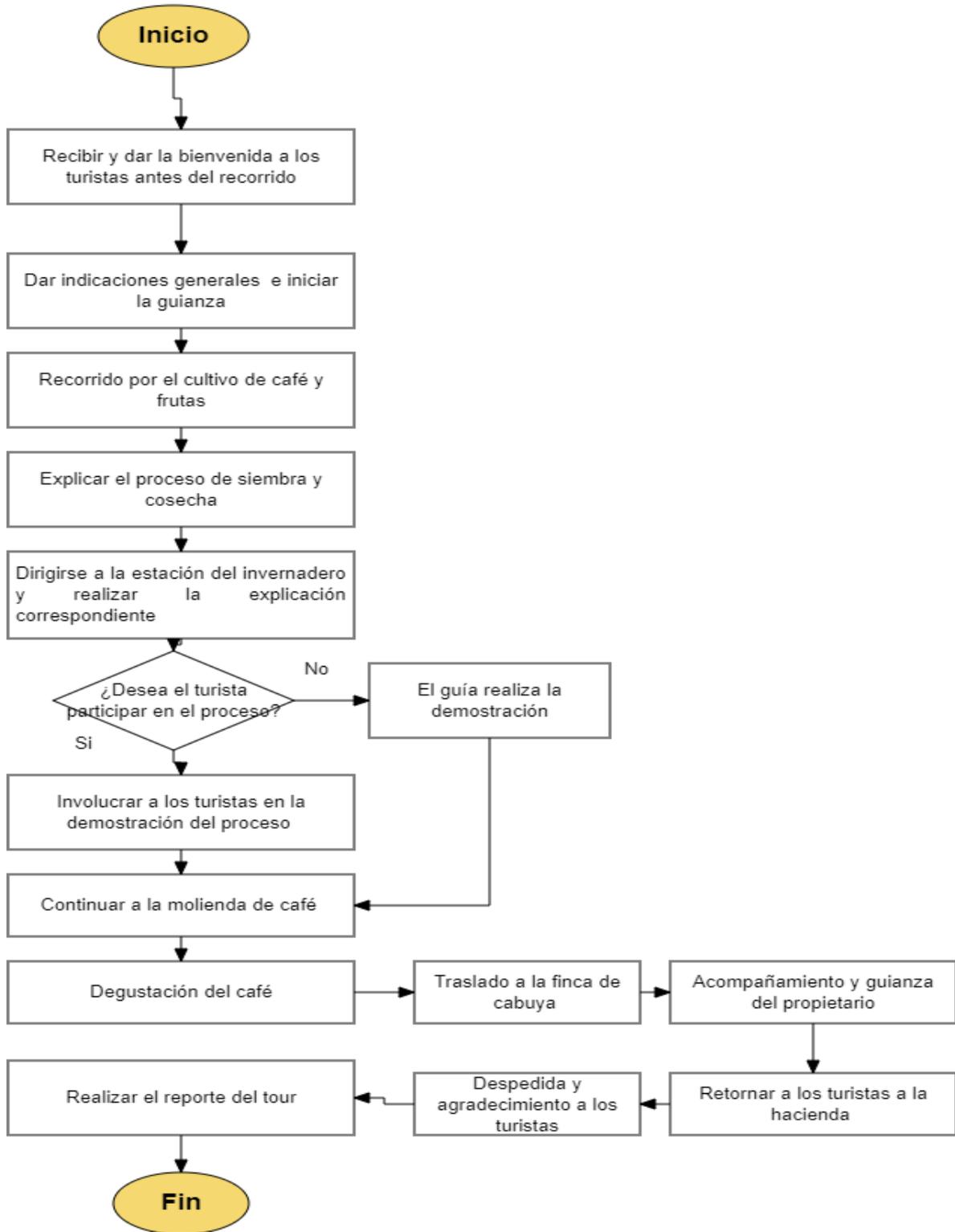
*Proceso de servicio de mesa de la hacienda El Paraíso*



*Nota.* Adaptada a partir de la publicación de García (2018).

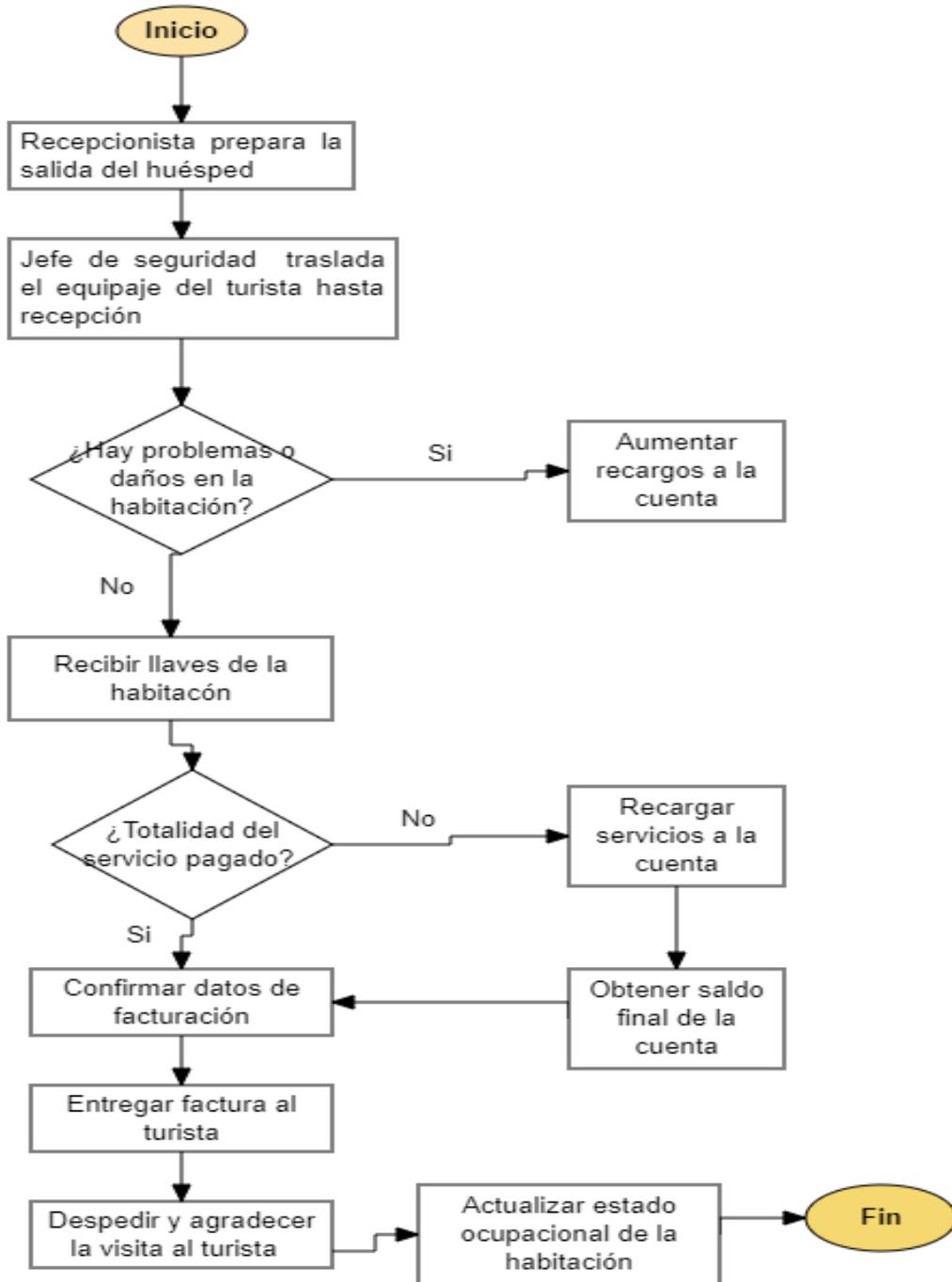
**Figura 29**

*Proceso de guianza turística de la hacienda El Paraíso*



**Figura 30**

*Proceso de check out de la hacienda El Paraíso*



*Nota.* Adaptada a partir del video de la Universidad Señor de Sipan. (07 de marzo 2017). [Video *Proceso de check out*]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=GAKJvGym\\_n0](https://www.youtube.com/watch?v=GAKJvGym_n0)

### **5.5.9. Descripción del diagrama de flujo**

Las siguientes actividades deben ser desarrolladas bajo los siguientes estándares y jerarquía para garantizar un servicio homogéneo que cumpla con las expectativas del cliente.

#### **Actividades que realizar para el registro de llegada a la hacienda o *check in***

1. Cuando el cliente ingrese al establecimiento la recepcionista deberá saludar y dar la bienvenida de forma atenta y cordial, se podría dirigir con la siguiente expresión: “Sea usted bienvenido al Paraíso Hacienda Turística”, manteniendo siempre una sonrisa. En lo posible dirigirse al cliente por su nombre.
2. Preguntar si el huésped tiene una reservación, si la respuesta es no, se deberá buscar una habitación disponible en el planning (registro) e informar al cliente sobre los precios, los servicios que incluye, las normas de la empresa y los horarios de servicio.
3. Asignar una habitación de acuerdo con los requerimientos del cliente.
4. Si su respuesta es positiva, preguntar los datos de quién realizó la reserva y amablemente expresarle que en seguida confirma la misma. La frase que utilizar podría ser: “Permítame un momento por favor” e inmediatamente la recepcionista busca los datos.
5. Posterior a esto, solicitar los documentos y el depósito adelantado para verificar la reserva. Todas las preguntas para obtener información del cliente y la reserva deberán ser realizadas de manera educada y cortés.
6. Llenar la tarjeta de registro del cliente. Este proceso debe ser realizado en un tiempo prudente que no incomode al cliente por la espera.
7. Informar el número de la habitación.
8. Entregar las llaves al cliente
9. Llamar al jefe de mantenimiento, para que se encargue del equipaje del huésped. Él deberá saludarlo y presentarse ante el cliente y pedirle amablemente que lo acompañe hasta la habitación. Al llegar, el jefe de mantenimiento debe solicitar al huésped las llaves y abrir la puerta.

10. Desearle una buena estancia e informarle que está para asistirlo en cualquier momento, usando la siguiente locución: “Que disfrute su estancia, para cualquier necesidad estoy gustoso de atenderlo”

Observación. El tiempo de registro no debe ser mayor a 10 minutos.

### **Actividades que realizar para la limpieza de las habitaciones.**

1. La camarera para realizar la limpieza siempre deberá tocar la puerta para averiguar si el cliente se encuentra en ella o no.
2. Si la habitación está desocupada entrar y dejar siempre abierta la puerta para evitar malentendidos.
3. El primer paso es abrir las ventanas y cortinas para ventilar la habitación. Seguido apagar todos las luces y equipos. La camarera debe contar la ropa de cama, constatar si hay posibles daños y supervisar si hay objetos olvidados, si es así, la camarista debe registrar en su reporte.
4. Para empezar la limpieza como tal, se debe deshacer las camas, sacar la ropa sucia e ingresar una limpia y sacar la basura.
5. Después, dirigirse al baño, limpiar sanitarios y vasos. Lavar el lavabo y limpiar espejos. Poner *amenities* y encerar.
6. Continuar con las camas, limpiar vidrios, colocar suministros, acomodar los muebles, barrer y encerar, cerrar ventanas, realizar una revisión final para no dejar pasar por alto alguna actividad y cerrar el cuarto.
7. Si el cliente, se encuentra en ella, saludarlo y preguntarle cortésmente si desea el servicio, con la siguiente frase: “Buenos días, es el servicio de limpieza, podemos realizarlo en este momento”. Si su respuesta es negativa, volver más tarde.
8. Por el contrario, si es afirmativa realizar el mismo proceso que la habitación desocupada y adicionalmente acomodar la ropa tirada y revisar la basura antes de tirarla por mayor precaución.

## **Actividades que realizar para el servicio de mesa**

### **Antes del servicio**

1. Poner a punto el área del comedor.
2. Verificar que no quede a la vista los instrumentos de limpieza.
3. Preparar la mesa con la cristalería, vajilla, cubiertos y salseros correspondientes.

### **Durante el servicio**

4. El mesero deberá dar la bienvenida a los clientes de forma atenta.
5. Si no hay mesas disponibles, comunicar oportunamente que pronto será atendido, de ser necesario asignar un turno y ofrecer disculpas por la espera que incurrirá el comensal. Ante esto, al momento de atender al cliente se procurará en servirlo en el menor tiempo posible para no incrementar la molestia generada.
6. Si hay disponibilidad de mesas guiar al cliente hasta una.
7. Entregar el menú o carta y esperar un tiempo prudente para que el cliente se decida por un plato.
8. Si no se cuenta con el plato que pide el comensal, el mesero deberá comunicar adecuadamente que no hay ese plato e inmediatamente sugerir otro similar con la finalidad de no generar inconformidad al cliente. Además, deberá informar si el platillo pedido requiere de un tiempo considerable para que el cliente no se impacienta.
9. Posteriormente, tomar el pedido y confirmar el mismo para evitar errores. El mesero deberá memorizar el pedido de cada persona, con el propósito de generar una buena impresión y evitar preguntar al propio comensal cuál era su plato. El mesero debe conocer los ingredientes de cada preparación para que sea capaz de informar sobre este si el cliente lo solicita.
10. La comanda es ingresada a la cocina para ser preparada lo antes posible.
11. Lo primero que se deberá servir es la bebida en presencia del cliente y seguidamente el plato. Además, como norma general los dedos nunca

deben tener contacto con la comida. Estos alimentos y bebidas se sirven por la derecha del comensal y se retiran por la izquierda.

12. Es muy importante estar atento a todos los llamados o requerimiento del comensal.
13. Cuando el cliente termina de consumir los alimentos, el mesero debe despedirlo amablemente.
14. Para finalizar, el mesero debe retirar la vajilla y cubertería, llenar ajiceros, saleros, limpiar la mesa y alistarla nuevamente.

### **Actividades que realizar para el servicio de guianza turística.**

#### **Antes**

1. Alistar el equipo requerido para la realización de la guianza.
2. Conocer el número de personas que desarrollarán el recorrido.
3. Revisar las condiciones climatológicas para evitar contratiempos y contar con el equipo necesario como ponchos de agua y botas.

#### **Durante**

4. El guía responsable debe reunir al grupo, dar la bienvenida afectuosamente, presentarse y mencionar que es un placer realizar el recorrido con ellos.
5. Dar indicaciones generales sobre el recorrido e instrucciones para evitar contratiempos.
6. Realizar una pequeña dinámica si las personas que forman el grupo no se conocen para lograr su integración y crear un buen ambiente.
7. El guía debe explicar o dar a conocer información relevante en cada estación del recorrido de forma entretenida y amena para evitar el desinterés de los turistas. El guía debe estar dispuesto y en la capacidad de responder todas las dudas y preguntas que tengan acerca del recorrido. Se prohíbe brindar información falsa, si no se conoce la información se puede utilizar la siguiente frase: "En este momento no tengo la información, permítame investigar y al final del recorrido

respondo a su inquietud”. Durante todo el recorrido se debe percatar que ninguna de las personas se retrase.

8. Percatarse de la adecuada ubicación de los turistas para asegurar que todos puedan apreciar la demostración de los procesos a explicar. Se recomienda posicionar al grupo en forma de media luna.
9. Al finalizar el recorrido el guía agradecerá a los turistas por la visita y los invitará a visitar nuevamente la hacienda.

### **Después**

10. Para terminar, realizará un reporte sobre el desarrollo de la guianza, donde comunicará aspectos más relevantes ya sean estos positivos o negativos.

Observación. El número máximo de turistas por guía es 12.

## **5.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual**

El establecimiento se constituirá como sociedad anónima que según la Ley de Compañías (2017) “es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (p. 35). Entonces el nombre de la empresa será El Paraíso Hacienda Turística S.A. en base al Art. 144 que trata sobre la denominación de la compañía.

