

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



**“FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE  
ALOJAMIENTO EN LA HACIENDA AGRÍCOLA TAJAMAR EN TUPIGACHI,  
PEDRO MONCAYO - ECUADOR”**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciadas en Turismo

**AUTORAS:**

Daza Quilumba Daniela Alejandra

Oña López Faye Alejandra

**DIRECTOR:**

Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo MSc.

Ibarra, 2023

## APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo, Director del Trabajo de Grado  
“FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE  
ALOJAMIENTO EN LA HACIENDA AGRÍCOLA TAJAMAR EN TUPIGACHI,  
PEDRO MONCAYO - ECUADOR” de autoría de las señoritas: Daza Quilumba Daniela  
Alejandra, con cédula de ciudadanía número 040178366-7; y, Oña López Faye Alejandra,  
con cédula de ciudadanía número 175456203-9, 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 realicen los trámites consiguientes.



.....  
**MSC. Oswaldo Echeverría**

**C.C. 171364266-6**

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



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040178366-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Daza Quilumba Daniela Alejandra		
DIRECCIÓN:	San Marcos de Mira		
EMAIL:	dadazaq@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062280799	TELÉFONO MÓVIL:	0967115884

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA HACIENDA AGRÍCOLA TAJAMAR EN TUPIGACHI, PEDRO MONCAYO – ECUADOR"
AUTOR (ES):	Daza Quilumba Daniela Alejandra; Oña López Faye Alejandra
FECHA: DD/MM/AAAA	25/05/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Fabio Elton Cruz Góngora / MSc. Galo Oswaldo Eceverría Cachipundo

#### 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 los 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 28 días del mes de junio de 2023

EL AUTOR:

  
.....  
Daniela Alejandra Daza Quilumba



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

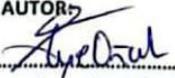
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	175456203-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Oña López Faye Alejandra		
DIRECCIÓN:	Cayambe		
EMAIL:	faonal@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	022133024	TELÉFONO MÓVIL:	0997062509

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA HACIENDA AGRÍCOLA TAJAMAR EN TUPIGACHI, PEDRO MONCAYO – ECUADOR"
AUTOR (ES):	Daza Quilumba Daniela Alejandra; Oña López Faye Alejandra
FECHA: DD/MM/AAAA	25/05/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Fabio Elton Cruz Góngora / MSc. Galo Oswaldo Eceverría Cachipundo

#### 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 los 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 28 días del mes de junio de 2023

EL AUTOR:  
  
 .....  
 Faye Alejandra Oña López

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado está dedicado a las nuevas generaciones de profesionales en turismo, deseando que este documento sirva como medio de consulta e investigación sobre los distintos procesos en la gestión de emprendimientos de este sector.

*Daniela Daza, Faye Oña*

## AGRADECIMIENTO

Primeramente, me gustaría agradecer de manera especial y con mucho amor a mi madre que ha sido parte fundamental durante toda mi vida y hoy en día en mi carrera, sin lugar a duda el apoyo más grande en la elaboración de este trabajo. También agradezco a mi compañera desde nivelación y con el transcurrir de estos cuatro años amiga por ser un buen equipo de trabajo. Por último, agradezco a todos mis profesores de la carrera por el conocimiento brindado, un agradecimiento especial a mi director metodológico y a mi docente técnico ya que han contribuido en mi conocimiento y me guiaron a lo largo de la investigación y redacción de este documento.

### *Daniela Daza*

Agradezco de todo corazón a mis padres que han sido el pilar más importante en mi vida, especialmente a mi madre quien me ha sabido guiar y apoyar durante el desarrollo de mi carrera y en el progreso que ha llevado este trabajo de grado. A mi mejor amiga quien siempre ha sabido darme palabras de aliento. También a mi compañera y amiga de tesis por siempre ser responsable, paciente, buena nota y más que todo por haberle puesto dedicación a este trabajo. Y para finalizar a todos los docentes que tuve durante estos grandiosos cuatro años de universidad, en especial a mi director metodólogo y a mi docente tutor técnico que me han orientado a lo largo del proyecto e incentivado a ser mejor.

### *Faye Oña*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	iii
.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO .....	16
1.1. Determinación de la idea de negocio.....	16
1.2. Problema.....	18
1.2.1. Enunciación del problema.....	18
1.2.2. Planteamiento del problema.....	18
1.2.3. Objetivos .....	19
1.2.4. Modelo de negocio .....	20
1.2.5. Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento.....	20
UNIDAD 2. ESTUDIO DE MERCADO .....	23
2.1. Diseño de la investigación.....	23
2.1.1. Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección.....	23
2.1.2. Tipos de muestreo y cálculo de la muestra.....	23
2.1.3. Instrumentos de recolección.....	26
2.1.4. Segmentación de mercado.....	26
2.1.5. Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor .....	28
2.1.6. Análisis de la demanda.....	41
2.2. Análisis de la oferta .....	41
2.3. Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto .....	42
UNIDAD 3. ESTUDIO TÉCNICO .....	43
3.1. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	43
3.1.1. Identificación de la demanda.....	43

3.1.2. Número de clientes proyectados .....	43
3.1.3. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados .....	43
3.2. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto .....	44
3.2.1. Macro localización .....	44
3.2.2. Micro localización .....	44
3.3. Identificación y descripción de los procesos .....	46
3.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio .....	48
3.3.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio .....	49
3.4. Ingeniería del proyecto .....	52
3.4.1. Distribución de la planta .....	52
3.4.2. Requerimientos por áreas .....	67
3.5. Inversión y capital de trabajo .....	81
3.6. Estructura organizativa y administrativa .....	81
3.6.1. Misión .....	81
3.6.2. Visión .....	81
3.6.3. Políticas .....	81
3.6.4. Valores .....	82
3.6.5. Marca e imagen corporativa .....	82
3.6.6. Organigramas .....	85
UNIDAD 4. ESTUDIO AMBIENTAL .....	93
4.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento. ....	93
4.1.1. Descripción .....	93
4.1.2. Introducción .....	93
4.1.3. Objetivos .....	94
4.2. Determinación de la metodología .....	95
4.3. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales. ....	95
4.3.1. Identificación de impactos .....	95
4.3.2. Valoración de Impactos Ambientales .....	96
4.3.3. Determinación de la Magnitud del Impacto .....	97
4.3.4. Determinación del Valor del Índice Ambiental .....	98
4.3.5. Determinación de la Severidad de Impactos .....	100
4.3.6. Estudio línea base .....	101
4.3.7. Evaluación método CRI en base a los componentes (matrices de aplicación) ..	105

4.3.8. Plan de Manejo Ambiental .....	114
4.3.9. Conclusiones del estudio de impacto ambiental .....	115
UNIDAD 5. ESTUDIO FINANCIERO .....	116
5.1. Inversiones y capital de trabajo .....	116
5.1.1. Capital de trabajo. ....	116
5.1.2. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital .....	116
5.2. Estados Financieros Proyectados .....	117
5.2.1. Balance de situación inicial.....	117
5.2.2. Tabla de Amortización .....	118
5.2.3. Costo del capital .....	118
5.2.4. Flujo de caja primer año y proyección a 5 años.....	119
5.2.5. Análisis y Evaluación Financiera.....	121
5.2.6. Punto de equilibrio .....	122
CONCLUSIONES .....	126
RECOMENDACIONES .....	127
BIBLIOGRAFÍA .....	128
ANEXOS .....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Segmentación de mercado .....	27
<b>Tabla 2.</b> Demanda potencial.....	41
<b>Tabla 3.</b> Oferta .....	42
<b>Tabla 4.</b> Demanda insatisfecha .....	42
<b>Tabla 5.</b> Demanda objetiva .....	42
<b>Tabla 6.</b> Habitaciones de la Hacienda Turística Tajamar .....	51
<b>Tabla 7.</b> Menú comida de la Hacienda Turística Tajamar .....	51
<b>Tabla 8.</b> Infraestructura .....	64
<b>Tabla 9.</b> Maquinaria .....	67
<b>Tabla 10.</b> Insumos .....	74
<b>Tabla 11.</b> Inversión .....	81
<b>Tabla 12.</b> Criterios.....	96
<b>Tabla 13.</b> Criterios.....	99
<b>Tabla 14.</b> Factores ambientales .....	101
<b>Tabla 15.</b> Factores Ambientales.....	103
<b>Tabla 16.</b> Factores Culturales.....	103
<b>Tabla 17.</b> Factores Socioeconómicos.....	103
<b>Tabla 18.</b> Construcción y operación .....	104
<b>Tabla 19.</b> Matriz de intensidad de impacto .....	105
<b>Tabla 20.</b> Matriz de extensión del impacto .....	106
<b>Tabla 21.</b> Matriz de duración del impacto .....	107
<b>Tabla 22.</b> Matriz de reversibilidad del impacto .....	108
<b>Tabla 23.</b> Matriz de incidencia del impacto.....	109
<b>Tabla 24.</b> Matriz de magnitud del impacto .....	110
<b>Tabla 25.</b> Matriz de valor de índice ambiental.....	111
<b>Tabla 26.</b> Matriz de severidad de impacto .....	112
<b>Tabla 27.</b> Plan de manejo ambiental .....	114

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Calculadora de la muestra .....	25
<b>Figura 2.</b> Establecimiento .....	28
<b>Figura 3.</b> Precio.....	29
<b>Figura 4.</b> Con quien se hospedó.....	29
<b>Figura 5.</b> Cuántas personas .....	30
<b>Figura 6.</b> Tiempo.....	30
<b>Figura 7.</b> Nivel de infraestructura .....	31
<b>Figura 8.</b> Nivel de infraestructura .....	31
<b>Figura 9.</b> Nivel de infraestructura .....	32
<b>Figura 10.</b> Nivel de infraestructura .....	32
<b>Figura 11.</b> Nivel de infraestructura .....	33
<b>Figura 12.</b> Nivel de infraestructura .....	33
<b>Figura 13.</b> Nivel de importancia servicios complementarios .....	34
<b>Figura 14.</b> Nivel de importancia servicios complementarios .....	34
<b>Figura 15.</b> Nivel de importancia servicios complementarios .....	35
<b>Figura 16.</b> Nivel de importancia servicios complementarios .....	35
<b>Figura 17.</b> Nivel de importancia servicios complementarios .....	36
<b>Figura 18.</b> Aspectos .....	36
<b>Figura 19.</b> Actividades recreativas.....	37
<b>Figura 20.</b> Medios .....	37
<b>Figura 21.</b> Género .....	38
<b>Figura 22.</b> Edad.....	38
<b>Figura 23.</b> Residencia .....	39
<b>Figura 24.</b> Instrucción .....	39
<b>Figura 25.</b> Estado civil.....	40
<b>Figura 26.</b> Ocupación.....	40
<b>Figura 27.</b> Ingresos .....	40
<b>Figura 28.</b> Reserva de las habitaciones .....	46
<b>Figura 29.</b> Reserva restaurante.....	47
<b>Figura 30.</b> Hacienda Tajamar.....	52
<b>Figura 31.</b> Plano hectáreas .....	53
<b>Figura 32.</b> Cabaña máster .....	57

<b>Figura 33.</b> Cabaña máster .....	57
<b>Figura 34.</b> Restaurante .....	59
<b>Figura 35.</b> Restaurante .....	59
<b>Figura 36.</b> Salón de eventos .....	60
<b>Figura 37.</b> Salón de eventos .....	60
<b>Figura 38.</b> Zona húmeda .....	61
<b>Figura 39.</b> Zona húmeda .....	61
<b>Figura 40.</b> Sala de juegos .....	62
<b>Figura 41.</b> Sala de juegos .....	62
<b>Figura 42.</b> Lavandería .....	63
<b>Figura 43.</b> Lavandería .....	63
<b>Figura 44.</b> Logo.....	82
<b>Figura 45.</b> Facebook .....	83
<b>Figura 46.</b> Valla publicitaria .....	84
<b>Figura 47.</b> Uniforme .....	84
<b>Figura 48.</b> Hacienda Tajamar.....	94
<b>Figura 49.</b> Tabla de amortización .....	116
<b>Figura 50.</b> Balance de situación inicial .....	117
<b>Figura 51.</b> Tabla de amortización .....	118
<b>Figura 52.</b> Costo de capital .....	118
<b>Figura 53.</b> Flujo 1 año.....	120
<b>Figura 54.</b> Flujo 10 años .....	121
<b>Figura 55.</b> Tasa interna de retorno .....	121
<b>Figura 56.</b> Valor actual neto .....	122
<b>Figura 57.</b> Punto de equilibrio .....	124
<b>Figura 58.</b> Punto de equilibrio .....	125

**ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo 1.</b> Certificado Turnitin.....	133
<b>Anexo 2.</b> Árbol de problemas .....	134
<b>Anexo 3.</b> Lienzo Canvas.....	135
<b>Anexo 4.</b> Encuesta .....	136

## RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento Hacienda Turística Tajamar, nace en el enfoque de actividades como la agricultura y la ganadería, estas actividades han venido mostrándose de generación en generación; sin embargo, el sector turístico ha tomado gran relevancia en los últimos tiempos, razón por la que la hacienda busca incursionar en este campo, de manera que se complementen y se genere una alternativa productiva; por lo tanto, se este estudio se desarrolla con el fin de determinar si es factible o no el emprendimiento de la Hacienda Turística Tajamar, con servicios de alojamiento, alimentación y varias actividades recreativas relacionadas con la naturaleza y la vida de campo. El entorno en donde se pretende intervenir con el emprendimiento, cuenta con varias de las características necesarias para habilitar una propuesta de hacienda turística. Se identifica la presencia de mercado consumidor interesante, que puede sostener al negocio, siempre que se desarrollen adecuadamente los canales de venta, ya que al desarrollarse en la naturaleza llama la atención a los habitantes de las ciudades grandes y pequeñas más próximas al cantón Pedro Moncayo. Por otro lado, el estudio de impacto ambiental muestra que la mayoría de los impactos analizados llegan a niveles bajos y moderados y en caso de ser necesario estos pueden ser mitigados. Finalmente, en el factor económico financiero se logró encontrar la viabilidad del emprendimiento con un punto de equilibrio al quinto año de haber iniciado. Los resultados preliminares arrojan que es un emprendimiento factible tanto en el ámbito económico como turístico, ya que busca brindar varios servicios llamativos y de calidad y de esta manera los posibles clientes se lleven la mejor experiencia de alojamiento el cual es el producto principal pero también se lleven las mejores experiencias en alimentación y las actividades recreativas al aire libre que complementan a la hacienda.

## ABSTRACT

The undertaking Hacienda Turística Tajamar, was born in the focus of activities such as agriculture and livestock, these activities have been shown from generation to generation; however, the tourism sector has taken great relevance in recent times, which is why the hacienda seeks to venture into this field, so that they complement each other and generate a productive alternative; Therefore, this study is developed in order to determine whether it is feasible or not the undertaking of the Tajamar Tourist Hacienda, with lodging services, food and various recreational activities related to nature and country life. The environment where it is intended to intervene with the project has several of the necessary characteristics to enable a proposal for a tourist hacienda. The presence of an interesting consumer market has been identified, which can sustain the business, if the sales channels are adequately developed, since being developed in nature attracts the attention of the inhabitants of the large and small cities closest to the canton of Pedro Moncayo. The environmental impact study shows that most of the impacts analyzed are low to moderate and can be mitigated if necessary. Finally, in the economic-financial factor, the viability of the project was found with a break-even point in the fifth year after starting. The preliminary results show that it is a feasible enterprise in both the economic and tourism areas, since it seeks to provide several attractive and quality services and, in this way, the potential clients will get the best lodging experience, which is the main product, but also the best experiences in food and outdoor recreational activities that complement the hacienda.

## UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO

### 1.1. Determinación de la idea de negocio

Para establecer una idea de negocio se necesitan varios pasos que permitan analizar y plantear varios puntos que tengan la capacidad de ser comprados entre sí, es decir, mostrar una fase creativa, a continuación, está generación de ideas, siguiendo con la filtración de ideas lo cual implica seleccionar las más adecuadas con respecto a lo que se quiere emprender en este caso, estas ideas tienen que ser maduras con el fin de encontrar una viabilidad. Una de ellas va a tener mayor posibilidad de ser llevada a cabo en un futuro. Por otro lado, para realizar el análisis se toma en cuenta una matriz de valoración que establece puntajes entre varias ideas provenientes de una lluvia de ideas, las cuales se someten a una valoración en escala de 1 a 5 sobre tres variables a considerar: Criterio económico, conocimiento del negocio y proximidad del mercado. (Verónica, s.f).

Ahora bien, el *criterio económico* ayuda a analizar el potencial o la viabilidad que tiene una idea de emprendimiento, es base importante sobre la cual se inicia un proyecto, se incluye también el monto de inversión y este a su vez es analizado con el fin de obtener el alcance o no por parte del emprendedor y por otro lado se analiza si al momento de gastar lo necesario surge un monto de ganancia para recupera lo invertido. (Cámara Oviedo, 2020).

*Conocimiento del negocio* hace referencia a la habilidad del emprendedor frente a la toma de decisiones adecuadas, es decir, cuanto conoce el emprendedor acerca de lo que quiere poner en marcha y como es capaz de enfrentarse en situaciones del día a día y como el emprendimiento genera dinero y tenga una visión a largo plazo. (Fasano, 2021).

*Proximidad del mercado* hace referencia a cuando cerca están los posibles consumidores del producto, se analiza la zona comercial, la densidad de la población, la población por edades, el nivel de renta de los posibles clientes así también su nivel de formación o educación con el fin de llegar a un segmento de mercado mucho más específico. (Anónimo, 2017).

### ***Hacienda Turística Tajamar***

Resultado: 11

El negocio se basa en la implementación del servicio de alojamiento en la Hacienda Agrícola Tajamar con el fin de incluir el sector turístico y se trabaje conjuntamente para generar beneficios tanto para el propio emprendimiento y a la comunidad, a su vez se implementarán actividades de distracción y la experiencia de vivir un día lejos de la ciudad y descansar rodeado de naturaleza en la hacienda, realizando cabalgatas, senderismo, pesca deportiva, yoga, cuidado de animales menores y minigolf.

- **Criterio económico:** El puntaje es de tres, en este caso nos muestra que no es ni fácil ni difícil conseguir el monto de inversión ya que la hacienda se sostiene por si sola y solo se implementaría el alojamiento y se segmentaría el lugar.
- **Conocimiento del negocio:** El puntaje es de 4 debido a que se sabe a cierto rango como se maneja la hacienda, en cuanto a lo del alojamiento estaría por aprender detalle a detalle manejarlo y brindar el mejor servicio.
- **Proximidad al mercado:** El puntaje es de 4 ya que el mercado al que va dirigido es de ciudades cercanas de media y alta economía y extranjeros enviados de los EE. UU.

## **1.2. Problema**

### **1.2.1. Enunciación del problema**

La parroquia Tupigachi, en el cantón Pedro Moncayo, dispone de recursos naturales asociados a un ambiente andino, en un entorno rodeado de montañas, con población que se dedica mayormente a la agricultura y ganadería. En este contexto, se encuentra la hacienda Tajamar, con características que favorecen la intensión de fomentar emprendimientos turísticos. Hasta el momento el lugar dispone de reducida oferta para servicios turísticos de los que se mencionan algunas causas. En el entorno, se identifica una existencia de escasos recursos económicos en la comunidad de Tupigachi, lo que genera que haya cierta dificultad de inversión en servicios de alojamiento, lo que hace que el sector se enfoque en salir adelante con lo poco que generan dejando de lado los proyectos turísticos.

### **1.2.2. Planteamiento del problema**

En la parroquia de Tupigachi se puede decir que la población local radica su economía fuera de los servicios turísticos, por lo tanto, se presenta un disminuido número de personas interesadas en las actividades turísticas, esto resulta en que la localidad radica su actividad económica en la agricultura y ganadería, explotando de una manera diferente los recursos. Por otro lado, se muestra el escaso interés de implementación de actividades para potenciar el turismo, por lo que la población radica sus intereses en la parte agrícola, en otra instancia no interviene el ministerio de turismo en estas actividades para potenciar el sitio. En otro aspecto se considera un desconocimiento del manejo y desarrollo del turismo rural teniendo así un escaso interés en la creación de proyectos de esta modalidad turística que beneficien a la parroquia y al cantón en general. Las causas y efectos mencionados en los anteriores párrafos dan como resultado que se identifique la limitada oferta de servicios de alojamiento y actividades de recreación en el sector de Tupigachi – Pedro Moncayo. Se aspira que, con la ejecución del presente proyecto, se contribuya a la existencia de nuevos emprendimientos que presten servicios en alojamiento y recreación, que esté disponible para la población local y los visitantes, de modo que se incremente los ingresos económicos en el sector. En caso de que el proyecto no se ejecute, la parroquia de Tupigachi, Pedro Moncayo, continuará en condiciones en que los visitantes no dispongan de facilidades para tener una experiencia adecuada en servicios de alojamiento y visitas turísticas. Y continuarán dedicándose a lo que se han dedicado por varios años

### **1.2.3. Objetivos**

#### ***1.2.3.1. Objetivo General***

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación del servicio de alojamiento y actividades recreativas en la Hacienda Agrícola Tajamar en Tupigachi, Pedro Moncayo – Ecuador.

#### ***1.2.3.2. Objetivos Específicos***

Elaborar el modelo de negocio relacionado con el servicio de alojamiento y actividades recreativas.

Evaluar la oferta y la demanda en el sector Tupigachi, mediante un estudio de mercado.

Desarrollar un estudio técnico y administrativo respecto al servicio de alojamiento y actividades recreativas.

Reconocer los posibles efectos del proyecto de servicio de alojamiento y actividades recreativas, mediante un estudio de impacto ambiental.

Determinar la factibilidad del proyecto de implementación de servicios de alojamiento y actividades recreativas, mediante un estudio financiero.

#### **1.2.4. Modelo de negocio**

Un modelo de negocio es un instrumento que por lo general se elabora antes del plan de negocio describiendo lo que este va a ofrecer a los posible clientes, como llegará a ellos y de qué forma se relacionará. De esta manera busca también darle sentido de como un emprendimiento o proyecto va a generar ingresos con los diferentes elementos y relaciones.

Por otro lado, se presenta como modelo de negocio la metodología canvas, esta busca a través de un lienzo estructurar la empresa o la idea de negocio para establecer una propuesta de valor única. (RED LATINOAMERICANA de Cooperación Universitaria , 2018).

La metodología canvas servirá para analizar diferentes factores importantes en el caso de la Hacienda Turística Tajamar, permitirá analizar el negocio desde varias perspectivas como el mercado, producto, canales de distribución del producto, comercialización y también como fundamental mostrarse en constante actualización ya que mientras avanza el tiempo como empresa hay que acoplarse a las nuevas tecnologías y a las nuevas exigencias del posible consumidor. (Ver anexo 3).

#### **1.2.5. Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento**

##### ***1.2.5.1. Modelo de ladrillo y clics***

Este modelo de negocio busca que una empresa combine el canal físico y online, ladrillo y clics tiene una mayor flexibilidad para llegar a los clientes fuera de su área de influencia y les permite contratar el servicio de alojamiento desde la comodidad de su hogar o a su vez de forma presencial. (Cuofano, 2023).

La implementación de este modelo de negocio en la hacienda Turística Tajamar busca brindar comodidades al cliente, en este caso este tendrá la oportunidad de acceder a la contratación del servicio mediante una página online donde podrá ver las instalaciones mediante fotografías que muestren la realidad del emprendimiento, en otra instancia él puede preferir visitar las instalaciones y escoger los servicios por lo que puede observar.