Después de haber revisado la normativa correspondiente se decidió por este tipo de compañía debido a los siguientes aspectos: el número de accionistas que ha sido establecido de dos en adelante, situación que concuerda con la idea de negocio de las autoras, un monto mínimo para la constitución accesible, siendo este de 800 dólares valor que es posible de cubrir por las fundadoras. Además, en este aspecto resulta positivo que existe un período de espera de dos años para poder completar el 75% de aportación de los socios, siendo esta contribución monetaria o en especie.

Por otra parte, los socios son amovibles esto quiere decir que pueden abandonar el proyecto cuando lo convengan y vender sus acciones, previo el respectivo proceso con la junta general de la empresa

En cuanto a la propiedad de la marca se procederá a inscribirlo en la Servicio Nacional de Derechos Intelectuales siguiendo el proceso y los requisitos establecidos (SENADI, 2020).

#### Requisitos obligatorios

- Presentar la solicitud de registro de signos distintivos.
- Recibo del pago de la tasa correspondiente.
- Diseño de la marca en formato digital (JPG. 5x5 cm)

#### Requisitos especiales

- Adjuntar el certificado financiero para el descuento respectivo.
- Presentar el nombramiento de representación legal para el trámite.
- Mostrar el documento de prioridad.

#### Proceso en línea

1. Ingresar al portal web del SENADI
2. Completar los datos solicitados como el número de cédula o RUC.
3. Obtener un usuario y contraseña
4. Realizar el pago de la tasa en el Banco del Pacífico.
5. Elaborar la solicitud para generar el comprobante de pago.
6. Empezar con el registro de la marca.
7. Recibir el título de propiedad intelectual.

Para la constitución como sociedad anónima, así como para empezar con el ejercicio de la empresa se debe cumplir varios requerimientos y realizar el concerniente procedimiento que se explica a continuación:

### **Inscripción en el Registro único de contribuyentes**

Los requisitos de cumplimiento se lo hacen de acuerdo con el Portal único de trámites ciudadanos (2020) expuestos a continuación.

#### Requisitos obligatorios

- Presentar cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Mostrar las escrituras públicas de constitución y el documento de nombramiento del representante legal debidamente notariadas.
- Elaborar la solicitud de inscripción y actualización general RUC.
- Definición del domicilio del establecimiento que se comprobará mediante el documento de registro.

#### Requisitos especiales

- Documento de poder general o especial

Para gestionar el RUC se debe acudir a las ventanillas del Servicio de Rentas Internas más cercano.

### **Inscripción en el Registro Mercantil o Superintendencia de Compañías**

Para el registro se puede realizar los trámites en línea o de forma presencial en este caso las gestiones se desarrollarán en línea, sin embargo, en ambas situaciones existen requisitos obligatorios y especiales (Portal único de trámites ciudadanos, 2020).

#### Requisitos obligatorios

- Comprobante de pago en el Registro Mercantil del cantón en el cual se constituirá la empresa en este caso Cotacachi mediante la banca virtual del Banco del Pacífico.
- Escritura pública de constitución de la sociedad anónima debidamente notariada, donde debe constar las firmas de los socios.
- Entregar la denominación de la empresa otorgada por la Superintendencia de Compañías.

Importante. Los dos últimos documentos deben ser presentados en formato pdf.

#### Requisitos especiales

- Designación de los administradores elegidos.

## Procedimiento online

- Entrar en la opción trámite en línea.
- Completar el formulario web en la alternativa nuevo trámite puesto que es la primera vez en ingresar la solicitud, añadiendo el pago y los requerimientos.
- Obtener la proforma del Registro Mercantil.
- Pago del valor correspondiente en el Registro Mercantil de Cotacachi a través de la plataforma digital de Banco del Pacífico.
- Consignar el justificante de pago volviendo a ingresar a la página gob.ec
- Percibir el comprobante
- Corregir observaciones en la misma plataforma.
- Inscripción finalizada.

Los siguientes requisitos se recabaron conforme a lo que establece el GAD Cotacachi (2017) y que se procede a detallar.

## **Patente municipal**

### Requisitos

- Acceder a la página del GAD cantonal de Cotacachi.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual.
- Solicitud de formulario de patente municipal
- Fotocopia de RUC

Este trámite se realiza en la ventanilla de la tesorería municipal.

## **Permiso de construcción**

### Requisitos

- Presentar el formulario que autoriza la construcción.
- Copia del documento y del comprobante de pago de aprobación arquitectónica.
- Copia del plano aprobado.

- Mostrar dos copias de los planos estructurales.
- Documento que certifique no adeudar el pago predial.
- Adjuntar dos carpetas del proyecto y con el nombre del propietario.
- Llenar el formulario del INEC.
- Tras la aprobación se debe abonar el 1/1000 y el valor de las garantías.

### **Permiso de bomberos**

Las siguientes exigencias son emitidas por el Cuerpo de Bomberos Cotacachi (2020) y se mencionan seguidamente.

#### Requisitos

- Presentar el certificado del RUC
- Nombramiento del representante legal (copia).
- Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Llenar el formulario de registro de actividad.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual
- Solicitar la inspección del cuerpo de bomberos mediante un formulario.
- Documento de compatibilidad de uso de suelo.

Para realizar el trámite se debe acudir a la estación del cuerpo de bomberos

### **Permiso sanitario**

De igual manera, se sigue los lineamientos establecidos por la ARCSA, (2020) a fin de adquirir este documento

#### Requisitos

- Registrarse en el portal informático de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.
- Llenar el formulario (anexando los requisitos según la actividad económica del establecimiento).
- Cancelar el valor establecido en la orden de pago.

## Licencia Anual de Funcionamiento

Estos requerimientos que se exponen a continuación responden a lo determinado por el GAD Cotacachi (2016) para la obtención de este permiso.

### Requisitos

- Presentar el original del justificativo de pago de la patente municipal.
- Copia del RUC, cédula y certificado de votación del representante legal.
- Documento de categorización y registro otorgado por el Ministerio de turismo.
- Documento que certifique el pago del 1X100 establecido y otorgado por el Ministerio de Turismo
- Completar el formulario de solicitud para la obtención del licenciamiento.
- Realizar el pago respectivo en las ventanillas de la municipalidad.

### Tabla 50

*Costos de los permisos de funcionamiento de la hacienda turística El Paraíso*

Requisito	Precio
Inscripción en el registro Mercantil.	\$ 37,50
Patente municipal	\$ 51,00
Permiso de construcción	\$ 139,50
Cuerpos de bomberos	\$ 3,50
Permiso sanitario (ARCSA)	\$ 254,00
Licencia anual de funcionamiento	\$ 80,00
<b>Total</b>	<b>\$ 565,50</b>

*Nota.* Obtenido de los portales web de cada una de las instituciones públicas.

## CAPÍTULO VI

### 6. Plan de comercialización y marketing

#### 6.1. Nombre comercial de la empresa

##### 6.1.1. Marca

El nombre de la marca “El Paraíso” hace alusión a la riqueza natural del lugar donde se encuentra, corresponde a un logotipo con símbolo, debido a que incluye letras, fondo y gráficos. El diseño contiene elementos que representan las actividades principales del establecimiento, así la figura de la infraestructura simboliza a las cabañas, las pepas de café hacen referencia al producto agroturístico que se ofertará y las estrellas representan la categoría del emprendimiento.

Se eligió el color café para la marca puesto que significa confortabilidad y rusticismo que va acorde a la imagen que se desea proyectar, en combinación con el color amarillo que figura la vitalidad y energía del entorno en el que se ubica la empresa.

#### Fuente

**Hacienda:** Imprint MT Shadow

**El Paraíso:** Vivaldi Italic



### 6.1.2. Slogan

“Confort y bienestar en la naturaleza”

**Fuente:** Imprint MT Shadow

Este slogan indica que la empresa brindará una experiencia revitalizadora mediante un conjunto de elementos físicos adecuados para crear en los huéspedes un estado de confortabilidad que vaya de la mano con el medio natural.

### 6.2. Canales de distribución

Para la comercialización del producto se empleará el canal dos de distribución conocido como canal indirecto corto donde el producto llega al consumidor final por medio de un intermediario que serían las agencias de viajes y operadoras turísticas Amigo Tours y Pasaporte Travel con las cuales se ha llegado a un acuerdo y establecido las comisiones con las que se trabajará. Además, se recurrirán a las oficinas de turismo de la provincia y del Distrito Metropolitano de Quito, a fin de aumentar la capacidad de captación de mercado.

**Figura 31**

*Representación del canal indirecto corto que utilizará la hacienda turística*



### 6.3. Publicidad

La hacienda turística para promocionar sus servicios utilizará las siguientes herramientas:

### 6.3.1. Internet

El establecimiento se dará a conocer por medio de las redes sociales de mayor utilización como Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp y páginas especializadas en turismo como Tripadvisor y por el sitio web del emprendimiento.

#### 6.3.1.1. Creación de cuentas en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram.

**Facebook:** El Paraíso Hacienda Turística

#### Figura 32

*Cuenta oficial de facebook de la hacienda El Paraíso*



*Nota.* Se adjunta el enlace de acceso [https://www.facebook.com/Elparaiso.HA/?modal=admin\\_todo\\_tour](https://www.facebook.com/Elparaiso.HA/?modal=admin_todo_tour)

Twitter: @Elparaíso\_HA

### Figura 33

Cuenta oficial de twitter de la hacienda El Paraíso

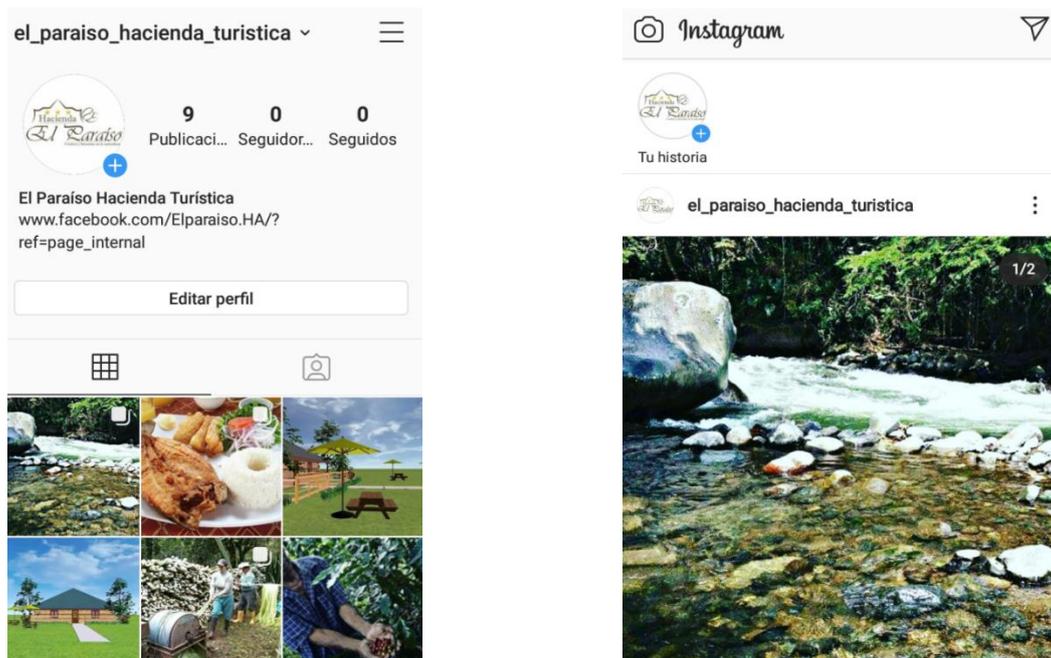


Nota. Enlace de acceso [https://twitter.com/Elparaiso\\_HA](https://twitter.com/Elparaiso_HA)

Instagram: el\_paiso\_hacienda\_turistica

### Figura 34

Cuenta oficial de instagram de la hacienda El Paraíso



Nota. Link de acceso

[https://www.instagram.com/el\\_paiso\\_hacienda\\_turistica/?igshid=12jup29de8e](https://www.instagram.com/el_paiso_hacienda_turistica/?igshid=12jup29de8e)

## Figura 35

Página web de la hacienda El Paraíso



*Nota.* Link de acceso <https://estefizh.wixsite.com/elparaisohacienda>

Además, la empresa promocionará su servicio en la plataforma digital de Youtube. A través de la creación de videos se buscará persuadir y motivar a los usuarios a visitar el establecimiento, el contenido mostrará los atractivos, instalaciones, actividades y el encanto que posee este lugar. Se trabajará en la realización de videos que vendan experiencias y no enfocado en publicidad masiva que provoca rechazo por parte de los usuarios.

### 6.3.2. Relaciones públicas

Con la finalidad de posicionar al proyecto en la mente de mercado meta se utilizarán las siguientes estrategias.

#### 6.3.2.1. Notoriedad del producto

La hacienda turística participará en los diferentes eventos culturales que organice el GAD parroquial, cantonal y provincial, con especial énfasis en aquellos relacionados al sector turístico. Así mismo, el emprendimiento será la sede de eventos importantes programados por la autoridad local, de esta manera se promocionará el emprendimiento.

### 6.3.3. Promoción de ventas

Con el fin de crear formas de fidelización y fomentar la compra se desarrollará un programa de recompensas a los clientes frecuentes, que consiste en la acumulación de puntos por cada vez que el visitante se aloja, al completar diez puntos obtendrá un pase gratuito para su acompañante en su próxima visita.

Además, se motivará a los huéspedes a postear en sus redes sociales una foto de su estadía en el establecimiento agregándole un comentario positivo, la publicación que más reacciones reciba será acreedora a un descuento del 10% por el servicio de alojamiento.

### 6.3.4. Artículos de *merchandising*

Al final de la estadía se entregará un llavero con el nombre de la persona que realizó la reserva con el propósito que la marca sea recordada y como señal de agradecimiento por preferir el servicio. También se diseñarán tarjetas de presentación y *flyers*, las primeras, se encontrarán en la recepción y las segundas, se distribuirán en los eventos en los que participe la hacienda.

### Figura 36

*Prototipo de los llaveros*



Figura 37

Tarjeta de presentación de la hacienda El Paraíso



Figura 38

Flyer de la hacienda El Paraíso



### 6.3.5. Plan de comercialización

El plan por emplear mediante el cual se pretende mejorar la comercialización del producto a ofertar se describe en la tabla a continuación.

**Tabla 51**

*Plan de comercialización para la promoción de la hacienda turística*

Target	Canal	Táctica	Medios publicitarios	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Turistas nacionales residentes en el cantón Cotacachi, que se encuentran en un rango etario de 18 a 50 años, y pertenecen a la población económicamente activa desempeñan su actividad en el sector privado, público o poseen un negocio propio. Además, se encuentran dentro del nivel socioeconómico medio-alto al haber cursado estudios de pregrado y posgrado, y percibir más de 1 900	Indirecto	Se creará redes sociales de mayor utilización como Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp y páginas especializadas en turismo como Tripadvisor, Booking y página web.	Redes sociales y plataformas digitales	1 perfil en Facebook, 1 perfil en Instagram, 1 cuenta en Twitter, 1 cuenta whatsapp, 1 perfil en Tripadvisor, 1 perfil Booking y una página web.	0,00	0,00
	Indirecto	Creación de un video que buscará	Youtube	1	\$300,00	\$300,00

dólares  
americanos  
mensualment  
e.

persuadir y  
motivar a  
los  
usuarios a  
visitar el  
establecimi  
ento, el  
contenido  
mostrará  
los  
atractivos,  
instalacion  
es,  
actividades  
y el  
encanto  
que posee  
este lugar.

Directo	Se entregará <i>flyers</i> en los diferentes eventos culturales que organice el GAD parroquial, cantonal y provincial.	<i>Flyers</i>	1000	\$0,23	\$ 230
		<i>Banners</i>	3	\$30	\$90
Directo	Se	Llaveros	500	\$0,30	\$150

entregará un llavero con el nombre de la persona que realizó la reserva.