### **1. Segmento de mercado**

El segmento de mercado identifica posibles clientes u organizaciones potenciales de productos o servicios los cuales comparten ciertas características a las que la empresa quiere llegar y servir. Por lo tanto, el presente emprendimiento ha tomado como referencia a turistas

nacionales, con edades comprendidas entre 25 a 55 años, profesionales y personas que le guste el turismo de descanso y ocio en un entorno natural acompañado actividades al aire libre.

## **2. Propuesta de valor**

La propuesta de valor lleva a un cliente a elegir un servicio, resolver un problema o satisfacer las necesidades del cliente. Se ha identificado lo siguiente: Hospedaje, alimentación y recreación con la sensación de estar en casa, junto a la naturaleza, con precios que van de acuerdo con el segmento de mercado que se ha escogido brindándoles tranquilidad y seguridad a los clientes.

## **3. Canales**

Los canales revelan cómo la empresa se comunica con los diversos sectores de mercado para acercarse al cliente, es así como se estableció los siguientes: Facebook, Instagram, TikTok, buscadores de servicios de alojamiento (TripAdvisor, Booking, Expedia, Despegar). De esta manera los clientes tendrán mayor facilidad para adquirir el servicio.

## **4. Relación con los clientes**

En esta parte se describe los tipos de relaciones que tiene una empresa con un segmento específico, basándonos en la propuesta de ladrillo y clics en el que se propone que el cliente tenga acceso a la contratación del servicio de manera online o presencial, prestando un servicio de calidad.

## **5. Fuentes de ingreso**

Las fuentes de ingresos representan cuánto dinero gana la empresa en cada segmento de mercado. Por lo cual se ha tomado en cuenta: alojamiento, restaurante, piscina, salón de eventos, cabalgatas, pesca deportiva, cuidado de animales menores, yoga y golfito. Considerando esto, la forma de pago sería mediante: tarjetas de crédito o débito, efectivo, PayPal, transferencias bancarias (aplicaciones).

## **6. Recursos clave**

Los recursos claves describen los activos más importantes necesarios para que el modelo de negocio de esta empresa sea exitoso. Tal es el caso de persona que se encargue de promocionar el sitio, de mantener la hacienda, personal de cocina, entre otros. Por otro lado,

está la infraestructura, el capital y la tecnología.

### **7. Actividades clave**

Las actividades clave describen las actividades más importantes que una empresa debe hacer para que su modelo de negocio funcione, enfocándose en la hacienda las actividades son: Poner en contacto al cliente de forma indirecta a través de páginas web o redes sociales donde posteriormente se brindará al cliente el contacto directo con la hacienda turística.

### **8. Asociaciones clave**

La asociación clave describe la red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocio sea exitoso y funcione de una mejor manera. Por lo tanto, se toma en cuenta lo siguiente: Hacer un convenio con una distribuidora para obtener todos los meses la comida de los animales al mismo precio, para obtener semillas de las plantas y el pasto que se va a sembrar en la propiedad, obtener fertilizantes a un precio manejable y aceptable. En cuanto a la obtención de herramientas y maquinaria de igual manera establecer un convenio con una empresa que tenga todo lo necesario, siempre y cuando se manejen buenos precios y se tengan beneficios por ser clientes fijos.

### **9. Estructura de costes**

La estructura de costes describe los costos incurridos para administrar el modelo de negocio, se identifica: mantenimiento de los sembríos, comida para animales, víveres, mantenimiento de la hacienda, mantenimiento de páginas web, empleados, servicios básicos, elementos complementarios.

La hacienda, se basa en un emprendimiento de servicio turístico en el que básicamente el cliente puede hacer un recorrido por la hacienda conviviendo con los animales, realizando cabalgatas, recorriendo los senderos, realizando pesca deportiva, clases de yoga, jugar golfito y principalmente disfrutar de las comodidades del alojamiento. Existe la facilidad de que los clientes pueden adquirir la contratación del servicio de manera online y a la vez física acoplándonos a las necesidades de nuestros clientes.

## UNIDAD 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. Diseño de la investigación

#### 2.1.1. Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección

##### *Investigación descriptiva*

Este tipo de investigación como su nombre lo indica se encarga de describir las diferentes características de un fenómeno, sujeto o población que se va a estudiar, esta investigación se limita a observar lo que ocurre, es decir, a mostrar la realidad. La investigación descriptiva suele usarse cuando no se tiene mucha información acerca del propósito a investigar, se realizarse como trabajo previo a una investigación expositiva. (Martínez, 2018). (Castro, Guevara, & Verdesoto, 2020).

Esta investigación se adapta a nuestras necesidades ya que con ella logramos identificar las características en común que tiene nuestros posibles consumidores, descubrir los lugares en los que se encuentran los posibles clientes logrando así obtener la percepción de las personas sobre el servicio que ofrecemos.

#### 2.1.2. Tipos de muestreo y cálculo de la muestra

En este caso el tipo de muestreo utilizado es el no probabilístico, este es un método en el cual la persona que está investigando selecciona muestras subjetivamente en lugar de hacer una selección al azar, es decir, una cierta parte de la población estadística va a ser elegida por conveniencia. Ahora bien, para mayor facilidad al seleccionar muestras de la población se usa el muestreo por conveniencia el cual es una técnica que forma parte del muestreo no probabilístico que permite obtener muestras de población solo porque están convenientemente disponibles para el investigador. (Ortega, 2018). (Westreicher, 2022).

##### *Cálculo de la muestra*

El cálculo de la muestra requiere el uso de una fórmula matemática para obtener datos reales, es así como el cálculo de la muestra permite analizar datos para investigaciones, en este caso investigación descriptiva por lo que es necesario encuestar a un grupo de personas grande, de esta manera representarán a la población total y será mucho más efectivo. Se toman en cuenta datos como: colores, género, edad, entre otros (Qualtrics, 2020). Para llevar

a cabo el análisis de la muestra se necesita de una formula especificada a continuación, pero en este caso se ha necesitado la ayuda de una calculadora online (QuestionPro) para obtener el número de personas que se va a encuestar. (QuestionPro, s.f.).

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

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + 1,96^2 \times p \times q}$$

***Simbología:***

N = población  
n = muestra

p = probabilidad a favor  
q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

<b>Cálculo Muestra</b>		
	Población	Porcentaje
Imbabura	476.257	285754,2
Pichincha	2.576.287	1545772,2
<b>Total</b>	3.052.544	

EDAD	IMBABURA	PICHINCHA
<b>20 – 24</b>	42.447	272.063
<b>25 – 29</b>	37.842	266.620
<b>30 – 34</b>	34.089	253.215
<b>35 – 39</b>	30.899	238.213
<b>40 – 44</b>	27.694	217.849
<b>45 – 49</b>	24.840	190.220
<b>50 – 54</b>	22.216	164.521
<b>55 – 59</b>	19.144	141.752
<b>Total</b>	239.171	1.744.453

	46,42
	338,58
	385,00
	12%
	88%
<b>Total</b>	100%

1.983.624
-----------

**Figura 1.** *Calculadora de la muestra**Demostración del cálculo realizado online para la aplicación de encuestas***Calculadora de muestra**

Nivel de  
Confianza :  95%  99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

Tamaño de  
Muestra:

### 2.1.3. Instrumentos de recolección

**Encuestas:** La técnica de la encuesta ha sido utilizada como un procedimiento de investigación, es una forma de obtener y realizar datos de modo mucho más rápido y eficaz. La encuesta permite averiguar sobre varios temas relacionado de manera directa a varios individuos o grupos con el fin de analizar, creencias, opiniones, pautas de consumo, prejuicios predominantes e intenciones de votos. La encuesta es aplicada en este caso para conocer el segmento de mercado directamente al que se va a dirigir este emprendimiento, obtener resultados como la edad, el género, su nivel de instrucción, entre otros, haciendo mucho más fácil de llevar la investigación y se dirija a un público en específico. (Abiuso, Katz, & Seid, 2019).

- La información se obtiene analizando principalmente los parámetros de forma indirecta, es decir, a raves de las encuestas realizadas, hay una posibilidad de que la información no refleje la realidad al 100%.
- La encuesta logar llegar a comunidades grandes para que los resultados muestren cierta exactitud a la hora del análisis.
- Las encuestas ayudan a obtener datos sobre cualquier tema que sea de interés de análisis.
- La información se recoge de modo estandarizado mediante un cuestionario (instrucciones iguales para todos los sujetos, idéntica formulación de las preguntas, etc.), lo que faculta hacer comparaciones intergrupales. (Casas, Donado, & Repullo, 2002).

### 2.1.4. Segmentación de mercado

Tras haber sido aplicadas las encuestas en número total de 385 personas encuestadas tanto de la provincia de Pichincha como Imbabura en un rango de edades de 36 a 55 años. En este caso de estudio arrojó como resultado el predominio de la nacionalidad ecuatoriana debido a que se aplicaron encuestas únicamente nacionales, por otro lado, la residencia de pobladores entre Pichincha e Imbabura se divide en: Quito, Ibarra y Otavalo, la ciudad de Quito predomina. Es importante recalcar que se genera un equilibrio entre los géneros femenino y masculino, entre personas solteras y casadas. En el nivel de instrucción se muestra un predominio en universidad y existe una pequeña similitud en posgrados y bachillerato. Ahora bien, la ocupación de los encuestados radica en el 42% empleados

privados, el 23% en empleados públicos el 18% estudiantes y finalmente el 17% en otro ámbito. El nivel de ingresos se centra en el sueldo básico y entre los 500 a 1000 dólares. Finalmente, se obtiene un resultado de 109,675 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha e Imbabura, entre 36 a 55 años, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600, que viajan por turismo.

**Tabla 1. Segmentación de mercado**

*Descripción del segmento de mercado objetivo*

<b>Producto turístico: “Factibilidad de la implementación del servicio de alojamiento en la hacienda agrícola Tajamar en Tupigachi, Pedro Moncayo – Ecuador”</b>			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>País:</b>	Ecuador	18058218	100%
<b>Región:</b>	Sierra	7,529.576	43,9%
<b>Provincia/s:</b>	Pichincha, Imbabura	3,225,353	17%
<b>Ciudad:</b>	Cayambe, Tabacundo	45,135	2%
<b>1er Resultado: 2,964.000 personas de Pichincha e Imbabura</b>			
<b>Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC <a href="http://ecuadorencifras.gob.ec">Proyecciones Poblacionales   (ecuadorencifras.gob.ec)</a>)</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género:</b>	Masculino y femenino	3,225,353	100%
<b>Edad:</b>	36-55	1,161,127	36%
<b>Estado civil:</b>	Solteros y casados	998,569	86%
<b>Ocupación:</b>	Empleados públicos y privados	299,570	30%
<b>Ingresos:</b>	> 600usd	182,793	61%
<b>2do Resultado: 3,225,353 hombres y mujeres en edades de 36 a 55 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600.</b>			
<b>Segmentación Conductual</b>			

<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Estilo de vida	Viajeros por turismo	109,675	60%
<b><i>Mercado meta: 109,675 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha e Imbabura, entre 36 a 55 años, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600, que viajan por turismo.</i></b>			

*Nota.* Datos tomados de las encuestas aplicadas en línea y presencial (2022).

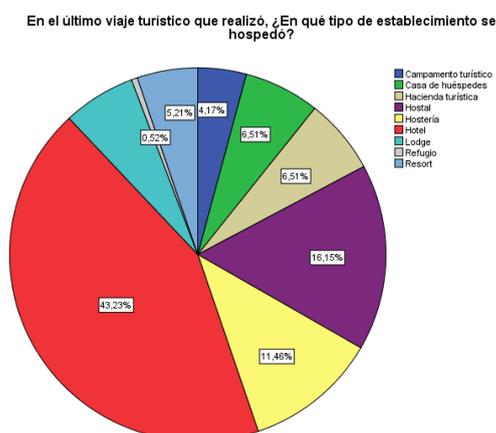
### 2.1.5. Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor

Al analizar las encuestas arrojan que en su gran mayoría prefieren hospedarse en hoteles, pero en segundo lugar a preferencias se encuentran las haciendas turísticas, esto al existir un gran potencial en el país en cuanto al servicio de alojamiento en haciendas. Para realizar el estudio de mercado de una hacienda turística se ha indagado algunas variables como frecuencia de viajes, destinos más visitados, número de acompañantes, volúmenes de gastos por actividades, tiempo de permanencia en el viaje, y preferencia de servicios. Los resultados de la encuesta corresponden a las preguntas aplicadas a la población de Pichincha e Imbabura de forma digital a través de la plataforma Microsoft Forms el análisis principal se realiza desde la pregunta 8 debido a que se relaciona de manera directa con el emprendimiento hacienda turística, mientras que las preguntas anteriores permiten analizar datos sociodemográficos.

#### *Datos Generales*

#### **Figura 2. Establecimiento**

##### *Establecimiento turístico más visitado*

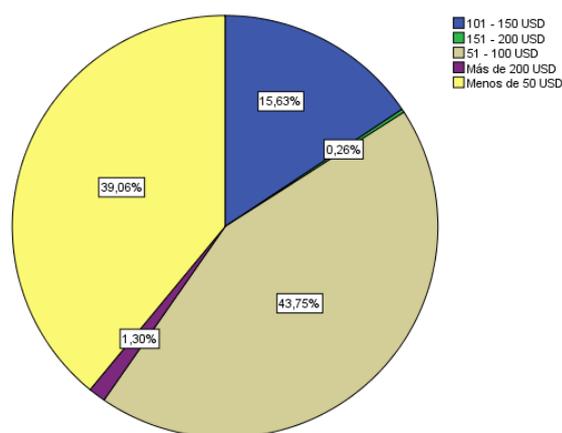


La mayoría de las personas encuestadas en su último viaje turístico realizado prefieren hospedarse en un hotel, pero es importante recalcar que este es un sitio de alojamiento en la zona urbana, no obstante, el 6,51% en su último viaje turístico prefirió hospedarse en una hacienda turística que se encuentra en el ambiente rural.

### Figura 3. Precio

#### Precio adecuado para una habitación

¿Qué precio considera adecuado a pagar por una habitación en una hacienda turística?

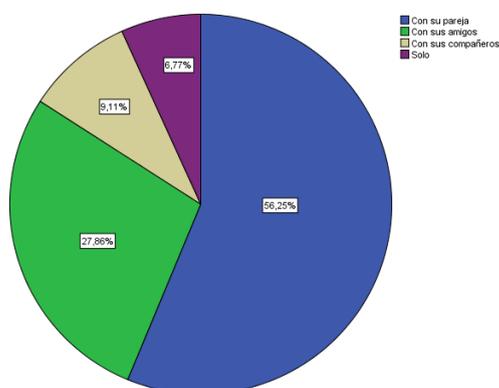


La mayoría de las personas encuestadas mencionan que el precio adecuado para una habitación en una hacienda turística es de \$50 a \$100, mientras que el 30,06% dice que estaría dispuesto a pagar menos de \$50, esto se debe a que la mayoría prefiere tener un tiempo de descanso excelente por un precio económico.

### Figura 4. Con quien se hospedó

#### Persona o personas con las que se hospedó

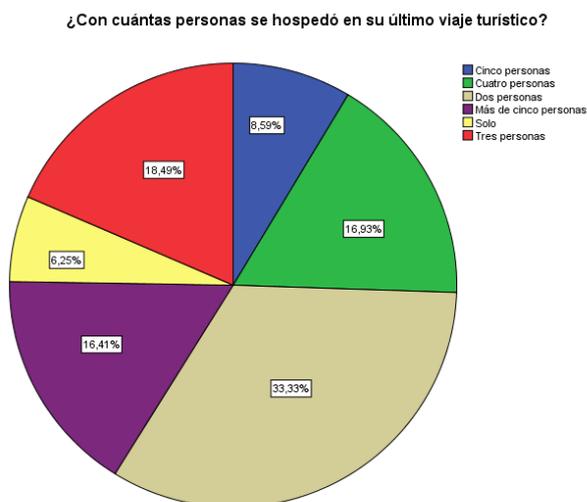
¿Con cuántas personas se hospedó en su último viaje turístico?



La mayoría de las personas encuestadas prefirieron ir con su pareja en el último viaje turístico realizado, mientras que el 27,86% decidieron ir con sus amigos, esto se debe a que muchos aprovechan los días libres para descansar con su pareja o bien armar un plan con amigos.

**Figura 5. Cuántas personas**

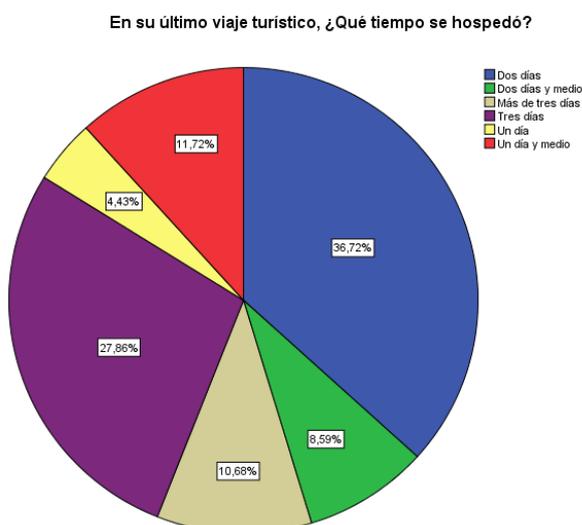
*Con cuántas personas se hospedaron*



El 33,33% prefieren viajar entre dos personas, esto debido a que la mayoría de las personas encuestadas tienen pareja y prefieren realizar viajes así, mientras que el 18,49% prefieren viajar entre tres personas, es decir, pareja y un hijo.

**Figura 6. Tiempo**

*Tiempo que duró el hospedaje*

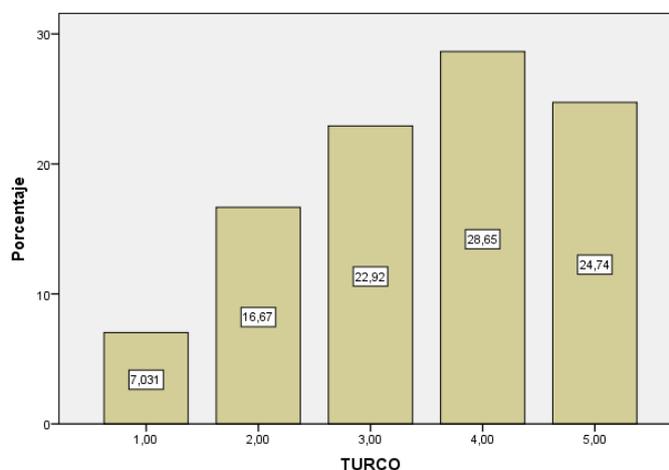


El 36,72% de las personas encuestadas menciona que en su último viaje turístico se hospedó alrededor de dos días, mientras que el 27,86% prefirió tres días, esto se debe a que su gran mayoría tiene que trabajar en su caso cuenta con el salario básico.

**Figura 7. Nivel de infraestructura**

*Infraestructura, turco*

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

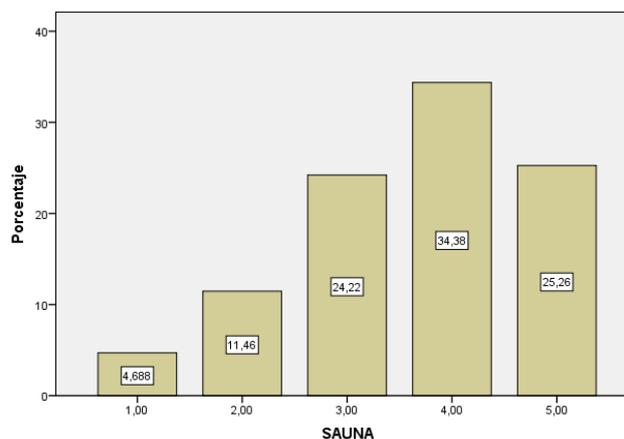


Los encuestados en relación con la infraestructura turco le dan un nivel de 4, es decir, consideran importante que exista este servicio.

**Figura 8. Nivel de infraestructura**

*Infraestructura, sauna*

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

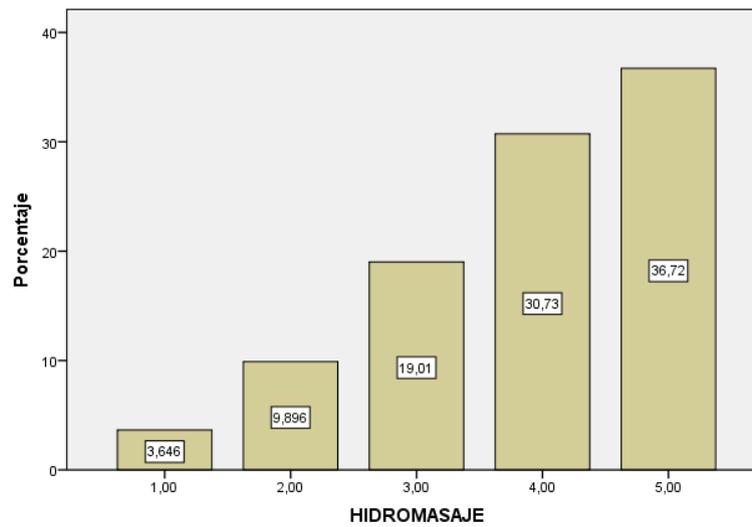


Los encuestados en relación con la infraestructura sauna le dan un nivel de 4, es decir, consideran importante que exista este servicio.

**Figura 9.** Nivel de infraestructura

*Infraestructura, hidromasaje*

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

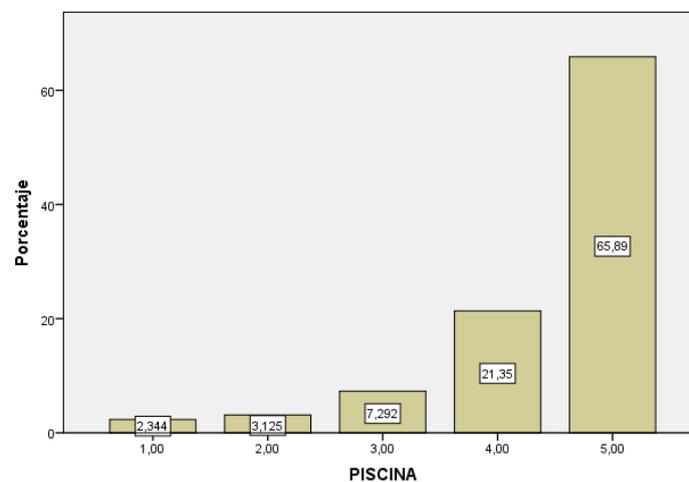


Los encuestados en relación con la infraestructura hidromasaje le dan un nivel de 5, es decir, consideran muy importante que exista este servicio.

**Figura 10.** Nivel de infraestructura

*Infraestructura, piscina*

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

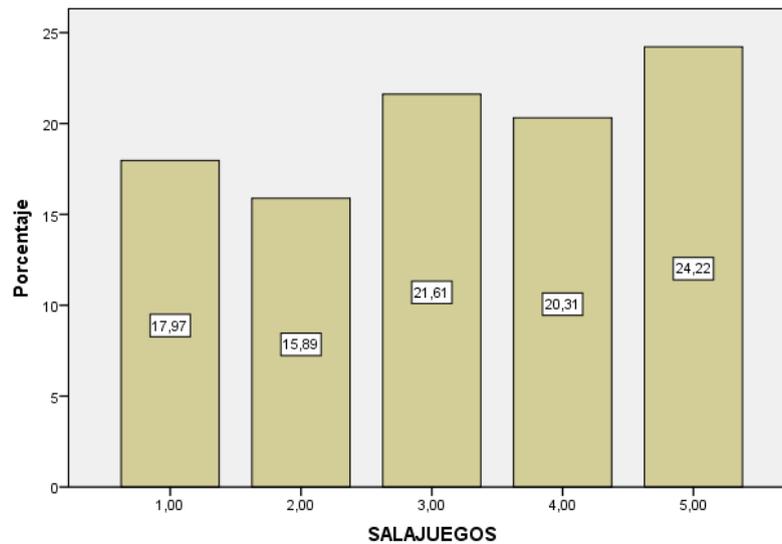


Los encuestados en relación con la infraestructura de piscina le dan un nivel de 5, es decir, consideran muy importante que exista este servicio.