Directo	Se entregará juntamente con los llaveros.	Tarjetas de presentación	1000	\$0,02	\$20
---------	---	--------------------------	------	--------	------

#### 6.4. Ampliación posible de la gama de productos en el futuro

Adicionalmente se han diseñado dos programas como proyección a cinco años a fin de aumentar el tiempo de pernoctación de los clientes, personalizar los productos en base al tiempo de permanencia, diversificar la oferta y evitar el estancamiento del negocio cuando este llegue a la etapa de madurez. Cada uno de estos se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 52**

*Paquetes diseñados como proyección a cinco años*

Programa	Duración	Actividades
Saboreando el café	Medio día	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebida de bienvenida.</li> <li>• Recorrido por los cultivos de café y frutales dentro de las instalaciones.</li> <li>• Degustación del café artesanal.</li> </ul>

---

Más allá del paraíso

Dos días y una noche

- Visita a las fincas de cabuya aledañas.
  - Visita al Mirador la Cara del Dios Apuela.
  - Almuerzo.
- Día 1
- Bebida de bienvenida.
  - *Check in* y designación de habitaciones.
  - Almuerzo.
  - Recorrido por los cultivos de café y frutales dentro de las instalaciones.
  - Degustación del café artesanal.
  - Visita a las fincas de cabuya aledañas.
  - Cena.
- Día 2 (opción 1)
- Desayuno.
  - Caminata en el Mirador Cara de Dios Apuela.
  - Recorrido por las orillas del Río
-

Apuela y baño si el cliente desea.

- *Check out.*

Día 2 (opción 2)

- Desayuno.
  - Visita al Centro Arqueológico Gualimán y recorrido por el área de las pirámides.
  - Práctica de canopy.
  - *Check out.*
- 

## **6.5. Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo**

### **6.5.1. Estrategias de lanzamiento del producto**

Para dar a conocer el emprendimiento en el mercado se utilizará una campaña anterior al lanzamiento que se llevará a cabo por medio de *influencers* y *youtubers* que postearán anuncios y videos en sus redes sociales informando la apertura del establecimiento, de esta forma se pretende despertar curiosidad en la demanda objetivo. Además, se desarrollará un *fam trip* que consiste en llevar a cabo un viaje de familiarización con una tarifa gratuita dirigida a agencias de viaje y operadoras turísticas que se desempeñen dentro de la provincia y la ciudad de Quito, debido a que son los puntos de mayor emisión turística hacia este destino con el objetivo de que evidencien la calidad del servicio y lo vendan a sus clientes.

### **6.5.2. Precio**

Las fijaciones de precios se determinaron bajo dos estrategias: basada en el valor y por penetración en el mercado, la primera, hace referencia al precio que los clientes están dispuestos a pagar dato que se obtiene de la aplicación de la investigación de mercado y la segunda, debido a que el servicio es nuevo por lo que se iniciará con precios bajos que posteriormente irán aumentando a medida que el establecimiento se posicione en el mercado.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. Estudio ambiental**

En esta sección se realizará la identificación y análisis de los posibles impactos ambientales que generará el proyecto en la etapa de construcción y operación respectivamente, seguidamente se elaborarán alternativas de mitigación que estarán determinadas en el plan de manejo ambiental. Lo descrito se detalla en las secciones posteriores.

#### **7.1. Descripción de las acciones del emprendimiento**

##### **7.1.1. Fase de construcción**

En la fase de construcción las actividades que se desarrollan para la implementación e inicio de las operaciones son las siguientes.

##### **a. Contratación de personal especializado**

Consiste en la formación del equipo de trabajo con el que se inicia la cimentación de la hacienda turística, siendo estos el contratista y albañiles, es preciso mencionar que el personal elegido tiene una larga experiencia en el diseño y construcción de este tipo de infraestructuras específicamente de cabañas en madera.

##### **b. Manejo de maquinaria**

El uso de la maquinaria en esta etapa se requiere al momento del transporte del material, así como para ciertas actividades de construcción como el desmonte.

### **c. Desmonte**

En esta actividad se realiza la nivelación del terreno formando una planicie adecuada para implementar los cimientos de cada una de las instalaciones.

### **d. Construcción de infraestructura**

Refiriéndonos a las cabañas, comedor, recepción, bodega e infraestructura necesaria para las actividades agroturísticas. Igualmente incluye las instalaciones eléctricas y la implementación del sistema de dotación de agua para el establecimiento, es decir, toda la adecuación para el funcionamiento de cada una de las instalaciones.

### **e. Pavimentación**

Las vías de circulación que se encuentran dentro de la hacienda como son los accesos peatonales y motorizados serán pavimentados con adoquín.

### **f. Perforación de pozos**

Con respecto al manejo de aguas residuales el establecimiento empleará un sistema de pozos sépticos ubicados estratégicamente.

### **g. Limpieza del área**

Recoger el material de construcción y residuos generados durante todo el proceso de construcción y adecuación de las instalaciones.

### **h. Ornamentación**

Las áreas verdes y jardinería se decorarán con especies ornamentales a fin de mejorar el entorno paisajístico dentro de la hacienda.

### **7.1.2. Fase de operación**

Para la fase de operación o funcionamiento de la hacienda turística se han considerado las siguientes acciones

#### **a. Alojamiento**

Para el servicio de hospedaje la hacienda turística dispone de cabañas triples, cuádruples y familiares.

#### **b. Restauración**

La oferta gastronómica comprende desayunos, platos típicos y cenas a base de productos orgánicos.

#### **c. Actividades agroturísticas**

Realización de recorridos guiados por los cultivos de café y frutas.

#### **d. Contratación de proveedores**

Para la adquisición de los insumos del área de restauración se acudirá a los agricultores locales.

#### **e. Ingreso de vehículos**

La hacienda turística cuenta con un estacionamiento diseñado tanto para automóviles como buses turísticos.

#### **f. Control de malezas y vegetación silvestre**

Mediante el uso de químicos o la técnica de poda según el tipo de vegetación, con especial control en las entradas, áreas verdes y de jardinería.

#### **g. Generación de aguas residuales**

Las aguas residuales originadas del funcionamiento del área de alojamiento y restauración.

#### **h. Manejo de residuos sólidos**

Mediante la implementación de basureros de clasificación de desechos dispuestos en puntos de mayor afluencia de turistas.

#### **i. Consumo de agua y electricidad**

El agua y energía eléctrica que se requiere para el desarrollo de las diferentes actividades de la hacienda.

#### **j. Mantenimiento de senderos**

Aseguramiento del óptimo estado de los senderos dentro de los cultivos de café y frutas para evitar limitaciones a la hora de realizar los recorridos.

#### **k. Utilización de abonos orgánicos**

Se elaborarán abonos orgánicos con los desperdicios procedentes del área de la cocina que serán suministrados a los cultivos de café y frutas, este proceso también será explicado a los turistas durante el recorrido.

### **7.2. Factores ambientales para interrelacionar en la EIA**

Con la finalidad de identificar los impactos que generará el proyecto se expone los componentes que se tomarán en cuenta dentro de los factores ambientales para lo cual se elaboró la siguiente tabla.

**Tabla 53**

*Factores ambientales considerados en la EIA de la hacienda El Paraíso*

Factor ambiental	Componente
Medio abiótico	Agua
	Aire
	Suelo
Medio biótico	Flora
	Fauna
Medio perceptual	Paisaje
Medio socio cultural	Naturaleza
	Calidad de vida
Medio económico	Empleo
	Incidencia en servicios
	Actividad económica

*Nota.* Adaptado a partir de la obra de Sbrato, Sbrato y Ortega (2016).

### **7.3. Descripción del método a aplicar**

Para la evaluación de impactos ambientales, el proyecto usa el método de Leopold que se desarrolla mediante una matriz de doble entrada, estructura por filas donde se describen las acciones que se realizarán en el proyecto durante la etapa a evaluar, en este caso en la construcción y operación, mientras que las columnas detallan los factores ambientales e impacto que se generarán (Gomez, 2019).

Además, en este método, la valoración toma en cuenta únicamente dos tipologías la magnitud y la importancia, la primera, se refiere al tamaño de afectación en cada componente evaluado, donde los valores pueden ser negativos o positivos según el impacto generado. Por otra parte, la importancia hace alusión al grado de relevancia que tiene el factor evaluado para el proyecto y el entorno social, siendo estos siempre positivos (Español, 2016).

También, esta metodología calcula la severidad o gravedad que según Tigre (2017), “Se define como el nivel de impacto ocasionado sobre el componente ambiental. Este valor se obtiene multiplicando la magnitud por la

importancia calculada” (p. 47). Es pertinente determinar este criterio puesto que es un elemento importante que indica la viabilidad ambiental del proyecto.

Así mismo, las escalas de evaluación numéricas se complementan con otras, como menciona Español (2016):

Existen escalas de tamaño y de color, donde cada umbral de gravedad se define por el tamaño de un círculo (blanco para impactos positivos y negro para negativos), o por su color (colores fríos- azules y verdes- para impactos positivos y colores cálidos – rojos, naranjas y amarillos- para negativos) indicando por su espectro el grado de gravedad (rojos los más graves, naranjas intermedios y amarillo los de baja gravedad). (p. 153)

Con la finalidad de mejorar el entendimiento de las matrices de valoración se elaborará una tabla cromática que representen los valores determinados según la tipología de la magnitud.

#### **7.4. Escalas o rangos de valoración ambiental para la EIA**

Para valorar las dos tipologías de impacto y la severidad se ha establecido las siguientes escalas.

**Tabla 54**

*Rangos para evaluar la magnitud de los impactos ambientales*

Magnitud	
Muy alta	±9 a ±10
Alta	±7 a ±8
Media	±5 a ±6
Baja	±3 a ±4
Muy baja	±1 a ±2

*Nota.* Adaptada de los valores propuestos por De la Maza (2007).

**Tabla 55***Rangos para evaluar la importancia de los impactos ambientales*

Valor de importancia	
Sin importancia	1-2
Menor importancia	3-4
Moderada	5-6
Mayor importancia	7-8
Muchísimo mayor	9-10

*Nota.* Adaptada de los valores propuestos por De la Maza (2007).**Figura 39***Escala cromática para la tipología de magnitud*

Impactos positivos		
	Muy alta	9 a 10
	Alta	7 a 8
	Media	5 a 6
	Baja	3 a 4
	Muy baja	1 a 2
Impactos negativos		
	Muy alta	-9 a -10
	Alta	-7 a -8
	Media	-5 a -6
	Baja	-3 a -4
	Muy baja	-1 a -2

**Tabla 56***Rangos para evaluar la severidad de los impactos ambientales*

Severidad	
Crítico	Ocasiona pérdida o $\geq 5000$ modificaciones irreparables en los factores ambientales

	evaluados.	
Severo	La recuperación del medio es a largo plazo tras la aplicación de medidas ambientales.	2500 a 5000
Moderado	La recuperación del medio se da a largo plazo y no precisa medidas ambientales.	1000 a 2500
Compatible	La recuperación del medio se percibe a corto plazo y no requiere medidas ambientales	500 a 1000
No significativo	Impactos leves que no alteran los factores ambientales.	≤ 500

*Nota.* Elaborada a partir de la obra de Sánchez (2014).

### **7.5. Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento turístico**

A continuación, se exponen los impactos ambientales identificados en la interacción entre las acciones determinadas y los factores ambientales.

**Figura 40**

*Identificación de impactos ambientales en la etapa de construcción*

Acciones		Impactos ambientales	Construcción							Total de interacciones	
			Contratación de personal	Manejo de maquinaria	Desmonte	Construcción de infraestructura	Pavimentación	Perforación de pozos	Limpieza del área		Ornamentación
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial				-					1
		Alteración de la calidad del agua subterránea						-			1
		Sedimentación				-					1
	Aire	Alteración calidad del aire		-		-					2
		Presencia de material particulado		-	-	-	-	-	-		6
		Generación gases contaminantes		-							1
	Suelo	Erosión		-		-	-				3
		Alteración de la calidad del suelo		-	-	-	-	-		-	6
		Vibraciones		-		-	-	-			4
Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico		-	-	-	-	-		-	6
		Pérdida de especies nativas			-	-	-	-		-	5
	Fauna	Destrucción del hábitat		-	-	-	-	-		-	6
		Alteración de la biodiversidad		-	-	-	-	-		-	6
Medio perceptual	Paisaje	Alteración visual del paisaje		-	-	+	+	-	+	+	7
	Naturaleza	Modificación del entorno		-	-	-	-	-	+	+	7
Medio socio cultural	Calidad de vida	Generación de molestias en la población		-							1
		Alteración en el tránsito vehicular		-							1
		Generación de ruidos		-	-	-	-	-	-		6
Medio económico	Empleo	Generación de fuentes de empleo	+	+	+	+	+	+	+	+	8
<b>Total de interacciones</b>			1	15	10	15	12	12	5	8	78

En esta fase se establecieron ocho acciones que al relacionarse con los factores ambientales evaluados originaron 78 interacciones. Siendo el manejo de maquinaria y la construcción de infraestructura las actividades con el número más alto de interacciones.

**Figura 41**

*Identificación de impactos ambientales en la etapa de operación*

Acciones		Impactos ambientales	Operación											Significancia			
			Alojamiento	Restauración	Actividades agroturísticas	Contratación de proveedores	Ingreso de vehículos	Control de malezas y vegetación silvestre	Mantenimiento de senderos	Manejo de residuos sólidos	Generación de aguas residuales	Consumo de agua y electricidad	Utilización de abonos	Total de interacciones			
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial											-		1		
		Alteración de la calidad del agua subterránea												-		1	
	Aire	Alteración calidad del aire					-	-								2	
		Presencia de material particulado	-				-		-							3	
		Generación gases contaminantes					-			-	-					3	
	Suelo	Erosión			-		-									2	
		Alteración de la calidad del suelo			-		-	+			-			+		5	
Vibraciones						-									1		
Medio biótico	Flora	Alteración del nicho ecológico					-	-		-	-				4		
		Afectación de la vegetación			-		-	+								3	
	Fauna	Perturbación de las especies			-		-	-								3	
Medio perceptual	Paisaje	Alteración visual del paisaje	+	+	+				+	+		-				6	
		Naturaleza	Modificación del entorno	+	+					+	+		-				5
		Emanación de olores	-				-				-	-		-			5
Medio socio cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas tradicionales	+	+	+											3	
		Vinculación de la población local	+	+	+	+											4
		Mejoramiento calidad de vida	+	+	+	+											4
Medio económico	Empleo	Generación de fuentes de empleo	+	+	+	+			+	+						6	
		Incidencia en servicios	Mejoramiento de la calidad servicios	+	+									+			3
	Implementación de nuevos servicios turísticos		+	+	+												3
	Actividad económica	Dinamización de la economía	+	+	+	+											4
		Disminución de la dependencia de la actividad agrícola	+	+	+												3
<b>Total de interacciones</b>			12	10	12	4	10		8	4	3	7	2	2	74		

En esta fase se determinaron once actividades que al interrelacionarse con los factores ambientales a evaluar generaron 74 interacciones. Las actividades que presentan más interacciones son el alojamiento y el agroturismo, seguidas de la restauración y el ingreso de vehículos respectivamente.



En la etapa de construcción se evidencia que los impactos negativos prevalecen frente a las alteraciones positivas, con 64 y 14 en la suma total respectivamente, dando como resultado final 50 impactos con efectos negativos.