**Figura 11.** Nivel de infraestructura

Infraestructura, sala de juegos

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

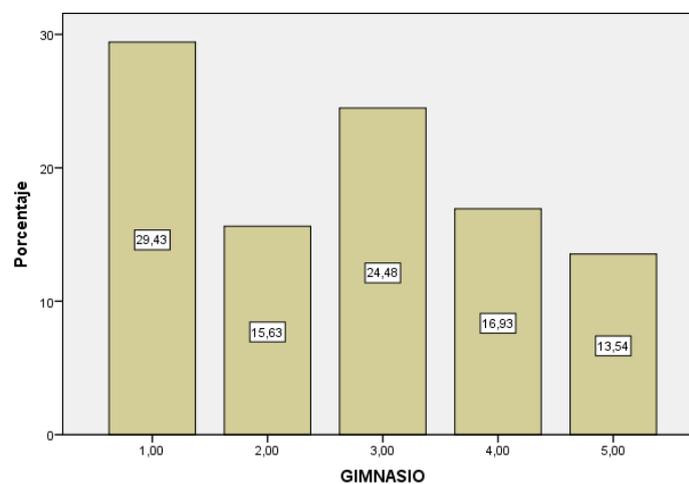


Los encuestados en relación con la infraestructura de sala de juegos le dan un nivel de 5, es decir, consideran muy importante que exista este servicio.

**Figura 12.** Nivel de infraestructura

Infraestructura, gimnasio

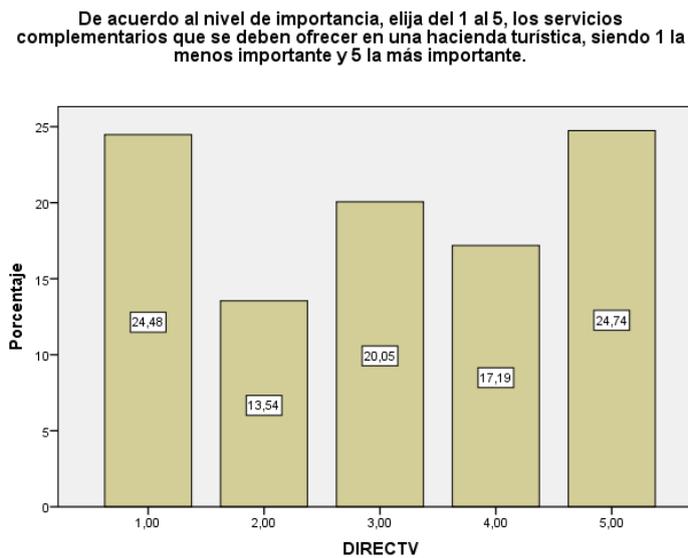
De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.



Los encuestados en relación con la infraestructura de sala de juegos le dan un nivel de 1, es decir, consideran no necesario que exista este servicio.

**Figura 13.** Nivel de importancia servicios complementarios

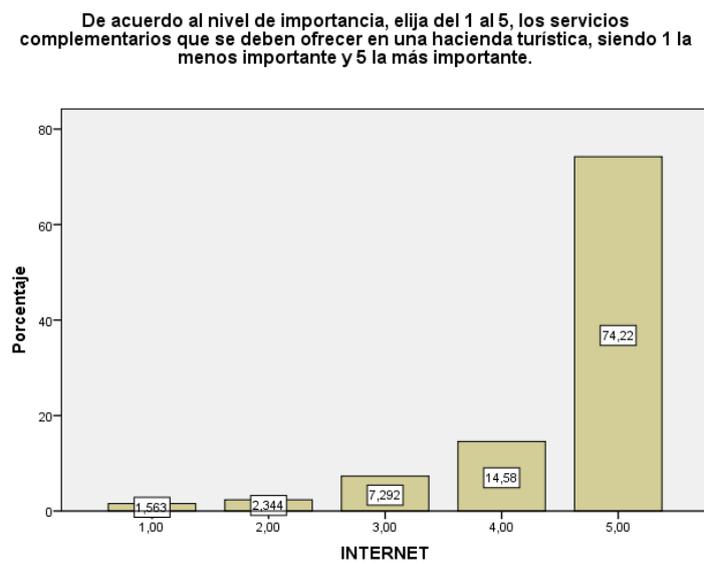
*Servicio, directv*



Los encuestados en relación con los servicios complementarios, en este caso DirecTv le dan un nivel de 5, lo que quiere decir que muy importante que se brinde este servicio.

**Figura 14.** Nivel de importancia servicios complementarios

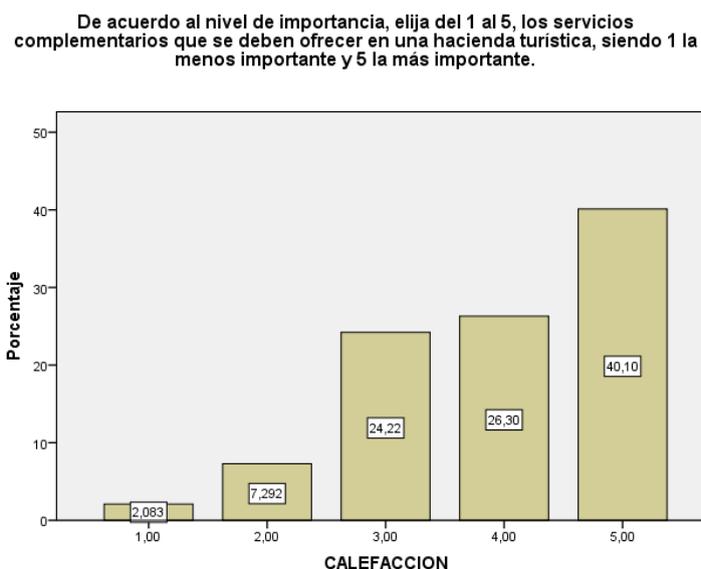
*Servicio, internet*



Los encuestados en relación con los servicios complementarios, en este caso Internet le dan un nivel de 5, lo que quiere decir que muy importante que se brinde este servicio.

**Figura 15.** Nivel de importancia servicios complementarios

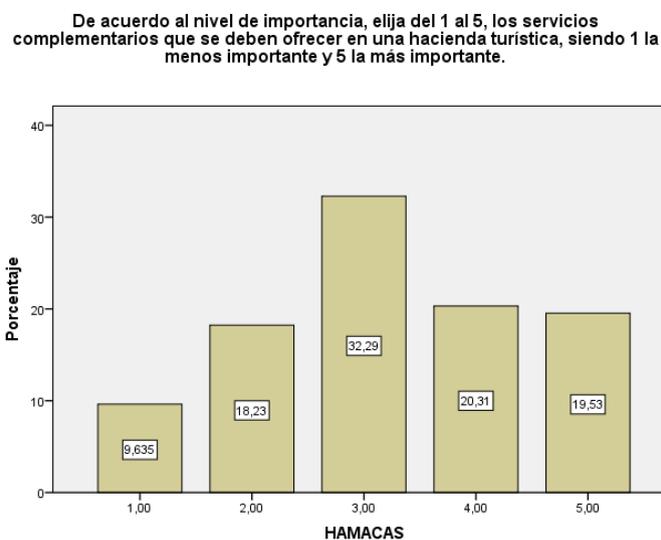
*Servicio, calefacción*



Los encuestados en relación con los servicios complementarios, en este caso Calefacción le dan un nivel de 5, lo que quiere decir que muy importante que se brinde este servicio.

**Figura 16.** Nivel de importancia servicios complementarios

*Servicio, hamacas*

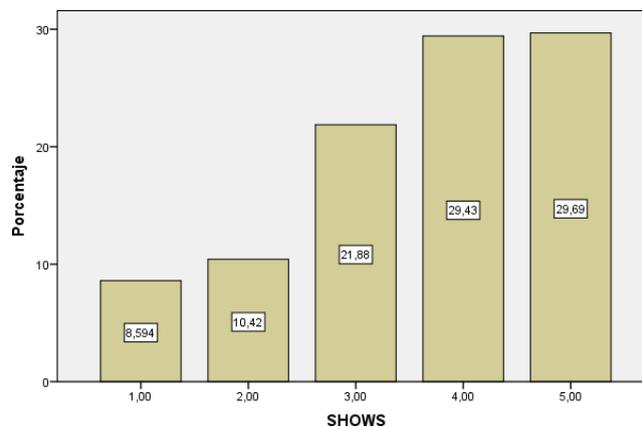


Los encuestados en relación con los servicios complementarios, en este caso Hamacas le dan un nivel de 3, lo que quiere decir que no es tan necesario este servicio, pero a algunos les gustaría.

**Figura 17.** Nivel de importancia servicios complementarios

*Infraestructura, shows*

De acuerdo al nivel de importancia, elija del 1 al 5, los servicios complementarios que se deben ofrecer en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

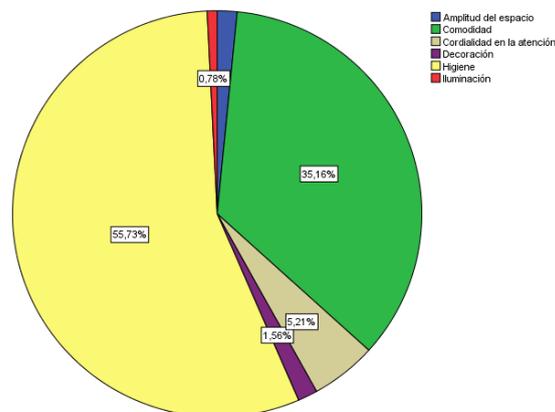


Los encuestados en relación con los servicios complementarios, en este caso Shows en vivo le dan un nivel de 5, lo que quiere decir que les gustaría y es importante que se realice este espectáculo.

**Figura 18.** Aspectos

*Servicios de alojamiento*

De los siguientes aspectos, ¿Cuáles considera usted que son los más importante en cuanto a servicios de alojamiento?



La mayoría de las personas encuestadas en este caso el 55,73% mencionó que uno de los aspectos más importantes es la higiene, sin embargo, el 35,16% dijo que es más importante la comodidad lo que quiere decir que los dos aspectos deben tomarse en cuenta.

**Figura 19.** *Actividades recreativas*

*Actividades para realizar en la hacienda*

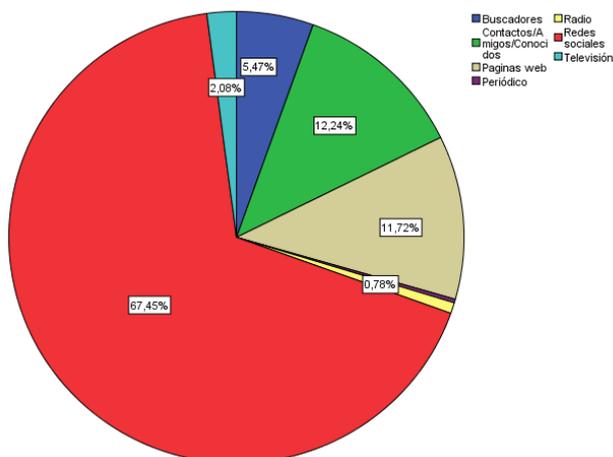


Para el 67,45% es importante que se realicen todas las actividades recreativas en este caso se toma en cuenta cabalgatas, cuidado de animales menores, golf, pesca deportiva, senderismo y yoga. Estas actividades darán un plus a la hacienda muy necesario.