**Figura 43**

*Matriz de evaluación de la magnitud e importancia en la etapa de operación*

Factores ambientales		Acciones	Operación										Afectaciones positivas	Afectaciones negativas al factor ambiental	Suma total				
			Aligamiento	Restauración	Actividades agrícolas	Contratación proveedores	Ingreso de vehículos	Control de maleza y vegetación silvestre	Mantenimiento de senderos	Manejamiento de residuos sólidos	Generación de aguas residuales	Consumo de agua y energía eléctrica				Utilización de laboros			
		Impactos ambientales																	
Medio biótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial										-1	3	0	1	-1			
		Alteración de la calidad del agua subterránea										-2	1	0	1	-1			
	Aire	Alteración calidad del aire					-1	-1						0	2	-2			
		Presencia de material particulado	-1	3			-2	4		-1	1			0	3	-3			
		Generación gases contaminantes					-2	3			-1	2	3	0	3	-3			
	Suelo	Erosión			-1	6			-2	2				0	2	-2			
Alteración de la calidad del suelo				-1	3			-2	2	1	4		-1	3	7	2	3	-1	
Vibraciones						-2	1							0	1	-1			
Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico					-1	-1			-1	-1	1	0	4	-4			
		Afectación de la vegetación			-1	1			-1	1	1			1	2	-1			
	Fauna	Perturbación de especies			-1	1			-1	-1	1			0	3	-3			
Medio perceptual	Paisaje	Alteración visual del paisaje	1	2	1	1			1	2	1	2		-1	2	5	1	4	
		Modificación del entorno	1	2	1	2				1	2	1	2		-1	2	4	1	3
	Naturaleza	Emanación de olores	-1	4					-2	3			-1	4	6	-1	1	0	5
Medio socio cultural	Calidad de vida	Diversificación actividades económicas	3	2	3	2	2	8								3	0	3	
		Vinculación de la población	3	6	3	6	1	4	2	7						4	0	4	
		Mejoramiento calidad de vida	2	5	2	5	2	5	1	5						4	0	4	
Medio económico	Empleo	Generación de fuentes de empleo	2	6	2	6	2	6	1	6	1	6			6	0	6		
		Mejoramiento de la calidad servicios	1	7	1	7							2	7	3	0	3		
	Actividad económica	Implementación de nuevos servicios turísticos	2	5	2	5	2	6							3	0	3		
		Dinamización de la economía	2	3	2	3	1	3	1	3					4	0	4		
		Disminución de la dependencia de la actividad agrícola	1	1	1	1	2								3	0	3		
		<b>Afectaciones positivas al factor ambiental</b>	10	10	8	4	0	5	3	0	0	1	1	42					
		<b>Afectaciones negativas al factor ambiental</b>	2	0	4	0	10	3	1	3	7	1	1		32				
		<b>Suma total</b>	8	10	4	4	-10	2	2	-3	-7	0	0			10			

*Nota. El criterio en la puntuación fue decisión de las autoras.*

La figura 42 evidencia que en la etapa de operación los impactos positivos prevalecen frente a las alteraciones negativas, con 42 y 32 en la suma total respectivamente, dando como resultado final 10 impactos con efectos positivos.

**Figura 44**

*Matriz de cálculo de la severidad en la etapa de construcción*

Acciones		Impactos ambientales	Construcción							Significancia									
			Contratación de personal especializado	Manejo de maquinaria	Desmonte	Construcción de infraestructura	Pavimentación	Perforación de pozos	Limpieza del área		Ornamentación								
Factor ambiental											Suma total								
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial				-4	-8					-8							
		Alteración de la calidad del agua subterránea							-1	-1		-1							
		Sedimentación				-2	-6					-6							
	Aire	Alteración calidad del aire		-3	-6		-3	-6					-12						
		Presencia de material particulado		-2	-2	-2	-4	-1	-2	-1	-2	-1	-2	-13					
		Generación gases contaminantes		-3	-3								-3						
	Suelo	Erosión		-4	-20		-2	-10	-1	-5			-35						
Alteración de la calidad del suelo			-4	-20	-2	-10	-2	-10	-2	-10	-2	-10	-70						
Vibraciones			-3	-6		-2	-4	-2	-4	-2	-4	-18							
Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico		-4	-28	-2	-14	-2	-14	-2	-14	-2	-14	-100					
		Pérdida de especies nativas				-2	-10	-2	-10	-2	-10	-2	-10	-50					
	Fauna	Destrucción del hábitat		-3	-21	-2	-14	-2	-14	-2	-14	-2	-14	-93					
		Alteración de las especies		-3	-9	-2	-6	-2	-6	-2	-6	-2	-6	-39					
Medio perceptual	Paisaje	Alteración visual del paisaje		-1	-6	-1	-6	2	14	1	6	-1	-6	2	16	2	16	34	
	Naturaleza	Modificación del entorno		-3	-12	-2	-8	-2	-8	-1	-4	-2	-8	2	20	2	20	0	
Medio socio cultural	Calidad de vida	Generación de molestias en la población		-3	-12													-12	
		Alteración en el tránsito vehicular		-3	-3													-3	
		Generación de ruidos		-3	-9	-2	-6	-2	-6	-2	-6	2	6	-2	-6			-27	
Medio económico	Empleo	Generación de fuentes de empleo	6	60	6	42	6	42	6	60	3	21	6	42	2	14	2	10	291
<b>Suma total</b>			60	-115	-36	-30	-48	-26	42	-12								-165	

*Nota.* Los valores que aparecen en esta matriz han sido definidos por las autoras.

La figura anterior expone que el medio biótico es el más perjudicado negativamente en la etapa de construcción, siendo afectado con un valor de -100 el componente flora, por el contrario, el medio económico se ve beneficiado con la generación de fuentes de empleo consiguiendo una puntuación bastante alta.

**Figura 45**

*Matriz de cálculo de la severidad en la etapa de operación*

Factores ambientales			Acciones	Operación										Significancia				
				Alojamiento	Restauración	Actividades agroturísticas	Contratación de proveedores	Ingreso de vehículos	Control de malezas y vegetación silvestre	Mantenimiento de senderos	Manejo de residuos sólidos	Generación de aguas residuales	Consumo de agua y energía eléctrica		Utilización de abonos	Suma total		
Impactos ambientales																		
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial												-1	3		-3	
		Alteración de la calidad del agua subterránea												-2	2		-2	
	Aire	Alteración calidad del aire					-1	-3	-1	-2								-5
		Presencia de material particulado	-1	-3			-2	-8			-1	-1						-12
		Generación gases contaminantes					-2	-6			-1	-2		-1	-3			-11
	Suelo	Erosión			-1	-6			-2	-4								-10
		Alteración de la calidad del suelo			-1	-3			-2	-4	1	4		-1	-3		1	7
Vibraciones								-2	-2								-2	
Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico					-1	-2	-1	-2		-1	-1	-1			-6	
		Afectación de la vegetación			-1	-1			-1	-1	1	1						-1
	Fauna	Perturbación de especies			-1	-1			-1	-2	-1	-1						-4
Medio perceptual	Paisaje	Alteración visual del paisaje	1	2	1	2	1	1			1	2	1	2	-1	-2		7
		Modificación del entorno	1	2	1	2					1	2	1	2	-1	-2		6
	Naturaleza	Emanación de olores	-1	-4					-2	-6			-1	-4	-1	-6	-1	-1
Medio socio cultural	Calidad de vida	Diversificación actividades económicas	3	6	3	6	2	16										28
		Vinculación de la población	3	18	3	18	1	4	2	14								54
		Mejoramiento calidad de vida	2	10	2	10	2	10	1	5								35
Medio económico	Empleo	Generación de fuentes de empleo	2	12	2	12	2	12	1	6		1	6	1	6			54
		Mejoramiento de la calidad servicios	1	7	1	7										2	14	28
	Incidencia servicios	Implementación de nuevos servicios turísticos	2	10	2	10	2	12										32
		Dinamización de la economía	2	6	2	6	1	3	1	3								18
	Actividad económica	Disminución de la dependencia de la actividad agrícola	1	1	1	1	1	2										4
<b>Suma total</b>			67	74	49	28	-38	10	9	-7	-19	11	6				190	

*Nota.* Los valores que aparecen en esta matriz han sido definidos por las autoras.

Para la etapa de operación el medio que más alteración negativa presenta es el perceptual en el componente naturaleza alcanzando un valor de -21, sin embargo, al analizar los impactos positivos se evidencia que existen dos medios favorecidos estos son el medio económico y socio cultural, en el primero el proyecto promueve la generación de empleos, mientras que en el segundo se desarrolla la vinculación con la comunidad.

### 7.7. Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

La jerarquización de los impactos ambientales se realiza con base a los resultados obtenidos en la matriz de severidad.

**Tabla 57**

*Jerarquización de impactos positivos identificados en la etapa de construcción*

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Medio económico	Generación de fuentes de empleo	291 IA
Medio perceptual	Alteración visual del paisaje	34 IA

**Tabla 58**

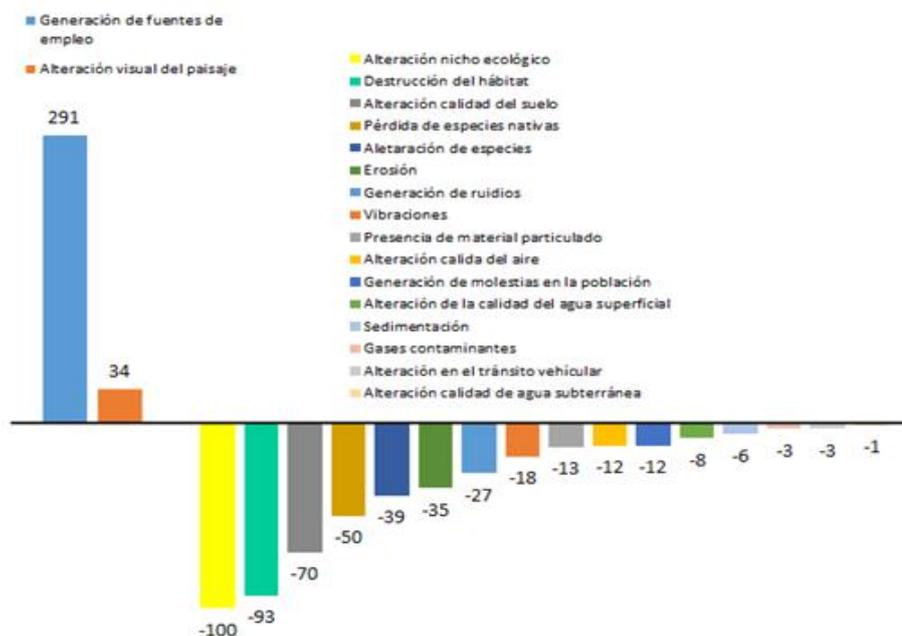
*Jerarquización de impactos negativos identificados en la etapa de construcción*

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Medio biótico-flora	Alteración nicho ecológico	-100 IA
Medio biótico-fauna	Destrucción del hábitat	-93 IA
Medio abiótico-suelo	Alteración calidad del suelo	-70 IA
Medio biótico-flora	Pérdida de especies nativas	-50 IA
Medio biótico-fauna	Alteración de especies	-39 IA
Medio abiótico-suelo	Erosión	-35 IA

Medio cultura-calidad de vida	Generación de ruidos	-27 IA
Medio abiótico-suelo	Vibraciones	-18 IA
Medio abiótico-aire	Presencia de material particulado	-13 IA
Medio abiótico-aire	Alteración calidad del aire	-12 IA
Medio socio cultural-calidad de vida	Generación de molestias en la población	-12 IA
Medio abiótico-agua	Alteración de la calidad del agua superficial	-8 IA
Medio abiótico-agua	Sedimentación	-6 IA
Medio abiótico-aire	Gases contaminantes	-3 IA
Medio socio cultural-calidad de vida	Alteración en el tránsito vehicular	-3 IA
Medio socio cultural-calidad de vida	Alteración calidad agua subterránea	-1IA

**Figura 46**

*Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de construcción*



*Nota.*  
Las  
barras

con dirección hacia arriba corresponden a los impactos positivos y las que se encuentran hacia abajo representan los impactos negativos.

Los impactos positivos que ocasionará el proyecto cuando entre en funcionamiento son los que se muestran en la tabla a continuación.

**Tabla 59**

*Jerarquización de impactos positivos identificados en la etapa de operación*

Factor ambiental	Impacto	Jerarquización
Medio sociocultural– calidad de vida	Vinculación de la población	54 IA
Medio económico– empleo	Generación de fuentes de empleo	54 IA
Medio sociocultural– calidad de vida	Mejoramiento de la calidad de vida	35 IA
Medio económico– incidencia servicios	Implementación de nuevos servicios	32 IA
Medio sociocultural– calidad de vida	Diversificación actividades económicas	28 IA
Medio económico– incidencia servicios	Mejoramiento de la calidad de los servicios	28 IA
Medio económico– actividad económica	Dinamización de la economía	18 IA
Medio perceptual– paisaje	Alteración visual del paisaje	7 IA
Medio perceptual– naturaleza	Modificación del entorno	6 IA
Medio económico– actividad económica	Disminución de la dependencia de la actividad agrícola	4 IA
Medio abiótico - suelo	Alteración de la calidad del suelo	1 IA

**Tabla 60**

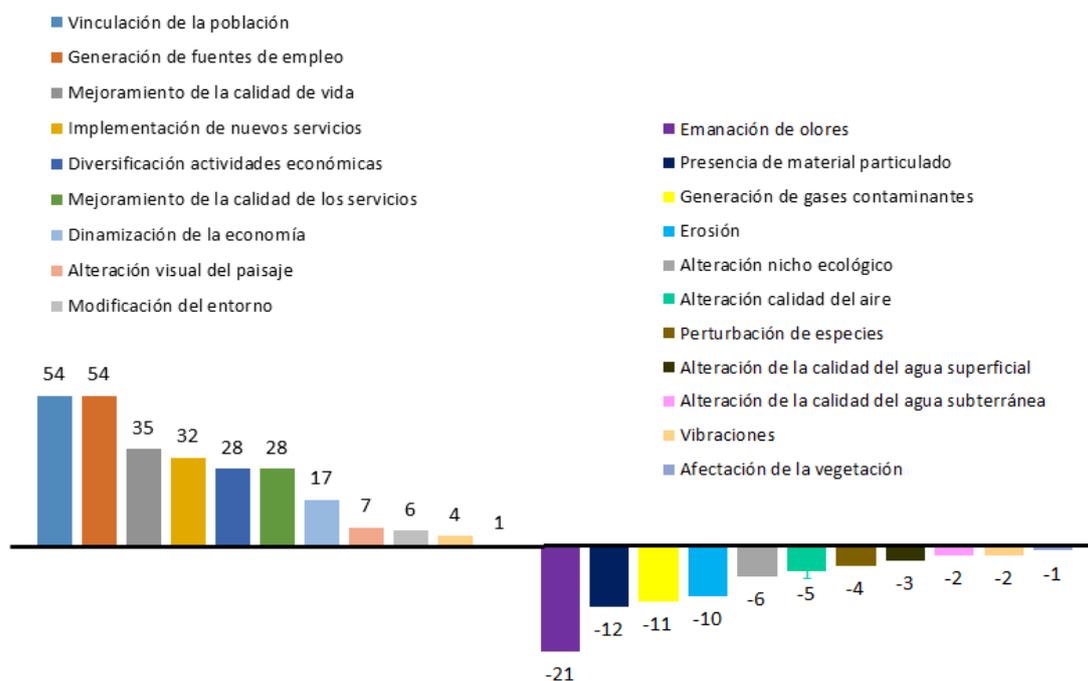
*Jerarquización de impactos negativos identificados en la etapa de operación*

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Medio perceptual - naturaleza	Emanación de olores	-21 IA
Medio abiótico - suelo	Presencia de material	-12 IA

Medio abiótico - aire	particulado Generación de gases contaminantes	-11 IA
Medio abiótico – suelo	Erosión	-10 IA
Medio biótico - flora	Alteración nicho ecológico	-6 IA
Medio abiótico – aire	Alteración calidad del aire	-5 IA
Medio biótico - fauna	Perturbación de especies	-4 IA
Medio abiótico - agua	Alteración de la calidad del agua superficial	-3 IA
Medio abiótico - agua	Alteración de la calidad del agua subterránea	-2 IA
Medio abiótico – suelo	Vibraciones	-2 IA
Medio biótico - flora	Afectación de la vegetación	-1 IA

**Figura 47**

*Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de operación*



*Nota.* Las barras con dirección hacia arriba corresponden a los impactos positivos y las que se encuentran hacia abajo representan los impactos negativos.

En la evaluación de las interacciones entre las acciones y factores ambientales con respecto a la etapa de construcción determina 14 impactos positivos y 64 de carácter negativo y en la etapa de operación se identifica 42 impactos positivos y 32 negativos, dando una totalidad de 148 interacciones en el proyecto.

Siendo en la etapa de construcción la generación de empleo y la alteración visual del paisaje los impactos más beneficiosos y los impactos negativos que mayor atención requieren por su grado de afectación al entorno son la alteración del nicho ecológico y destrucción del hábitat. En la fase de operación los impactos que contribuyen positivamente al entorno son la vinculación de la comunidad y la generación de fuentes de empleo y las afectaciones negativas están relacionadas a la emanación de olores y presencia de material particulado son las debilidades por trabajar en el momento del funcionamiento de la hacienda turística.

En cuanto a la severidad o gravedad resulta para la etapa de operación de la hacienda turística un valor de 190 que al compararlo con la escala establecida es considerada como no significativo, además el carácter del resultado indica que los impactos positivos prevalecen sobre los negativos, mientras que en la etapa de construcción se muestra un comportamiento opuesto con un resultado de -165, debido a que es el momento donde se modifica el medio natural ocasionando más alteraciones negativas características de este proceso.

### 7.8. Matriz de plan de manejo ambiental sobre la base de la jerarquización ambiental

**Figura 48**

*Medidas de mitigación en la etapa de construcción de la hacienda turística El Paraíso*

Factor ambiental		Impactos ambientales	Medidas de mitigación	Presupuesto	Responsables	Tiempo
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial	Realizar un cerramiento específicamente donde se encuentran los materiales de construcción para evitar que estos terminen en el río, debido a su cercanía con el área de implementación.	\$70	Contratista	3 meses
		Sedimentación	Disponer de contenedores en sitios específicos para el depósito de todos los desechos generados durante este proceso, por lo tanto, todos los trabajadores están en la obligación de cumplir con esta medida.	\$200	Contratista	3 meses
		Alteración de la calidad del agua subterránea.	Selección adecuada del personal técnico encargado de la construcción de los pozos sépticos.	—	Gerente	2 semanas
	Aire	Alteración de la calidad del aire	Controlar que todas las maquinarias cubran el material de construcción para evitar que			

		este se disperse durante el trayecto de transportación.	—	Conductor de la maquinaria y contratista	1 mes	
	Presencia de material particulado	Establecer momentos de riego para minimizar la presencia de material particulado durante la recepción del material de construcción.	—	Albañil	3 meses	
	Generación de gases contaminantes	Seccionarse que la maquinaria contratada cuente con la documentación que certifique que es amigable con el medio ambiente.	—	Gerente	2 semanas	
	Suelo	Erosión	Delimitar espacios y accesos por los cuales únicamente se movilizarán las maquinarias.	—	Contratista	3 meses
		Alteración de la calidad del suelo	Determinar el espacio exacto para la pavimentación con la finalidad de reducir la afectación del suelo.			
		Vibraciones	Seleccionar maquinarias que cuente con suspensión de neumáticos y niveles mínimos de vibración.			

Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico	Utilizar especies ornamentales que no alteren el medio de manera significativa para lo cual se sembrarán especies decorativas propias del sector.	—	Gerente	2 semanas
		Pérdida de especies nativas	Realizar la construcción de las instalaciones del establecimiento con materiales acorde al entorno.  Diseño de las instalaciones acorde con la arquitectura del lugar.  Trasplantar las especies nativas a espacios dentro de del área de implementación que presenten bajos riesgos de afectación para su normal desarrollo.			
	Fauna	Destrucción del hábitat	Delimitar espacios y accesos por los cuales únicamente las maquinarias podrán moverse.	—	Gerente	2 semanas
		Alteración de las especies				
Medio socio cultural	Calidad de vida	Generación de molestias en la población	Identificar horarios propicios durante el día para la movilización y utilización de la	—	Gerente	1 semana

	Alteración en el tránsito vehicular	maquinaria. Cada trabajador debe contar con el adecuado equipamiento que le permite desarrollar con seguridad su labor.	Contratista	3 meses
	Generación de ruidos			
Observaciones		<p>- Ciertas medidas de mitigación no cuentan con precios debido a que son acciones que se contemplan dentro de las actividades que deben desarrollar cada uno de los responsables de la obra de construcción.</p> <p>-Existen medidas que presentan igual tiempo de duración, puesto que se realizarán simultáneamente.</p>		

*Nota.* El presupuesto establecido para cada una de las medidas de mitigación está incorporado en el total de la inversión.

### Figura 49

*Medidas de mitigación en la etapa de operación de la hacienda turística El Paraíso*

Factor ambiental		Impacto ambiental	Medida de mitigación	Presupuesto	Responsable	Tiempo
Medio abiótico	Agua	Alteración de la calidad del agua superficial	Transcurridos tres meses del inicio de las actividades realizar una prueba de calidad de agua de las vertientes para determinar si la tubería instalada provoca algún tipo de contaminación y si este	\$ 324	Gerente	3 meses

			fuera el caso se reemplazarán por otras.			
		Alteración del agua subterránea	Determinar adecuadamente la capacidad de los pozos sépticos construidos y verificar constantemente mediante un registro de inspección y limpieza. Además, del respectivo mantenimiento anualmente.	\$ 300	Empresa Sani - on	Mantenimiento anual
	Aire	Alteración calidad del aire	Aspersión de agua por períodos cortos en el día para evitar el incremento de polvos al momento del ingreso de los vehículos al establecimiento.	—	Jefe de mantenimient o	Especialmente en los meses de vientos fuertes
		Presencia de material particulado	Controlar las fuentes de emisión de polvos.	—	Jefe de mantenimient o	Indefinido
		Generación de gases contaminantes	Mantenimiento de las fosas sépticas para reducir o eliminar la emanación de los gases.	\$300	Empresa Sani - on	Anualmente
	Suelo	Erosión	Definir correctamente los			Antes del inicio

			senderos mediante señalética para evitar el pisoteo en las áreas que no estén destinadas para los recorridos.	—	Gerente	del funcionamiento de la hacienda.
		Vibraciones	Determinar la capacidad de carga automovilística que soportará el área.	—	Gerente, jefe de mantenimiento y asesor de la comunidad.	Antes del inicio del funcionamiento de la hacienda.
Medio biótico	Flora	Alteración nicho ecológico	Establecer adecuadamente las dimensiones del sendero para que al momento del mantenimiento no dañe a la vegetación circundante.	—	Gerente	Antes del inicio del funcionamiento de la hacienda.
		Afectación a la vegetación	Implementación de una señalética normativa localizada en la zona de mayor concentración de la hacienda, en la que se especifique la prohibición de no arrancar la vegetación.	\$30	Administrador y jefe de mantenimiento	1 semana

			<p>Durante los recorridos el guía dará instrucciones para evitar que los turistas hagan daño a la flora o fauna.</p> <p>Desarrollar campañas de educación ambiental dirigidas a los turistas para dar a conocer la importancia de cada uno de las especies animales y vegetales y su función dentro del ecosistema.</p> <p>Establecer el código ético del turista donde se detalle el comportamiento a tener durante la visita y promover una conciencia ambiental.</p>	—	Guía	<p>Cuando se realicen los recorridos</p>
	Fauna	Perturbación de especies				
Medio perceptual	Naturaleza	Emanación de olores	<p>Transportan lo más rápido posible al depósito de basura en el centro de la parroquia los desechos que podrían generar malos olores.</p>	—	Jefe de mantenimiento	Indefinido

			Poner en funcionamiento las campanas extractoras de olores en los horarios de cocción, especialmente en la hora del almuerzo y la cena.	—	Chef / gerente	Indefinido
			La compostera del abono se localizará a una distancia prudente de las cabañas y restaurante para evitar que cualquier olor en la descomposición de los productos llegue a los turistas.	—	Guía	Antes del inicio del funcionamiento de la hacienda.

			Para la elaboración de los abonos se establecerá períodos de remoción de restos y se usará técnicas eficientes de preparaciones de bioles para evitar la generación de malos olores.	—	Guía	Cada 3 meses
Observaciones			- Ciertas medidas de mitigación no cuentan con precios, debido a que son actividades correspondientes a las funciones de los trabajadores del establecimiento.			

*Nota.* El presupuesto establecido en cada una de las medidas de mitigación está incorporado en el total de la inversión.

## **CAPÍTULO VIII**

### **8. Estudio económico financiero**

En este apartado se expone el análisis de los indicadores que permiten conocer la factibilidad del proyecto, así como los ingresos y egresos del establecimiento, el flujo de caja proyectado y el nivel de ventas que permita a la empresa alcanzar el punto de equilibrio.

#### **8.1. Estado de situación inicial**

La empresa El Paraíso inicia sus actividades con una inversión de \$ 142 506,72 conformada por los valores de activos circulantes y activos fijos, los primeros, se desglosan en \$920,72 para caja, en bancos \$24 000,00 y \$1 107,75 en inventarios, los segundos alcanzan una totalidad de \$116 478,25.

El capital financiado con un valor \$113 766,72 correspondiente al préstamo bancario. Finalmente, el patrimonio de la empresa se compone del capital social, bienes muebles y bienes inmuebles obteniendo como total \$28 740,00.

**Figura 50**

*Balance de situación inicial de la hacienda El Paraíso*

			EL PARAÍSO S.A		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 30 DE SEPTIEMBRE 2020		
<b>Activo circulante</b>			<b>Pasivo a largo plazo</b>		
Caja		\$920,72	Préstamo		\$113.766,72
Bancos		\$24.000,00	<b>Total pasivo largo plazo</b>		\$113.766,72
Inventarios		\$1.107,75	<b>Total pasivo</b>		\$113.766,72
<b>Total activo circulante</b>		<b>\$26.028,47</b>			
<b>Activo fijo</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Terreno		\$20.000,00	Capital social		\$8.000,00
Construcciones		\$56.683,37	Bienes inmuebles		\$20.000,00
Muebles y enseres		\$18.615,08	Bienes muebles		\$740,00
Equipos de cómputo		\$2.407,00	<b>Total patrimonio</b>		<b>\$28.740,00</b>
Maquinaria		\$4.772,80	<b>Total pasivo + patrimonio</b>		<b>\$142.506,72</b>
Equipo de Transporte		\$14.000,00			
<b>Total activo fijo</b>		<b>\$116.478,25</b>			
<b>Total activos</b>		<b>\$142.506,72</b>			

## 8.2. Flujo de efectivo

A continuación, se detalla la proyección de ventas estimadas para el primer año. Para el ejercicio no se considera la estacionalidad de la demanda puesto que el cálculo se ha realizado a partir de la tabla 15 y las consecuentes donde se detalla el número de clientes que se recibirá en cada uno de los servicios a ofertar.

Para el hospedaje se cuenta con 6 habitaciones, una triple a un valor de \$82,50, por la cual se estima un ingreso mensual de \$2 227,50 mostrando un resultado anual de \$26 730. En las habitaciones cuádruples a \$110 proyectando un ingreso al mes de \$2 970 con una entrada anual de \$35 640

550 y la habitación familiar a \$ 137,50 resultando mensualmente \$3 712,50 y dando un total al final del año de \$44 550.

Con respecto al servicio de alimentos y bebidas, por concepto de desayunos se recibe anualmente \$1 944,00. Los platos típicos con un resultado de \$1 809,00 al año que comprende la venta de caldo de gallina criolla, fritada y trucha. El menú del día refleja ingresos por \$609,00 al año, por último, las cenas presentan entradas de \$2 322, 00 de forma anual.

Finalmente, se estima los ingresos por el desarrollo de actividades de agroturismo, se percibe mensualmente \$640,00 y \$7 680,00 como resultado anual.

Para obtener los costos de las habitaciones se ha considerado el 25 % del ingreso por cada mes, que comprenden los artículos de limpieza y los *amenities* que se colocarán en cada cabaña. Por lo tanto, se registra un valor anual de \$6 682,50 por la habitación triple, un desembolso de \$8 910,00 al año por la habitación cuádruple y para las habitaciones familiares se tiene un valor de \$11 137,50.

De igual forma, los costos de producción de los alimentos y bebidas son calculados por el 50 % de sus ingresos, así los desayunos requieren de \$972,00 al año. Los platos típicos desembolsan \$904,56 y las cenas \$1161,00 como resultado anual, por último, el menú del día necesita \$304,56 al año.

El costo de agroturismo corresponde al pago del guía local, que ganaría de acuerdo al número de personas que realicen esta actividad para lo cual se estima un valor de \$298,00 mensuales que al año suma \$3 576,00. El costo de

mantenimiento comprende la conservación del equipo y maquinaria, así como el tratamiento de los pozos sépticos que adicionados representan \$944 al final del periodo.

Los servicios básicos constan pagos de energía eléctrica, internet, telefonía fija y Tv cable, estos muestran egresos de \$469,01 cada mes y anualmente de \$5 628,12. El pago del IVA fue calculado con base al 12 % a partir del total de los ingresos y considerando una disminución por el pago de los suministros e insumos adquiridos.

Cada mes se destina \$2 787,76 para el pago de sueldos de los seis miembros de la empresa, en los que se incluyen todos los beneficios sociales de los trabajadores. El gerente con un salario de \$626,63, la recepcionista percibe \$431,83, la camarera con \$431,83, el cocinero con \$432,82, el mesero recibe \$431,83 y la persona encargada del mantenimiento de las instalaciones de la hacienda con un salario de \$432,82 dando como resultado al año \$33453,12.

Finalmente, la empresa registra egresos por publicidad en cuestión de manejo de redes sociales y captación del mercado meta por un precio de \$200 por mes y anualmente \$2 400, el pago de la letra del préstamo corresponde a \$1 738,98 mensuales y al final del año \$20 867,76 y el desembolso por permisos que se efectúa en el mes de junio \$565,50.

La diferencia de los ingresos de \$ 121 284,00 y egresos \$102 704,50 resultante del año da como como flujo de caja acumulado \$18 579,50.

**Figura 51**  
*Flujo de caja anual de la hacienda El Paraíso*

Ingresos	Precio	Unidades al mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total anual
<b>Alojamiento</b>															
Hab. Triple	82,5	27	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	2227,50	26730,00
Hab. Cuádruple	110	27	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	2970,00	35640,00
Hab. Familiar	137,5	27	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	3712,50	44550,00
<b>Restauración</b>															
Desayunos	4,5	36	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	1944,00
Caldo de gallina	4,75	9	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75	513,00
Fritada	6	9	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	648,00
Trucha	6	9	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	648,00
Menú 1	5,5	4	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	264,00
Menú 2	5,75	5	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	345,00
Cena 1	5,25	18	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	1134,00
Cena 2	5,5	18	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	1188,00
<b>Agroturismo</b>	10	64	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	7680,00
<b>Total ingresos</b>			<b>10107,00</b>	<b>121284,00</b>											
<b>Egresos</b>															
Costo hab. Triple			556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	556,88	6682,50
Costo hab. Familiar			742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	742,50	8910,00
Costo hab. Cuádruple			928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	928,13	11137,50
Costo desayunos			81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	972,00
Costo caldo de gallina			21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	21,38	256,56
Costo fritada			27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	324,00
Costo trucha			27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	324,00
Costo menú 1			11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	132,00
Costo menú 2			14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	172,56
Costo cena 1			47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	567,00
Costo cena 2			49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	594,00
Costo agroturismo			298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	298,00	3576,00
Costo mantenimiento								484,00							460,00
Servicios básicos			469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	469,01	5628,12
Permisos								565,50							565,50
IVA			433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	433,16	5197,89
Sueldos			2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	2787,76	33453,12
Publicidad			200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Préstamo			1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	1738,98	20867,76
<b>Total egresos</b>			<b>8432,91</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>9482,42</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8432,92</b>	<b>8892,92</b>	<b>102704,50</b>
<b>Flujo de caja</b>			<b>1674,09</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>624,58</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1674,08</b>	<b>1214,08</b>	
<b>Flujo acumulado</b>			<b>1674,09</b>	<b>3348,17</b>	<b>5022,26</b>	<b>6696,34</b>	<b>8370,42</b>	<b>8995,00</b>	<b>10669,09</b>	<b>12343,17</b>	<b>14017,25</b>	<b>15691,34</b>	<b>17365,42</b>	<b>18579,50</b>	<b>18579,50</b>

### 8.3. Proyección de ingresos y gastos

Para la proyección de ingresos y gastos se ha tomado como periodo de tiempo de diez años, debido al tamaño de proyecto y al monto de inversión requerida.