**Figura 20.** *Medios*

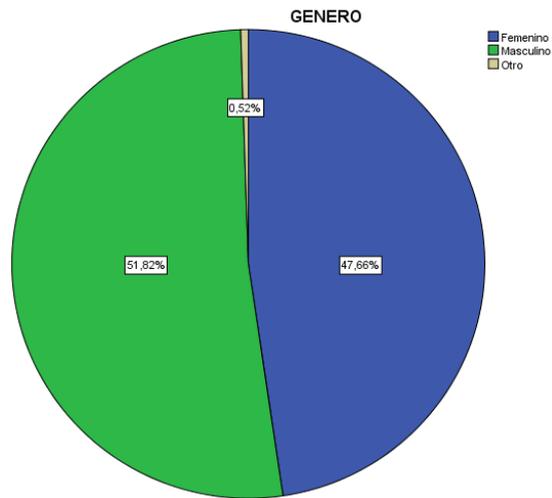
*Medios más apropiados*

En cuanto a medios de comunicación, ¿Cuáles considera usted que son los más apropiados para enterarse sobre servicios de alojamiento?

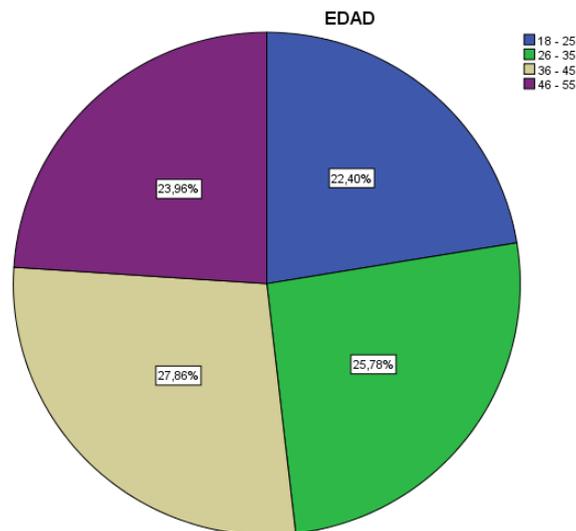


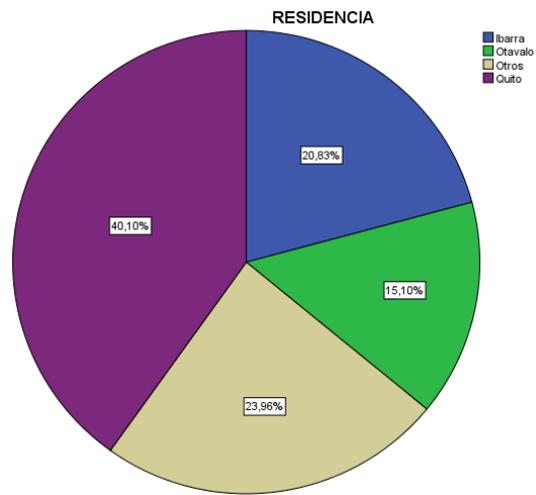
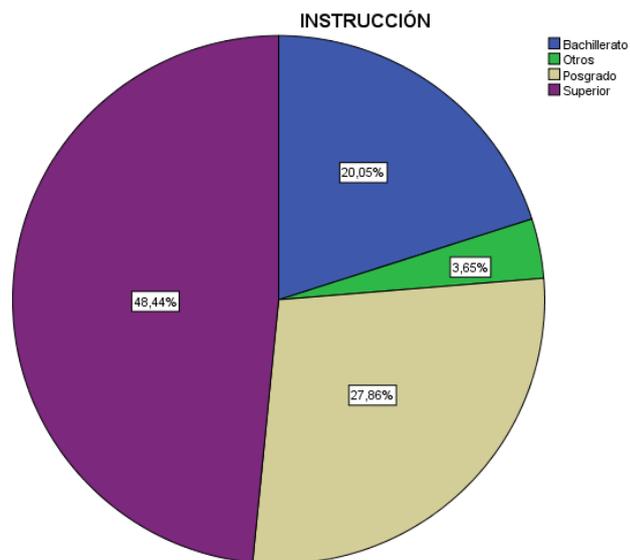
El 67,45% de las personas encuestadas consideran que el medio de comunicación más importante para que el servicio de alojamiento sea promocionado son las redes sociales, esto ya que en la actualidad son de gran ayuda y brindan mayor cercanía al sitio.

**Figura 21. Género**

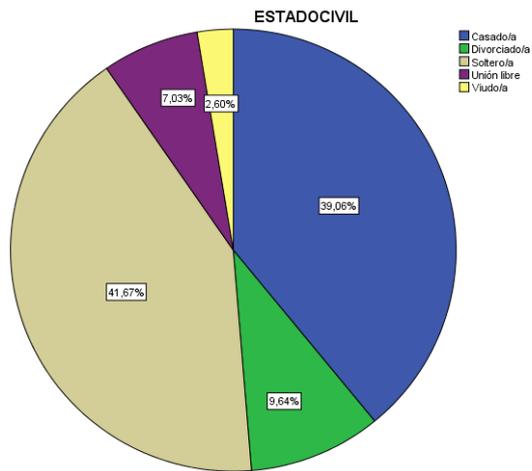


**Figura 22. Edad**

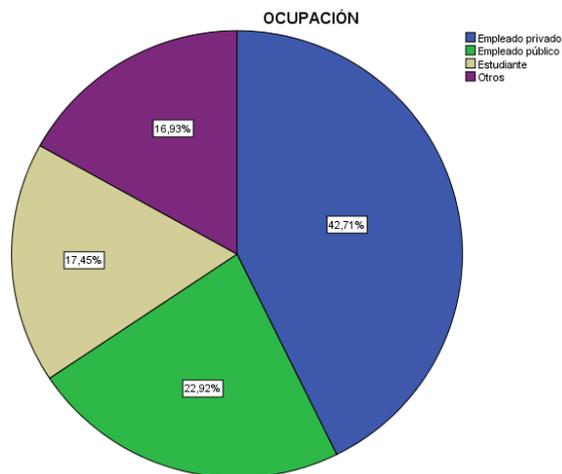


**Figura 23. Residencia****Figura 24. Instrucción**

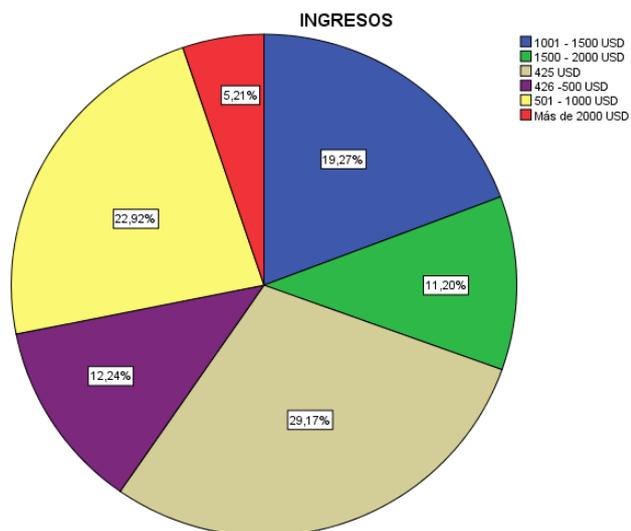
**Figura 25. Estado civil**



**Figura 26. Ocupación**



**Figura 27. Ingresos**



### 2.1.6. Análisis de la demanda

**Tabla 2.** *Demanda potencial*

Población de las provincias de Imbabura y Pichincha	3,225,353
Número de consumidores de la Demanda Potencial	109,675
Fuente: encuesta – investigación de mercado	

### 2.2. Análisis de la oferta

La hacienda Turística Tajamar busca implementar el servicio de alojamiento con el fin de que se abran las puertas al sector turístico en la parroquia de Tupigachi en Pedro Moncayo con estructuras acogedoras y ambientadas al lugar, sin embargo, es importante analizar ciertos establecimientos que se muestran como competencia indirecta. Tal es el caso de la Hacienda Rumiloma que se encuentra ubicada en el corazón de Quito, cuenta con 7 habitaciones, restaurante, spa, y caminatas. También se encuentra la Hacienda Chillo-Jijón que está ubicada en el Valle de los Chillos y cuenta con eventos corporativos, bodas, bautismos, reuniones ejecutivas, convenciones, capacitaciones, almuerzos y brunchs privados. La Hacienda Merced del Nono está ubicada en Calacalí y es una típica hacienda agrícola y ganadera de más de 100 hectáreas. Otra de las haciendas consideradas competencia es la Hacienda Jimenita Wildlife Reserve esta se encuentra a 15 minutos del aeropuerto Mariscal Sucre en Quito, ofrece alternativas de descanso. Por otro lado, está la Hacienda las Cuevas Terra Lodge ubicada en Pifo y brinda alojamiento con jardín, aparcamiento privado gratuito, salón. Finalmente aparece Hacienda Rincón de Puembo, está ubicada a 15 minutos del nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre y a 30 minutos del centro financiero de Quito, ofrece alojamiento, restaurante y piscina exterior.

**Tabla 3. Oferta***Análisis de la oferta*

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas
Hacienda Rumiloma	7	22	5 estrellas
Hacienda Chillo-Jijón	20	60	4 estrellas
Hacienda la Merced de Nono	15	35	4 estrellas
Hacienda Jimenita wildlife reserve	20	40	4 estrellas
Hacienda Las Cuevas Terra Lodge	20	40	3 estrellas
Hacienda Rincon de Puenbo	15	35	3 estrellas

### 2.3. Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

**Tabla 4. Demanda insatisfecha***Proyección de la demanda insatisfecha*

Año	Demanda potencial*	Competencia**	Demanda insatisfecha***
<b>Año1</b>	109,675	84,448	109,675

**Tabla 5. Demanda objetiva***Proyección de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha*	Capacidad de atención*	Demanda objetiva %**
<b>Año 1</b>	109,675	19,656	17,92%

## **UNIDAD 3. ESTUDIO TÉCNICO**

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

#### **3.1.1. Identificación de la demanda**

La demanda lo que busca principalmente es analizar el comportamiento de los consumidores con el fin de que las necesidades que estos poseen sean satisfechas es así como las empresas aplican este método para fijar los posibles precios a los productos. A su vez, permite realizar procesos para buscar, evaluar y adquirir bienes y servicios, es decir, la demanda muestra una intención (Arboleda, 2021).

Ahora bien, Hacienda Turística Tajamar busca satisfacer las necesidades de las personas en este caso en su gran mayoría son personas de 36 a 55 años y viajan por turismo, estos prefieren pagar alrededor de 100 a 250 dólares una habitación y el 6,51% de las personas encuestadas prefieren alojarse en una Hacienda Turística, a pesar de que no es la gran mayoría se busca generar un desarrollo mediante los recursos tecnológicos para atraer al público objetivo.

#### **3.1.2. Número de clientes proyectados**

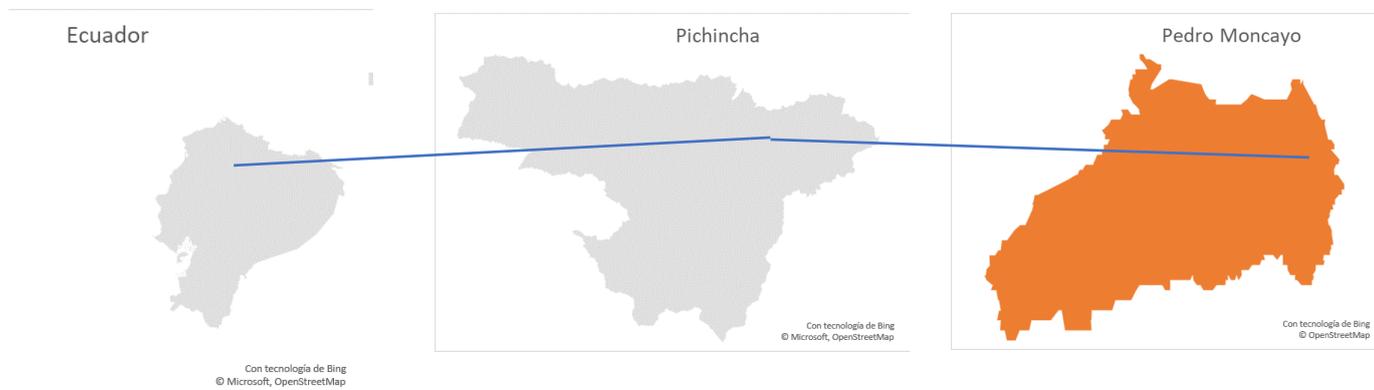
La Hacienda Turística Tajamar cuenta con una capacidad de 44 personas en cuanto al servicio principal que es el alojamiento, el servicio de restaurante tiene la capacidad para 50 personas, el salón de eventos cuenta con una capacidad de 230 personas. En lo general la hacienda recibiría por día 20 personas.

#### **3.1.3. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados**

En este caso se puede evidenciar que muchos de los encuestados prefieren alojarse en hoteles en sus viajes por turismo, pero este tipo de alojamiento se encuentra en la zona urbana, es así como un 6,51% prefiere hospedarse en una hacienda turística ya que este está en la zona rural, por lo general la gente prefiere haciendas turísticas cuando se trata de descansar de las grandes ciudades y es el tipo de alojamiento más frecuentado en el país después de los hoteles.

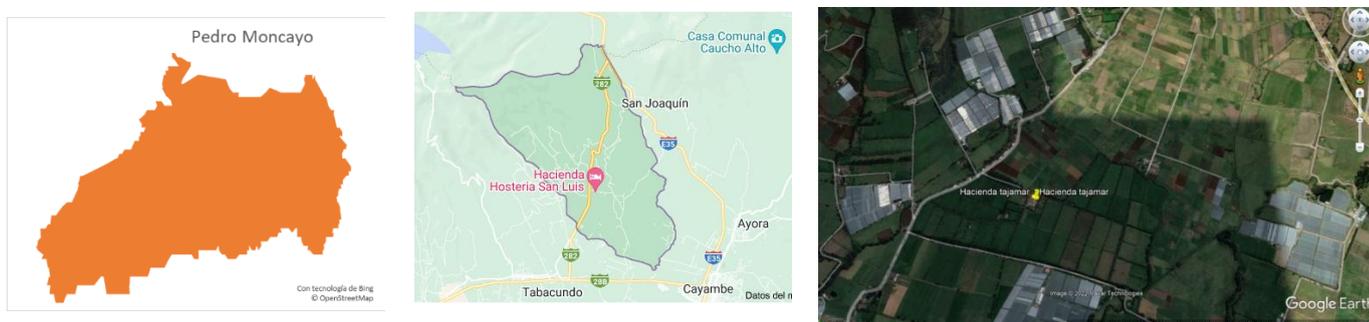
## 3.2. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

### 3.2.1. Macro localización



El proyecto de emprendimiento con el nombre: Factibilidad de la implementación del servicio de alojamiento en la Hacienda Agrícola Tajamar, está ubicado en el país de Ecuador el cual se encuentra en América del sur, en este país de las 24 provincias que existen este se encuentra en la provincia de Pichincha. Aquí se encuentra el cantón Pedro Moncayo al cual pertenece la parroquia de Tupigachi donde se encuentra la hacienda Tajamar en un ambiente natural. (GAD Parroquial Rural Tupigachi, 2022).

### 3.2.2. Micro localización



Previo a la realización de este emprendimiento se ha tomado en cuenta la población de dos provincias, en este caso, Pichincha e Imbabura. Tomando como principal la provincia de Pichincha, específicamente la ciudad de Quito.

Ahora bien, se tomó esta zona para la elaboración del proyecto debido a que cumple con las características principales en cuanto a la implementación del servicio de alojamiento en una hacienda convirtiéndola en una hacienda turística con el fin de cumplir las necesidades de la demanda potencial. Esta demanda por lo general busca zonas naturales o sitios alejados de las ciudades concurridas para descansar y disfrutar de actividades que no realizan en su vida cotidiana.

El acceso al sitio es posible ya que se cuenta con dos panamericanas principales las cuales son Carrera Panamericana E35 y Vía Tabacundo Cajas (282), se puede acceder en transporte público y privado.

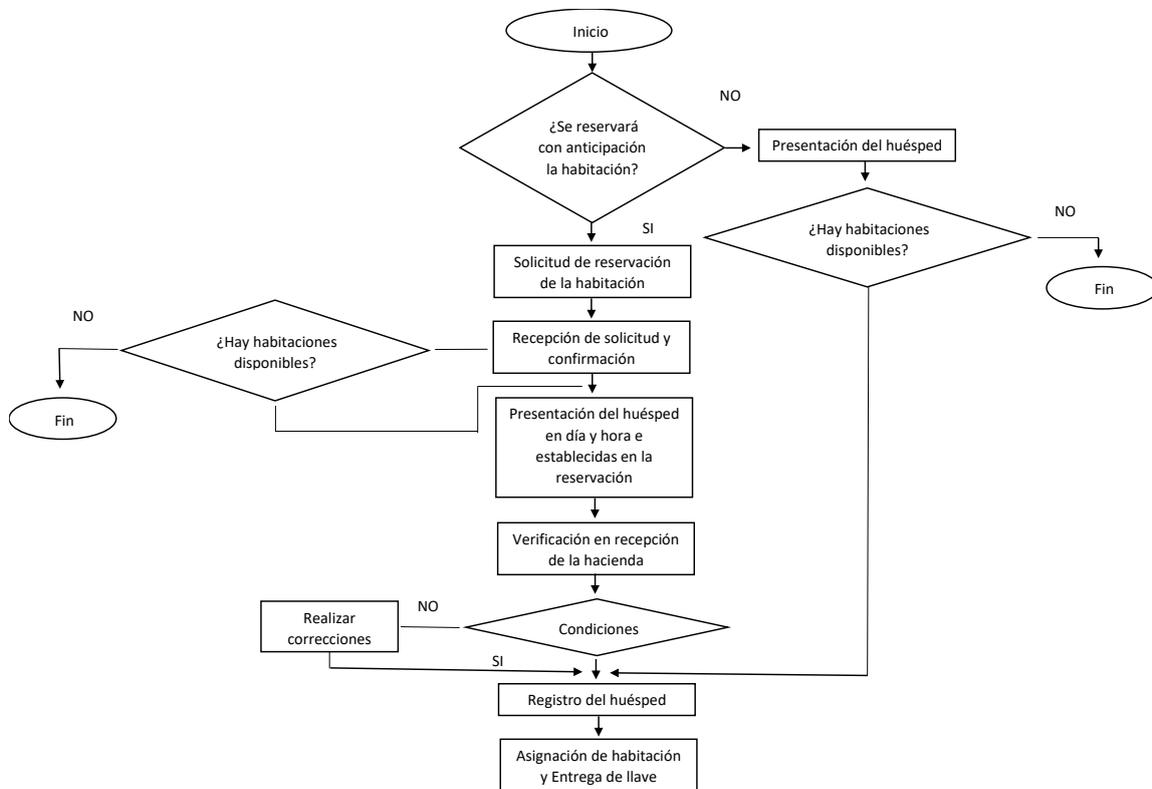
La zona de Tupigachi se ubica a 75 kilómetros de la ciudad de Quito y se caracteriza por ser un sector ganadero agrícola y florícola, con su clima frío con temperaturas de 14,77 °C, sin embargo, se registran temperaturas más bajas como de 5°C. La diversa cantidad de pisos ecológicos marcan la variabilidad del clima, temperatura, precipitaciones, humedad y otros factores. Por otro lado, la hacienda está ubicada al norte de Pichincha, Cayambe está a 2800 metros de altura sobre el nivel del mar, la hacienda está ubicada a 2800 metros de altura, es la parte más baja de todo Cayambe. Se produce 1700 litros de leche diarios con 82 vacas en producción de muchas razas tales como Holstein, Jersey, Brown Swiss y F1 que son cruza entre ellas. Es un criadero de alta genética con estándares de crecimiento muy avanzados, las terneras cuentan con un manejo especial y una dieta alimenticia para cada una de ellas. toda la Hacienda desde un principio se creó con inseminación artificial con toros americanos probados y elites en sus razas.

En cuanto a la historia, inicialmente el proyecto de hacienda como tal nació en el sector de Granobles que era guiada únicamente a la genética y explotación lechera. En vista de la gran aceptación y el desarrollo del criadero de alta genética con estándares de crecimiento muy avanzados en 1980 lograron conseguir tierras en el sector de Tupigachi, se erradicaron en la zona y lograron convertirse en lo que hoy en día es Hacienda Tajamar guiada a la genética en segunda etapa, la idea del proyecto fue continuar con el mismo plan, pero siempre como opción estuvo el complementarla con el turismo y es así como surge la idea de la implementación del servicio de alojamiento llamándola Hacienda Turística Tajamar.

### 3.3. Identificación y descripción de los procesos

**Figura 28.** Reserva de las habitaciones

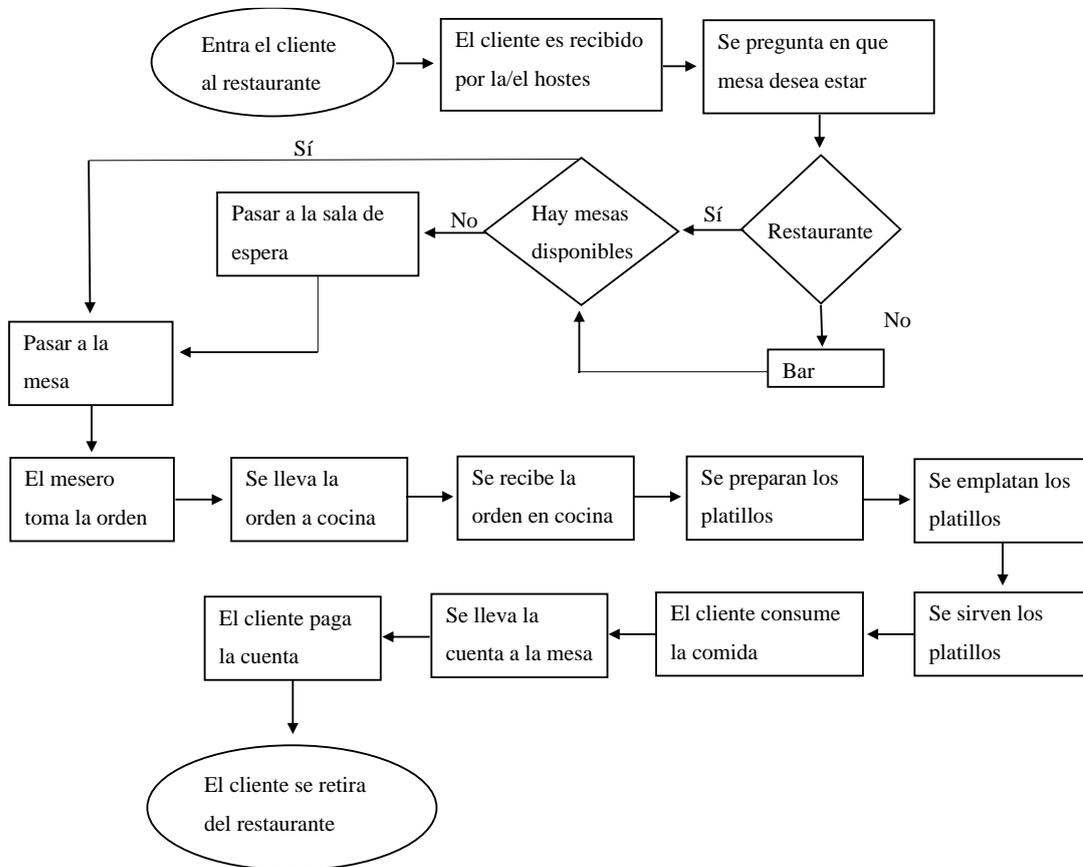
Proceso de reserva de las habitaciones.