**Figura 52**

*Flujo de caja proyectado de la hacienda El Paraíso*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	\$121.284,00	\$134.625,24	\$149.434,02	\$165.871,76	\$184.117,65	\$204.370,59	\$226.851,36	\$251.805,01	\$279.503,56	\$310.248,95
Egresos	\$102.704,50	\$114.001,99	\$126.542,21	\$140.461,86	\$155.912,66	\$173.063,05	\$192.099,99	\$213.230,99	\$236.686,39	\$262.721,90
Flujo de caja	\$18.579,50	\$20.623,25	\$22.891,80	\$25.409,90	\$28.204,99	\$31.307,54	\$34.751,37	\$38.574,02	\$42.817,16	\$47.527,05
Flujo de caja acumulado	\$18.579,50	\$39.202,75	\$62.094,55	\$87.504,46	\$115.709,45	\$147.016,99	\$181.768,36	\$220.342,38	\$263.159,55	\$310.686,60

La Hacienda El Paraíso en el primer año obtiene \$121.284,00 de ingresos y \$102 704,50 de egresos dando como resultado un flujo de caja de \$18, 579,50 y alcanzando el monto de inversión en el año seis. Se proyectan los flujos consiguientes con un incremento anual del 11 % para empresas del sector turístico de acuerdo con los datos del Ministerio de Turismo, obteniendo para el año 10 un flujo acumulado de \$310 686,60.

### 8.4. Cálculo del Valor Actual Neto

#### 8.4.1. Costo de capital

Para el cálculo del VAN es necesario obtener el resultado del costo del capital correspondiente al producto de la tasa de interés del préstamo por el capital propio. En el presente proyecto el costo de capital de la empresa es de 9,41% derivado de una inversión de \$142 506,72 donde el 20% corresponde a capital propio, es decir, \$28 740 a un interés del 6,25 % y el 80% a capital proveniente de la entidad financiera, siendo \$113 766,72 a un interés del 10,21%.

**Figura 53***Costo de capital de la hacienda El Paraíso*

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$142.506,72	100%		9,41%	9,41%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	\$28.740,00	20%	6,25%	1,26%	
FINANCIAMIENTO	\$113.766,72	80%	10,21%	8,15%	

**8.4.2. Valor Actual Neto**

Se determina como valor actual neto del emprendimiento para el año 10 \$181 349,44 mostrando un excedente de \$38 842,72, resultado que indica que el emprendimiento generará ganancias con respecto a la inversión como muestra la siguiente figura.

**Tabla 61***Valor actual neto de la hacienda El Paraíso*

	Flujo anual
Año 1	\$18.579,50
Año 2	\$20.623,25
Año 3	\$22.891,80
Año 4	\$25.409,90
Año 5	\$28.204,99
Año 6	\$31.307,54
Año 7	\$34.751,37
Año 8	\$38.574,02
Año 9	\$42.817,16
Año 10	\$47.527,05
Inversión	\$142.506,72
VAN	\$181.349,44

**8.5. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno**

En este periodo de proyección el proyecto refleja una tasa interna de retorno del 14.37 % anual, significando que el proyecto recuperará la inversión inicial y además presentará un margen de ganancias, con respecto al costo de capital que es de 9,41% convirtiéndolo en un negocio rentable.

**Tabla 62***Tasa Interna de retorno de la hacienda El Paraíso*

Inversión	-\$142.506,72
Año 1	\$18.579,50
Año 2	\$20.623,25
Año 3	\$22.891,80
Año 4	\$25.409,90
Año 5	\$28.204,99
Año 6	\$31.307,54
Año 7	\$34.751,37
Año 8	\$38.574,02
Año 9	\$42.817,16
Año 10	\$47.527,05
Costo de capital	9,41%
TIR	14,37%

*Nota.* La inversión se presenta con un valor negativo para efectos de cálculo.

### **8.6. Punto de equilibrio**

La empresa alcanza el punto de equilibrio con un monto de \$148 844.61 como se evidencia en la figura 51 en el flujo de caja proyectado, para este año se venderá un total de 18 216 unidades de los doce productos que oferta el emprendimiento, teniendo como precio ponderado \$39,95 y un costo ponderado de \$11,08. Además, el costo fijo asciende a \$ 383 151 para el año seis en el cual se alcanza el punto de equilibrio. Por otra parte, el margen de contribución ponderado por producto es de \$28,87 que le permite obtener el punto de equilibrio en unidades al vender 155 780 productos que representan económicamente \$ 6 223,210 siendo este el punto de equilibrio por ingresos como se indica en la figura posterior.

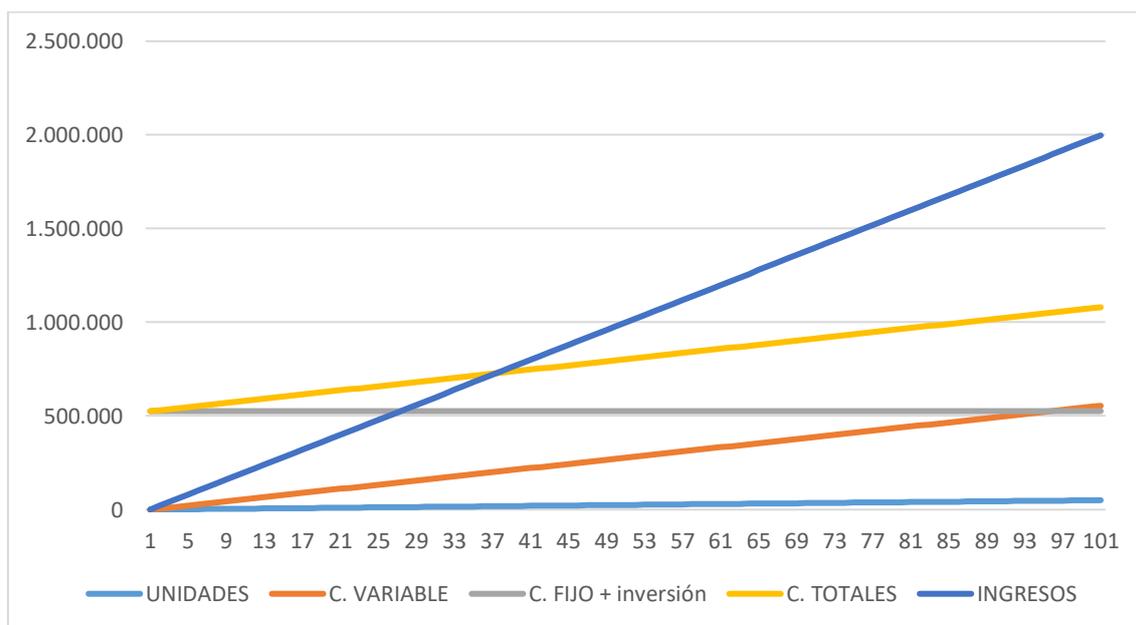
**Figura 54**

*Punto de equilibrio de la hacienda El Paraíso*

	H. Triple	H. Cuádruple	H. Familiar	Desayuno	Caldo de gallina	Fritada	Trucha	Menú 1	Menú 2	Cena 1	Cena 2	Agroturismo
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.944	1.944	1.944	2.592	648	648	648	288	360	1.296	1.296	4.608
TOTAL UNIDADES		18.216										
% PARTICIPACIÓN	10,67%	10,67%	10,67%	14,23%	3,56%	3,56%	3,56%	1,58%	1,98%	7,11%	7,11%	25,30%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$82,50	\$110,00	\$137,50	\$4,50	\$4,75	\$6,00	\$6,00	\$5,50	\$5,75	\$5,25	\$5,50	\$10,00
COSTO VENTA UNITARIO	\$20,63	\$27,50	\$34,38	\$2,25	\$2,38	\$3,00	\$3,00	\$2,75	\$2,88	\$2,63	\$2,75	\$4,66
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$39,95										
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$11,08										
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$383.151										
INVERSIÓN		\$142.507										
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$61,88	\$82,50	\$103,13	\$2,25	\$2,37	\$3,00	\$3,00	\$2,75	\$2,87	\$2,63	\$2,75	\$5,34
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$28,87										
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		155.780										
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$6.223.210										
PUNTO EQUILIBRIO POR PRODUCTO	16.625	16.625	16.625	22.166	5.542	5.542	5.542	2.463	3.079	11.083	11.083	39.407

**Figura 55**

*Representación del punto de equilibrio de la hacienda EL Paraíso*



Como se evidencia en la figura 55, el punto de equilibrio en este período se alcanza específicamente en la línea 38, al obtener \$ 739 049,41 de ingresos superando al total de gastos que es de \$730 693,98, generando una ganancia

de \$8 355,43 para el emprendimiento, siendo esta tendencia repetitiva en las consiguientes líneas.

## **9. Conclusiones**

- La parroquia tiene gran potencial turístico como lo evidencian sus recursos naturales y culturales. Con respecto al factor socioeconómico presenta algunas falencias en la dotación de servicios básicos para ciertas áreas lejanas al centro poblado, además la población es netamente agrícola. Ambas realidades influyen directamente en el adelanto del turismo, sin embargo, la existencia de establecimientos de alojamiento y restauración en el sector indican que la industria del turismo no está del todo relegada.
- El segmento de mercado que tiene las condiciones de visitar la hacienda turística lo hace en compañía de sus familiares, también muestra una tendencia a asistir a entornos naturales y practicar en ellos el agroturismo. Con respecto a los servicios, para el alojamiento prefieren cabañas totalmente de madera y en lo relacionado a restauración degustar la gastronomía típica, además les interesa conocer el proceso productivo del cultivo de café y frutas.
- La hacienda turística El Paraíso S.A es un establecimiento de tres estrellas ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, parroquia Apuela, en la comuna La Playa, brinda servicios de alojamiento, restauración y actividades de agroturismo, para lo cual el establecimiento está debidamente equipado en cuanto a maquinaria, muebles e insumos operativos. Por otro lado, el equipo de trabajo está conformado por seis miembros sujetos a una estructura jerárquica determinada en el organigrama de la empresa.
- Los impactos ambientales identificados en las etapas evaluadas corresponden a 56 impactos positivos siendo la generación de empleo, la alteración del paisaje y la vinculación de la comunidad los que mayor valoración presentan. Mientras que los impactos negativos alcanzan 96

alteraciones en el medio de implementación, constituyendo los de mayor atención la alteración del nicho ecológico, destrucción del hábitat, emanación de olores y presencia de material particulado, para los cuales se estableció las respectivas medidas de mitigación determinadas en el plan de manejo ambiental.

- Tras el análisis de los principales indicadores económicos el proyecto resulta factible al presentar un valor actual neto de \$181 349,44 que supera la inversión total de \$142 506,62 con un excedente de \$38 842,72 y muestra una tasa interna de retorno del 14,37%, valoración mayor con respecto al costo de capital de 9,41% evidenciando la rentabilidad del proyecto y la recuperación de la inversión al año seis, según el cálculo del punto de equilibrio. Por lo tanto, estos criterios sustentan la implementación del proyecto.

## **10. Recomendaciones**

- Con respecto al desarrollo turístico de la parroquia, las autoridades competentes deberían gestionar proyectos turísticos dirigidos a cubrir las necesidades de los prestadores turísticos entre las que se destaca la promoción de la parroquia para incrementar el flujo de visitantes, logrando obtener beneficios como la generación de plazas de trabajo y consecuentemente la mejora de la calidad de vida de los habitantes locales.
- El producto propuesto debe cubrir todas las preferencias expresadas por el segmento potencial y estar ajustado a su perfil de compra. Además, se debe estudiar constantemente su comportamiento y estar a la vanguardia de las nuevas tendencias turísticas.
- Para el estudio técnico se recomienda a futuro diversificar la oferta a fin de fidelizar al cliente y captar nuevos segmentos de mercado y de esta formar asegurar su supervivencia en la industria turística la cual se encuentra en constante cambio.
- Para la realización del estudio ambiental se requiere la asesoría de un especialista en el área, especialmente en la valoración de impactos a fin

de no sobrevalorar las interacciones generadas por la idea de negocio que podrían afectar la viabilidad del proyecto.

- En el estudio económico es necesario efectuar la búsqueda de las tasas de interés en diferentes entidades financieras con el propósito de seleccionar la alternativa más accesible para el proyecto, a más de incrementar el número de accionistas para disminuir la dependencia del capital financiado y alcanzar mayor rentabilidad.

## 11. Bibliografía

- Aguilar, M. (2015). *estudio de factibilidad para implementar el agroturismo en la Hacienda La Magdalena de Chigua, perteneciente al Cantón Latacunga*. Tesis de pregrado, ESPE. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10555/1/T-ESPEL-ITH-0030.pdf>
- Andrade, M., & Ullauri, N. (2015). *Historia del agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador*. Obtenido de Pasos online: [https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/16247/PS\\_13\\_5%20\\_%282015%29\\_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR273awlhQtbcKC U0KoJ97L2p1S1O9M7wf4l0fsMeVtqfSTXsz3nrFHzR5E](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/16247/PS_13_5%20_%282015%29_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR273awlhQtbcKC U0KoJ97L2p1S1O9M7wf4l0fsMeVtqfSTXsz3nrFHzR5E)
- ARCSA. (2020). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de [controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/](http://controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/)
- Arroyo, M. (2018). *Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manab.* Obtenido de Revista RECUS: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>
- Audiovideo INFOP (Dirección). (2016). *Limpieza de la habitación hotelería INFOP* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=NIZryd04A8o>
- Ayala, C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la Parroquia San José de Quichinche, Cantón Otavalo, provincia de Imbabura*. Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/02%20ICO%20601%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Báez, D. (2017). *La oferta de servicios turísticos y hospedaje y su incidencia en el desarrollo del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura*. Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6775/1/02%20TUR%200043%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Bernal, S. (2017). *Inteligencia de mercados*. Bogotá: Fondo editorial Areandino. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1363/Inteligencia%20de%20Mercados.pdf?sequence=1>
- Cabezas, E., Diego, A., & Torres, J. (Octubre de 2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1603 - 1617. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Castañeda, J., & Macías, A. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad. Caso: Fabricación y ventas de barras de cereal*. Monografía, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/128d/bd6c07e60184499805b6a1f0e5435df3fcee.pdf>
- Castellanos, L. (2016). Desarrollo rural: Caso Vereda Requilina en la localidad de Usme, Bogotá Colombia. *Chakiñan*(1), 93-100. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-67222017000300093](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222017000300093)
- Castelo, J., Cevallos, D., Zambrano, R., & Zambrano, J. (2015). *Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el cantón Milagro, Ecuador*. Obtenido de Revista ciencia UNEMI: <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/download/628/493/>
- Constitución del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Obtenido de Asamblea General: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Corral, Y., Corral, I., & Franco, A. (2015). Procedimientos de muestreo. *Revista Ciencias de la Educación*, 26(46), 151-167. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/46/art13.pdf>
- Cuerpo de Bomberos Cotacachi. (2020). *Permiso*. Obtenido de <https://bomberoscotacachi.gob.ec/>
- De la Maza, C. (2007). En manejo y conservación de recursos forestales. *Revistas Académicas de la Universidad de Chile*, 579-609. Obtenido de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120397/Evaluacion\\_de\\_Impactos\\_Ambientales.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120397/Evaluacion_de_Impactos_Ambientales.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, C. (15 de enero de 2019). Ciencia básica, aplicada y técnica en criminología. El camino a la especialización. *Archivos de criminología, seguridad privada y criminalística.*, 35 - 45. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6826780>
- Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Publicando*(13), 172-188. Obtenido de [https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf\\_604](https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604)

- Escobar, C. (2018). *Influencia del dominio del idioma inglés en la satisfacción del turista extranjero que visita los establecimientos turísticos de la ciudad de Otavalo, Ecuador*. Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8293/1/02%20TUR%200078%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Español, I. (2016). *Evaluación del impacto ambiental. Fundamentos*. España: Dextra. Obtenido de [https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130768?fs\\_q=Evaluaci%C3%B3n\\_de\\_impactos&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130768?fs_q=Evaluaci%C3%B3n_de_impactos&prev=fs)
- Fernández, F. (2017). *Estudio de Mercado: Guía para la elaboración de un estudio de mercado*. Lulu. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yuskDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=proceso+estudio+de+mercado&ots=fGwgahx3J\\_&sig=dp6asGBGXcK75rt5Fulm-R0\\_\\_PM#v=onepage&q=proceso%20estudio%20de%20mercado&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yuskDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=proceso+estudio+de+mercado&ots=fGwgahx3J_&sig=dp6asGBGXcK75rt5Fulm-R0__PM#v=onepage&q=proceso%20estudio%20de%20mercado&f=false)
- Fresno, C. (2019). *Metodología de la investigación. Así de fácil*. Córdoba: El Cid Editor. Obtenido de <https://www.dheducacion.com/wp-content/uploads/2019/02/Methodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n-as%C3%AD-de-f%C3%A1cil.pdf>
- GAD Cotacachi. (2015). *Actualización del plan de desarrollo de ordenamiento territorial del cantón Cotacachi 2015-2035*. Obtenido de GAD Cotacachi: [www.cotacachi.gob.ec › component › phocadownload › category](http://www.cotacachi.gob.ec/component/phocadownload/category)
- GAD Cotacachi. (27 de junio de 2016). *Licencia Anual de Funcionamiento para Establecimientos Turísticos del Cantón Cotacachi*. Obtenido de <http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/2012-03-23-03-02-16/licencia-anual-de-funcionamiento-de-establecimientos-turisticos-del-canton-cotacachi>
- GAD Cotacachi. (2015 de enero de 2017). *Permiso de construcción*. Obtenido de <http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/2012-03-23-03-02-16/permisos-de-construccion>
- GAD Parroquial de Apuela. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia rural de Apuela*. Obtenido de Prefectura de Imbabura: <http://www.imbabura.gob.ec/index.php/componente-territorial/instrumentos-de-planificacion/pdot-parroquial/file/510-pdot-apuela>
- García, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de turismo*(15), 113-133. Recuperado el 14 de julio de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=398/39801507>

- García, P. (25 de julio de 2018). *En la Cocina*. Obtenido de <https://enlacocina.telemesa.es/marketing-restaurantes/como-servir-en-la-mesa-de-tus-clientes-correctamente/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Apuela. (25 de julio de 2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Obtenido de <https://www.imbabura.gob.ec/index.php/componente-territorial/instrumentos-de-planificacion/pdot-parroquial/file/510-pdot-apuela>
- Gomez, V. (2019). *Matriz de Leopold: para qué sirve, ventajas, ejemplos*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/matriz-de-leopold/>
- Guerra, J. (2015). *Análisis de factibilidad para la creación de una hostería ecológica en el Cantón Colta, Provincia del Chimborazo*. Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/3901/1/23T0443%20.pdf>
- H. Congreso Nacional. (29 de diciembre de 2017). *Ley de compañías*. (R. O. 312, Ed.) Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Hirache, L. (2013). El flujo de caja como herramienta financiera. *Actualidad Empresarial*(277), 5-7. Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/read/14670602/iv-el-flujo-de-caja-como-herramienta-financiera-revista-actualidad->
- Izar, J. M. (2016). *Gestión y evaluación de proyectos*. Ciudad de México: Cengage Learning Editores.
- Junta de Andalucía . (2017). *Estrategias para la fijación del precio: Nuevos precios para nuevos mercados*. Obtenido de Andalucía emprende: <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/Estrategias-para-la-fijaci%C3%B3n-de-precios.pdf>
- Kloter, P., Bowen, J., Makens, J., García, J., & Flores, J. (2015). *Marketing Turístico* (Sexta ed.). Madrid: Pearson.
- Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). *Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo*. Obtenido de Scielo: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>
- Layme, R. (2019). *PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Obtenido de Revista Ciencia & Desarrollo: <https://doi.org/10.33326/26176033.2005.9.159>

- Ley de Turismo. (24 de diciembre de 2014). Obtenido de Congreso Nacional: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- López, A., & Lankenau, D. (2017). *Administración de proyecto, la clave para la coordinación efectivade actividades y recursos*. Ciudad de México: Pearson Educación México.
- López, M. F. (2017). *Agenda estratégica en agroturismo y potencial turístico de la Comunidad Chilcapamba*. Tesis de maestría, Univesidad Técnica del Norte, Cotacachi. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6772/1/PG%20499%20TESIS.pdf>
- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: definición, propiedad intelectual e industria. *Cienciamerica*, 34 - 39. Obtenido de <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/30/23>
- Maeza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Eco Ediciones. Obtenido de [https://books.google.es/books?id=CK9JDwAAQBAJ&dq=seleccion+de+tecnologia+estudio+tecnico&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=CK9JDwAAQBAJ&dq=seleccion+de+tecnologia+estudio+tecnico&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Manzano, I. (2018). *La importancia de los establecimientos turísticos para la creación de un destino rural sostenible*. Obtenido de Almanatura: [shorturl.at/osHL1](http://shorturl.at/osHL1)
- Mas, L. (2013). *“Diseño de un proyecto de agroturismo para La Solana en Bélgida (Valencia, España)*. Gandia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/34972/memoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mauro, B., & Oliveira, L. (24 de mayo de 2016). Agroturismo: cultura e identidade agregando renda no espaço rural . *Revista de Turismo Contemporâneo*, 23-44. Obtenido de <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/7682/6959>
- Mendieta, G. (2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. *Investigaciones Andina*, 17(30), 1148-1150. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2390/239035878001.pdf>
- Meza, J. d. (2017). *Evaluación financiera de proyectos* (Cuarta ed.). EcoEdiciones.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Proyecto “Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador” 2017-2021*. Obtenido de Ministerio de Turismo. (2017). Proyecto “Innovación de

Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador” 2017-2021. Recuperado de Ministerio de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf>

Ministerio de Turismo. (octubre de 2017). *Proyecto: Innovación de producto, mercadeo estratégico y promoción turística del destino Ecuador 2017-2021*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo. (mayo de 2018). *Reglamento de de alojamiento turístico*. Obtenido de <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (22 de mayo de 2019). *Ecuador y Francia firmaron acuerdo paea potenciar el turismo entre ambos países*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-y-francia-firmaron-acuerdo-para-potenciar-el-turismo-entre-ambos-paises/>

Miranda, A., & Isaac, C. (2016). *Redes sociales: herramienta de marketing internacional en el sector hotelero*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n31/1870-9036-eps-31-00012.pdf>

Mora, F. (2015). *Proyecto de agroturismo como alternativa de turismo rural en la Hacienda Italia Esperanza, Provincia de Los Ríos*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7821/1/Tesis%20Ana%20Pav%20Alvarez.pdf>

Moreno, P. (2009). *Estudio de factibilidad para la implementación del agroturismo en la Finca La Vertiente, parroquia de García Moreno, provincia de Imbabura*. Tesis de grado, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Obtenido de <http://192.188.51.77/handle/123456789/20631>

National Geographic . (30 de abril de 2020 ). *Las claves del turismo post covid-19*. Obtenido de [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus\\_15469](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469)

Ordenanza sustitutiva para la protección de la calidad ambiental en lo relativo a la contaminación por desechos no domésticos. (2014 de febrero de 2014). Obtenido de GAD Cotacachi: [file:///C:/Users/USER/Downloads/CALIDAD%20AMBIENTAL%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/CALIDAD%20AMBIENTAL%20(1).pdf)

- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., & Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>
- Padua, J. (2018). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económico. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=1g9jDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Peña, M. (2017). *Modelo para el análisis de factibilidad de proyectos en entornos de incertidumbre*. Tesis doctoral, Universidad de las Ciencias Informáticas, La Habana.
- Pérez, K., & Noé, A. (2019). Agroturismo cañero en Fortín de las Flores, Veracruz. *Trayectorias Año 21(49)*, 28-48. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7107806>
- Periódico Intag. (2011). *ALTERNATIVA DE DESARROLLO EN ARMONÍA CON EL MEDIO AMBIENTE*. Obtenido de <https://www.intagnewspaper.org/articulos/red-ecoturistica-de-intag>
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. (22 de septiembre de 2017). Obtenido de Consejo Nacional de Planificación: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- PLANDETUR. (26 de septiembre de 2007). Obtenido de Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Portal único de trámites ciudadanos. (26 de mayo de 2020). *Inscripción de Constitución de Compañías o Sociedades*. Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Portal único de trámites ciudadanos. (29 de junio de 2020). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Prefectura de Imbabura. (2015). *Actualización al plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de IMBABURA 2015-2035*.

Obtenido de Sistema Nacional de Información: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001\\_PDOT%20IMBABURA%202015-2035\\_SIGAD\\_15-08-2015\\_22-50-42.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001_PDOT%20IMBABURA%202015-2035_SIGAD_15-08-2015_22-50-42.pdf)

Ramírez, E. (2014). Agrecoturismo: aportes para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano. *Anuario Turismo y Sociedad*, 223-236. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/download/4225/4865?inline=1>

Reglamento General a la Ley de Turismo. (22 de enero de 2015). Obtenido de Congreso Nacional: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Reglamento General a la Ley de turismo. (22 de enero de 2015). Registro Oficial 244. Ecuador.

Reglamento General de Actividades Turísticas. (16 de septiembre de 2011). Obtenido de Congreso Nacional: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>

Renda, A., & Teotónio, I. (04 de octubre de 2017). Alojamiento turístico en espacio rural. La percepción de los emprendedores. 845-863. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919005.pdf>

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1 - 26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta metodológica*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Qs9XDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=evaluaci%C3%B3n+de+competidores+empresas+&ots=6huJylCBXn&sig=d9hBcZOIQ999pfdEe5fW\\_G-k3Rk#v=onepage&q=evaluaci%C3%B3n%20de%20competidores%20empresas&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Qs9XDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=evaluaci%C3%B3n+de+competidores+empresas+&ots=6huJylCBXn&sig=d9hBcZOIQ999pfdEe5fW_G-k3Rk#v=onepage&q=evaluaci%C3%B3n%20de%20competidores%20empresas&f=false)

Romero, H., Ñaupas, H., Pañacios, J., & Valdivia, M. (2018). *Metodología de la investigación. Cualitativa- cuantitativa y redacción de tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.

Sánchez, D. (2014). *Métodos de evaluación de impacto ambiental*. Obtenido de [http://blog.uclm.es/davidsanchezramos/files/2013/12/7\\_MEIA\\_II-Resumen.pdf](http://blog.uclm.es/davidsanchezramos/files/2013/12/7_MEIA_II-Resumen.pdf)

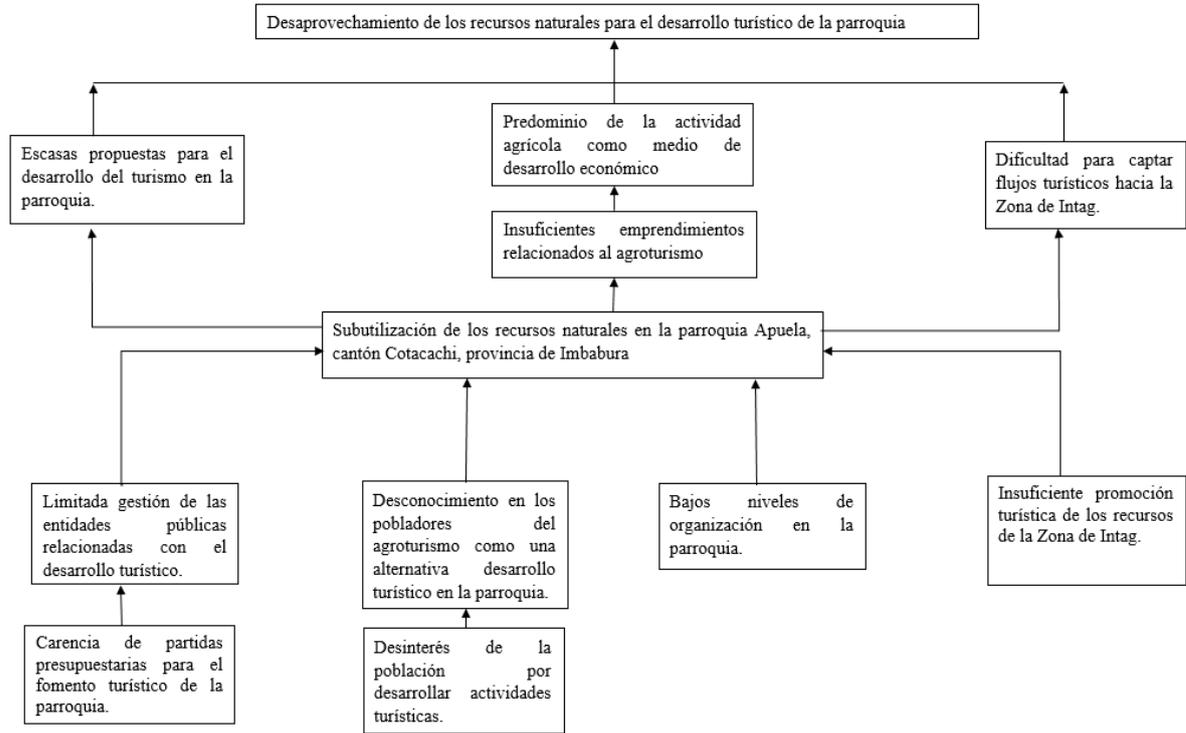
- Sbrato, V., Sbarato, D., & Ortega, J. (2016). *Los estudios de impacto ambiental* (Primera ed.). Córdoba: Encuentro Grupo Editor. Obtenido de [https://elibro.net/es/ereader/utnorte/77039?fs\\_q=Impactos\\_\\_leopold&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/utnorte/77039?fs_q=Impactos__leopold&prev=fs)
- Schenkel, E. (2019). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. *Reflexiones*, 98(2), 129-140. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/reflexiones/v98n2/1659-2859-reflexiones-98-02-129.pdf>
- SENADI. (15 de junio de 2020). *registro de Marcas de Productos y servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (25 de mayo de 2018). *según enAccesibilidad de las personas al medio físico*. Obtenido de <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-3141-DORMITORIOS-Y-HABITACIONES-ACCESIBLES.pdf>
- Tigre, L. (2017). *Identificación de aspectos ambientales y evaluación de impactos ambientales*. Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27207/1/Tesis.pdf>
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, K., & Merlon, .. (2019). *Investigación cualitativa*. Ibarra: Editorial Universidad Técnica del Norte .
- Universidad Señor de Sipan (Dirección). (2017). *Proceso check out* [Película]. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=GAKJvGym\\_n0](https://www.youtube.com/watch?v=GAKJvGym_n0)
- Universidad Señor de Sipan (Dirección). (2017). *Proceso de check in* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=Z7wsJxgfjPA>
- Vasquez, E., & Mota, S. (2017). *El agroturismo y como se relaciona con el desarrollo turístico en el Distrito de Huayllabamba, Provincia de Urubamba, en el Departamento de Cusco*. Obtenido de Logos: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/view/1424/1394>
- Vergara, K., & Arias, N. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecoturística ubicada en la Zona de Intag, parroquia Apuela, cantón Cotacacji, provincia de Imbabura*. Tesis pregrado. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7059/1/02%20ICO%20621%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Villagrán, M. (2015). *Estudio de factibilidad para la implementación del centro de interpretación del patrimonio cultural y natural de Yahuarcocha*,

*Cantón Ibarra, Provincia Imbabura.* Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4239/1/23T0468%20.pdf>

- Vinasco, M. (2016). *Propuesta de una metodología para el desarrollo de un modelo de agroturismo sostenible en espacios protegidos. Aplicación al Parque Natural del Corredor Biológico Guacharos-Puracé (Colombia).* Tesis doctoral, Universidad Católica de Ávila, Pitalito. Obtenido de <https://ucav.odilok.es/opac/?id=00046061#fichaResultados>
- Vinasco, M. (2017). *Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario.* Obtenido de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1841/2060>
- Wahren, J., & Schwartz, A. (2015). Disputas territoriales en el Valle de Intag en Ecuador: de la resistencia social contra la mega-minería a la creación de alternativas al desarrollo. *NERA*(28), 149-164. Obtenido de <http://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/viewFile/3996/4157>
- Zambrano, J., Zambrano, R., Mieles, D., & Castelo, J. (2017). Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el Cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(25), 103-110. Obtenido de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/628/493>

## Anexos

### Anexo A Árbol de problemas



### Anexo B Ficha de evaluación de destinos

 <span style="float: right;">  </span>											
FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO											
1. DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8. DESTINOS CERCANOS				
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO											
10. DATOS RELEVANTES											
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACION ECONOMICA MENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE		
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
		ESCALERAS	COOPERATIVAS	COOPERATIVAS DE			MERCADOS				

### Anexo C Modelo de encuesta



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE CARRERA DE TURISMO



### Cuestionario de encuesta

Estimado (a) participante

El presente cuestionario tiene como propósito conocer las preferencias y gustos de los clientes potenciales para la implementación de una hacienda turística en la parroquia Apuela.

Solicitamos comedidamente responda a cada enunciado de manera fidedigna y sincera. La encuesta es de carácter anónimo.

#### 1. Género

- ( ) Masculino
- ( ) Femenino
- ( ) LGTBI

#### 2. Nacionalidad

Extranjero ( ) País .....

Nacional ( ) Provincia..... Cantón .....

#### 3. Edad

- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51-64
- Más de 65

#### 4. Instrucción

- Primaria
- Secundaria
- Estudios de tercer nivel
- Estudios de cuarto nivel
- Ninguno

#### 5. Ocupación

- Empleado público
- Empleado privado

- Negocio propio
- Estudiante
- Quehaceres domésticos

**6. Indique cuáles son sus ingresos**

- Menos de \$400
- \$401-\$900
- \$901-\$1400
- \$1401- \$1900
- Más de \$1900

**7. ¿En el último año qué lugares visitó?**

- Sol y playa
- Comunidades y/o zonas rurales
- Montañas y páramos
- Ciudades capitales de provincia
- Balnearios
- Otros

**8. ¿Cuántas veces al año viaja a Intag?**

- Es su primera vez
- 1-2 veces
- 3-4 veces
- Más de 5 veces

**9. ¿Su último viaje a Intag lo realizó en compañía de?**

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos
- Grupo institucional (empresa, estudios, entre otros)

**10. ¿Qué parroquia de Intag visitó?**

- Apuela
- García Moreno
- Peñaherrera
- Vacas Galindo
- Plaza Gutiérrez
- Cuellaje

**11. ¿En el lugar que señaló anteriormente, qué actividades realizó?**

- Deportes de aventura
- Actividades culturales
- Visitas a cascadas y ríos
- Gastronomía
- Alojamiento
- Recorridos turísticos por cultivos de café
- Visitas familiares
- Festividades

**12. ¿Qué otras actividades le gustaría realizar? Puede señalar más de una opción.**

- Observación de aves
- Caminatas
- Agroturismo (visita por los cultivos)
- Turismo comunitario

**13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en un establecimiento que ofrezca las actividades que anteriormente seleccionó?**

- Menos de un día
- Un día
- Dos días
- Más de tres días

**14. ¿Para el servicio de alojamiento qué preferiría?**

- Cabañas de madera
- Cabañas de hormigón
- Cabañas mixtas
- Camping

**15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por la opción que señaló anteriormente?**

- \$15-\$25
- \$26-\$35
- \$36-\$45
- \$46-\$55
- Más de \$55

**16. ¿Qué tipo alimentación le gustaría que se ofrezca?**

- Gastronomía típica (caldo de gallina criolla, trucha, fritada)
- Platos a la carta
- Menú del día

**17. ¿De cuál de los siguientes productos le gustaría conocer todo el proceso de cultivo?**

- Café
- Frutas
- Yuca
- Cabuya

**18. ¿Con qué otras actividades turísticas de la Zona de Intag le gustaría complementar el agroturismo?**

- Deportes de aventura
- Observación de aves
- Balnearios
- Turismo comunitario
- Turismo gastronómico
- Turismo de naturaleza
- Turismo cultural

**19. ¿Por qué medios le gustaría conocer sobre los productos que se va a ofertar?**

- Redes sociales
- Página web
- Correo electrónico
- Volantes
- Agencias de viajes

**¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!**

**Anexo D Modelo de entrevista**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
CARRERA DE TURISMO**



**Cuestionario de entrevista**

**Entrevista para las autoridades del GAD Cantonal Cotacachi y GAD Parroquial Apuela**

1. ¿Cómo se encuentra el desarrollo turístico de Apuela?
2. ¿Cuáles son las principales debilidades del sector turístico en la parroquia?
3. ¿Cuáles son las gestiones que el GAD está realizando para tratar estas debilidades?
4. ¿Qué proyectos desde el GAD Cantonal relacionados al turismo se realizan en la parroquia?
5. Tras los reconocimientos que ha tenido la provincia como Geoparque y Cotacachi como Pueblo Mágico ¿cuáles han sido los aportes que se han desarrollado para el turismo en la parroquia?
6. ¿Cuenta Apuela con una partida presupuestaria para el desarrollo turístico?
7. ¿Se realizan proyectos que fomenten los emprendimientos turísticos?
8. ¿Se ha desarrollado proyectos que fomenten la creación de productos agroturísticos?

9. ¿La actividad minera ha afectado al flujo turístico?
10. ¿Qué acciones se llevan a cabo para el cuidado y protección de los recursos turísticos?
11. ¿Conoce si instituciones externas a la parroquia sean públicas o privadas están interesadas en fomentar el agroturismo?

**Entrevista a establecimientos que prestan servicios de alojamiento/restauración.**

1. ¿En el último año cómo ha sido el incremento de los turistas?
2. ¿Cuántas personas trabajan para su establecimiento?
3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?
4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?
5. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?
6. ¿Qué tipo de servicios oferta?
7. ¿Cuáles son los precios de estos servicios?
8. ¿Entre sus servicios ofrece actividades relacionadas al agroturismo?
9. ¿Qué servicios turísticos considera que se debe implementar con base a las exigencias de los turistas?
10. ¿Por qué medios realiza publicidad de la empresa?
11. ¿Trabaja con agencias de viajes?
12. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
13. ¿Ha recibido la empresa apoyo por parte de las entidades públicas?

**Entrevista a la Asociación Agroartesanal de Caficultores Río Intag**

1. ¿Qué aceptación ha tenido la iniciativa agroturística por los turistas?
2. ¿Cuál es el flujo mensual de turistas que visitan la ruta agroturística el café?

3. ¿Mayoritariamente los turistas son nacionales o extranjeros?
4. ¿Cuáles son las principales debilidades de la ruta?
5. ¿Qué beneficios se ha obtenido tras la implementación de esta ruta agroturística?
6. ¿Qué actividades desarrollan durante el recorrido por la ruta?
7. ¿Cuál es el precio por la ruta agroturística?
8. ¿Se ha considerado diversificar la ruta incorporando cultivos de otros productos agrícolas de la localidad?
9. ¿Ha recibido la asociación apoyo en la actividad por parte de las entidades públicas?
10. ¿Considera que los miembros de la asociación estén dispuestos a articularse con empresas que fomenten el agroturismo en el cual uno de sus principales productos sea el café?

### Anexo E Cálculo de la muestra en Survey Monkey



The image shows the SurveyMonkey sample size calculator interface. It features a header with the SurveyMonkey logo and a hamburger menu icon. Below the header, there are three input fields for configuring the calculation: 'Tamaño de la población' (Population size) with a value of 25000, 'Nivel de confianza (%)' (Confidence level) with a dropdown menu set to 95, and 'Margen de error (%)' (Margin of error) with a value of 5. Below these fields, the calculated 'Tamaño de la muestra' (Sample size) is displayed in large green text as 379.

Parameter	Value
Tamaño de la población	25000
Nivel de confianza (%)	95
Margen de error (%)	5
Tamaño de la muestra	379

## Anexo F Ficha técnica de diagnóstico

 Ministerio de Turismo.		Ministerio de Turismo						Ficha de diagnóstico turístico del	
1.DESTINO	2. CLIMA	3.TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Apuela	Tropical	10 °C – 20°C	1500 mm - 3000 mm	1.600 y 2.000 msnm	0.357558	-78.511423	Complejo Turístico Nangulví		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>Apuela se encuentra en la Zona de Intag, parroquia rural del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura, formada por 8 comunidades: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí y La Colonia. Esta parroquia constituye el punto de comercio de la zona, pues a este lugar se dirigen las demás parroquias y caseríos, como principal actividad económica está la agricultura especialmente de café y frutas como naranja, plátano, guaba y granadilla, siendo esta última la de mayor predominio, seguido a esta actividad se encuentra la ganadería y pesca. Posee diferentes zonas de vida que la hacen un lugar propicio para el desarrollo de actividades ecoturísticas.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
21857,91 hectáreas – 218,57 Kilómetros cuadrados	Al norte: la parroquia rural Imantag. Al oriente con la parroquia rural Imantag. Al sur con la parroquia	1824 habitantes (Censo, 2015)	882	48 %	942	52 %	599 personas que representa el 33%	EGB: 70,80%	Mestiza

rural Plaza Gutiérrez. Al sur poniente con la parroquia rural Peñaherrera. Al norte poniente con la parroquia rural Cuellaje.										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### 11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
92.21%	51,95%	25,54%	21,86%	x	25,54%	85%	x	15,70%	15%	Los datos que marcan un x son con los que no cuenta la parroquia

### 12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)

TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES /CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
4	0	3	1	1	2	0	1	0	3	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			

				NO				
1	0	0	0	1	1	0	1	

### 13. ASENTAMIENTOS HUMANOS

Los asentamientos humanos de la parroquia se encuentran organizados en tres grupos:

-Cabecera parroquial: presenta la mayor concentración poblacional.

-Comunidades: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí y la Colonia.

-Comunas: La Playa y Cristopamba.

### 14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

#### 11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Cotacachi	Asfaltada/bueno	1h30	Bus público	2,50
Otavaló	Asfaltada/bueno	1h30	Bus público	2,50
Selva Alegre	Asfaltada/bueno	2h00	Bus público	2,50

### 15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA

DISTANCIA (KM)	QUITO	OTAVALO	COTACACHI	OTROS	OBSERVACIONES
	142km	54km	50km		

### 16. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

#### 17.1 NATURALES

#### 17.2 CULTURALES

Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Río Apuela	1	x				Proceso Agrícola del Café Río Intag	1		x		
						Fiestas patronal	1	x			

						es del Señor de Intag					
						Cara de Dios Apuela	1	x			
						Fiestas de parroquialización	1		x		
17. SERVICIOS TURÍSTICOS											
17.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES				
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas					
			Cabañas Flor de la Montaña	12	Restaurante Apuela	70					
			Cabañas Pradera Tropical	15	Asadero el Fogón	50					
			Residencial El Fogón	15	Café y restaurante Sol y mar	40					
			Residencial Sinaí	26	El Comedor de Martita	30					
18. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO											
18.1 TIPO SEÑALIZACIÓN	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES						
	Si	1	Cuicocha	Malo							

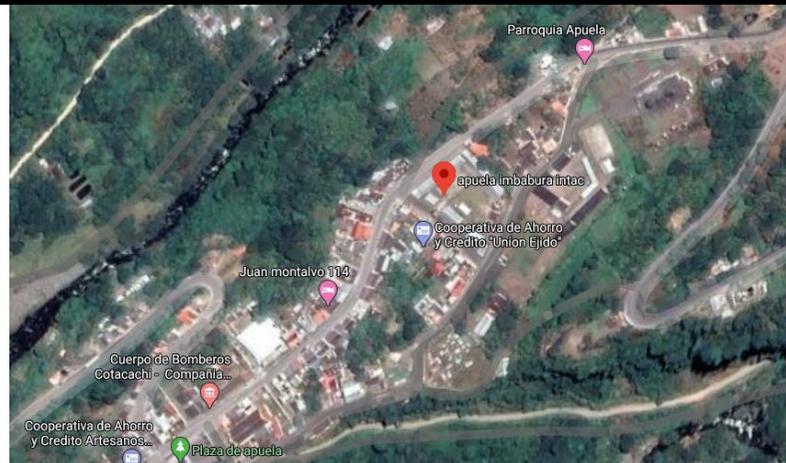
SEÑALÉTICA	No				
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Si	1	Centro de la parroquia	Regular	
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	No				
CENTRO DE FACILITACIÓN SENDEROS	No				
MIRADORES	Si	5	La Esperanza, La Colonia, Puranquí, Irubí, Cabecera parroquial	Regular	
OTROS					
<b>19. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN</b>					
<b>19.1 TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TEMPORALIDAD</b>	<b>LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD</b>	<b>19.2 OBSERVACIONES</b>	
TUR. DE NATURALEZA	1	Todo el año	Río Apuela		
TURISMO COMUNITARIO	3	Julio-agosto	Irubí		
TURISMO RELIGIOSO	1	03 de mayo	Cabecera parroquial		
TURISMO DE DEPORTES	1	Julio-agosto	Río Apuela		
FESTIVIDADES	1	27-29 de julio	Cabecera parroquial		
OTROS					
<b>20. PRINCIPALES NECESIDADES</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>MARCA R</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>			
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	x	Insuficiente señalización turística que permita acceder al destino con facilidad.			
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	x	Inexistencia de señalética informativa y preventiva			
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	x	Carencia de gasolineras, servicios higiénicos, entre otros.			
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	x	Escasos procesos de capacitación destinados a los prestadores de servicios turísticos.			
OTROS					
<b>23.1 OBSERVACIONES</b>					

--	--

**21. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS**

FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
PDOT Apuela	Gubernamental	2015-2019	4	
Catastro de atractivos turísticos del GAD de Cotacachi	Gubernamental	-	-	
Plan de Desarrollo Turístico para la parroquia Apuela	Tesis	2015	4	

**22. MAPA**



Fuente: Google maps

## Anexo G Análisis Urkund



### Document Information

---

**Analyzed document** Tesis Simbaña, Tituaña.pdf (D82341537)  
**Submitted** 10/21/2020 9:47:00 PM  
**Submitted by**  
**Submitter email** djsimbanai@utn.edu.ec  
**Similarity** 8%  
**Analysis address** vgruiz.utn@analysis.orkund.com

### Sources included in the report

---

<b>W</b>	URL: <a href="https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf">https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf</a> Fetched: 10/21/2020 9:48:00 PM	 5
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7821/1/Tesis%20Ana%20Pav%C3%B3n%20Alv...">http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7821/1/Tesis%20Ana%20Pav%C3%B3n%20Alv...</a> Fetched: 10/21/2020 9:48:00 PM	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/viewFile/3996/4157">http://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/viewFile/3996/4157</a> Fetched: 10/21/2020 9:48:00 PM	 3
<b>W</b>	URL: <a href="http://192.188.51.77/handle/123456789/20631">http://192.188.51.77/handle/123456789/20631</a> Fetched: 10/21/2020 9:48:00 PM	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6772/1/PG%20499%20TESIS.pdf">http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6772/1/PG%20499%20TESIS.pdf</a> Fetched: 10/21/2020 9:48:00 PM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2683/1/Tesis%20de%20Se%C3%B1a...">https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2683/1/Tesis%20de%20Se%C3%B1a...</a> Fetched: 7/21/2020 12:07:10 AM	 2