El proceso del alojamiento empieza con la reserva de la habitación en caso de que haya pues el cliente presenta la solicitud de la reserva, se le recibe y se revisa, posteriormente si se ha realizado todo bien el cliente se revisan las habitaciones, se verifica, se ve si hay que corregir alguna cosa y se le registra al huésped y finalmente se le entrega la llave. En caso de que el cliente no haya reservado se ve si es que hay habitaciones disponibles, si es que hay se le registra, se le asigna la habitación y se entrega la llave. Si es que no hay reserva y no hay habitaciones solo se despacha al cliente ya que el proceso nunca se llevó a cabo.

**Figura 29.** Reserva restaurante

Proceso del funcionamiento del restaurante dentro de la hacienda turística



El proceso de restaurante dentro de una hacienda turística puede funcionar de la manera como trabaja un restaurante individual o como un establecimiento aparte, es decir, el restaurante tiene sus propias fases tal es el caso de que en el restaurante el primer paso o la primer fase es cuando el cliente entra la restaurante buscando comida sea este desayuno, almuerzo o cena, a continuación este siempre va a ser recibido por el/la hostess, el cual a su vez le pregunta en que mesa desea estar o busca la disponibilidad de mesas en ese instante o en caso de contar con mesas llenas se le informa al cliente para que este pueda esperar un momento. Después el cliente procede a pasar a la mesa seleccionada o a la mesa brindada por el hostess, aparece el mesero el cual se encargará de tomar la orden del cliente, este lleva la orden a la cocina donde entra en acción el cocinero para proceder a preparar el platillo por consiguiente emplatarlo, una vez hecho esto el mesero se encarga de servir el platillo para que el cliente pueda disfrutar de su comida, finalmente se entrega la cuneta el cliente cancela y sale del restaurante.

### 3.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio

Hacienda Turística Tajamar nace de la idea de implementar el turismo en la parroquia Tupigachi en Pedro Moncayo, buscando generar nuevos sitios de alojamiento para el descanso y ocio de las personas que en su día a día están en las grandes ciudades. El principal servicio para ofrecerse es el alojamiento en un área natural acompañado de varios servicios como lo son: alimentación (restaurante), senderismo, pesca deportiva, piscina, sauna, hidromasaje, turco, sala de juegos, cabalgatas, cuidado de animales menores, minigolf y eventos sociales y corporativos. La hacienda tendrá una zona de garita, la cual tiene un área de  $4 m^2$  que estará junto al parqueadero, este tendrá un área de  $400 m^2$  de ripio y piedra. Se cuenta también con un área de administración la cual tendrá una capacidad de 5 personas y su área es  $12,60 m^2$ . El área de recepción será aproximadamente de  $25 m^2$  con una capacidad de 5 personas. En cuanto al servicio principal en este caso el alojamiento, se prevé iniciar con 20 habitaciones las cuales se encontrarán divididas en cabañas máster de  $40,63 m^2$  con estilo rustico de madera y ladrillo visto, estas cabañas tendrán la capacidad para 2, 3, 4 o 5 personas, es decir, estarán distribuidas en 6 habitaciones matrimoniales, 6 dobles, 6 triples y 2 múltiples. Además, cada habitación tendrá sus respectivos implementos, contarán con su baño privado, implementos para el mismo, cajas fuertes, tendrá también chimeneas y televisiones con tv cable. Con respecto al servicio de alimentación se planea tener un restaurante que brinde varios menús para todo tipo de consumidores, su construcción será de ladrillo y madera de  $250 m^2$ , contará con 13 mesas y 50 sillas distribuidas en el sitio con una capacidad 50 personas. Este está distribuido con su cocina, bodega, baño de mujeres y de hombres, mesas distribuidas entre cuatro personas donde en la parte exterior también habrá posibilidad de disfrutar de los alimentos. Por otro lado, la hacienda turística Tajamar planea contar con el servicio de eventos sociales y corporativos en este caso el lugar será de construcción de madera y ladrillo visto con ventanales en un área de  $992,32 m^2$  y con capacidad de 230 personas y contará con 240 sillas y 20 mesas largas, se podrá realizar conferencias con los equipos necesarios para su evento, se prevé realizar eventos como de bodas, graduaciones, cumpleaños, seminarios, entre otros. Ahora bien, continuando con los servicios complementarios que la hacienda planea brindar está la zona húmeda de  $851,41 m^2$  con una capacidad de 40 personas, la cual contará con una piscina rectangular de  $325 m^2$  y de 1,5 m de profundidad, se pensó en los más pequeños y también esta una piscina pequeña de  $50 m^2$ , estas serán temperadas con un calefón que funcionará a diésel ya que el sitio es un lugar frío por su ubicación, también esta zona húmeda tendrá instalaciones de sauna de  $26,72$

$m^2$ , turco de  $8,63 m^2$ , hidromasaje de  $8,77 m^2$  y spa de  $18,13 m^2$ . Para las personas que les gusta deporte en equipo está la construcción de dos canchas una de fútbol de  $34,08m \times 52,75m$  y una de vóley de  $21,95m \times 1,80m$ . Por otro lado, se planea implementar una sala de juegos de alrededor de  $25 m^2$  de ladrillo y madera con capacidad de 10 personas con juegos como futbolito, billar y ping pong. Por supuesto Hacienda Turística Tajamar cuenta con su cuarto de lavado en este caso para limpiar edredones, sábanas, manteles, fundas de almohada, y mantener los implementos de limpieza de toda la hacienda, esta área contará con un espacio de  $39,75 m^2$  de ladrillo y madera.

Una hacienda turística al estar en el lado rural brindará servicios al aire libre como cabalgatas las cuales se podrán adquirir por el valor de \$8,96, será una actividad interesante ya que el cliente puede relacionarse un poco más de cerca con animales y la naturaleza, se encuentra el cuidado de animales menores por el valor de \$5,00, es una actividad importante ya que la Hacienda por su parte también cuenta con la parte agrícola y ganadera y se cree importante el seguir manteniendo esa rutina. La pesca deportiva permitirá que los aficionados pesquen su comida y este les sea preparado para su almuerzo por el valor de \$11,20. Otra de las actividades interesante a realizar y que se consideró importante es la realización de yoga, al estar en un ambiente natural se acopla mucho esta actividad y muchas de las personas tendrán la oportunidad de relajarse mucho más a un valor de \$5,00. Así mismo, se realizará una zona de golfito donde niños, jóvenes y adultos podrán disfrutar de esta actividad, una parte del jardín está destinado a esta área un  $100 m^2$  el cual tendrá un costo adicional de \$5,00. Se ha considerado algunos servicios gratuitos o que son parte de adquirir el servicio de alojamiento como es el caso de senderismo, la hacienda Tajamar contará con senderos con su respectiva señalética para que las personas puedan hacer recorridos autoguiados.

### **3.3.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

Es importante mencionar que para la construcción de este emprendimiento en la Hacienda Turística Tajamar se cuenta con 4 hectáreas. Ahora bien, se brindará una variedad de servicios, pero es importante recalcar que el servicio de alojamiento es la fuente principal de ingresos, alimentación (restaurante), servicios complementarios como senderismo, pesca deportiva, piscina, sauna, hidromasaje, turco, sala de juegos, cabalgatas, cuidado de animales menores, minigolf y también se dispondrá de espacios para la realización de eventos. La prestación de servicios se realizará a través del modelo de clic y ladrillos que permite que el cliente tenga la posibilidad de adquirir el servicio de forma online y de forma física, a la

comodidad y disponibilidad de él para que tenga una mejor experiencia desde el momento en que contratar el servicio. Para el proceso de construcción es necesario contar con un arquitecto que se encargue del diseño y elaboración de los planos tanto general como por cada uno de los servicios que se brindará ya que de cierta manera la hacienda al ser también agrícola y ganadera cuenta con cierta infraestructura ya levantada, se necesitará contratar personal para el antes y el después de la construcción de la Hacienda Turística Tajamar, se plantea la idea de brindar fuentes de empleo a la comunidad para que de esta manera esta se sienta parte del proyecto y se pueda contribuir beneficiosamente tanto para nosotros como emprendimiento como para ellos al estar cerca de sus hogares. La creación de este emprendimiento busca ver cuan factible es la implementación del servicio de alojamiento en esta hacienda agrícola con el fin de que el turismo se junte con las actividades que aquí ya se realizan y de esta manera el consumidor pueda disfrutar de muchas más actividades que no se suelen encontrar en lo habitual.

A continuación se muestra el resultado de las encuestas aplicadas en el análisis del segmento de mercado, el mercado objetivo principalmente se enmarca en personas que ganan más de 600 dólares y estos están dispuestos a pagar por una habitación alrededor de 100 a 250 dólares, es así como se establece el valor a las habitaciones incluyendo el valor del IVA y dependiendo del modelo de las mismas y apegándose al resultando del segmento, en este caso el cliente al momento de reservar tendrá que abonar el 50% del valor total para contar el servicio y el resto será cancelado al momento de realizar check out que será en el horario de 12:00 pm. El cliente al momento de realizar su reservación tiene la oportunidad de disfrutar del paisaje y de diferentes actividades que tiene costos aparte del precio por habitación, pero son muy cómodos y accesibles. Por otra parte, un factor importante a mencionar es el servicio de restaurante el cual contará con menús variados para todo tipo de personas, platos a la carta y bebidas en variedades. Las tres comidas tienen un horario que cumplirse y estos también serán cancelados de forma extra al valor total de las habitaciones. Los desayunos serán a partir de las 8am, los almuerzos a partir de la 13:00pm y finalmente la cena a partir de las 19:00pm.

**Tabla 6.** *Habitaciones de la Hacienda Turística Tajamar**Descripción de las habitaciones*

<b>Nombre de la habitación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Incluye</b>	<b>Precio</b>
Habitaciones matrimoniales (6)	1 cama King (3 plazas)	Recorridos por los senderos. Limpieza de habitación. Botellas de agua. Room Service	\$130,00
Habitaciones dobles (6)	2 camas Queen (2 1/2 plazas)	Recorridos por los senderos. Limpieza de habitación. Botellas de agua. Room Service	\$130,00
Habitaciones Triples (6)	3 camas Queen (2 1/2 plazas)	Recorridos por los senderos. Limpieza de habitación. Botellas de agua. Room Service	\$180,00
Habitaciones Múltiples (2)	1 cama King (3 plazas) 2 camas Twins (1 1/2 plaza) 1 cama pequeña (1 plaza) 1 sofá cama Twin	Recorridos por los senderos. Limpieza de habitación. Botellas de agua. Room Service	\$250,00

**Tabla 7.** *Menú comida de la Hacienda Turística Tajamar**Descripción del posible menú que se servirá en la hacienda*

<b>Platos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
Desayuno continental	Café, té o leche; jugo; fruta; tostadas; huevos; mantequilla y mermelada.	\$3,92
Desayuno de la casa	Jugo, huevos, tocino, panqueques, leche.	\$3,92
Desayuno americano	Café, huevos, sanduche de queso.	\$3,92

Desayuno vegetariano	Tostada integral con aguacate, jugo verde, avena cocida.	\$3,92
Almuerzo 1	Pristiños, crema de champiñones, roulade de pollo con salsa de maracuyá, ratoncitos de almíbar.	\$7,28
Almuerzo 2	Crepes de quinua, aguado de pollo, lomo de cerdo agridulce, puré de papa, ensalada fresca, alfajor de manjar y mermelada.	\$7,28
Almuerzo 3	Empanada de morocho, locro de papa con cuero, Bombones de pollo con verduras al grill, cheesecake de tomate de árbol.	\$7,28

### 3.4. Ingeniería del proyecto

#### 3.4.1. Distribución de la planta

**Área total del terreno:** 4 hectáreas

**Servicio de alojamiento:** 20 habitaciones distribuida en cabañas máster de 40,63 m<sup>2</sup>, todas incluyen el área de baño privado, chimeneas.

**Servicio de alimentos:** Sitio de 250 m<sup>2</sup>, contará con 13 mesas y 50 sillas con una capacidad 40 personas.

**Salón de eventos:** Sitio de 992,32 m<sup>2</sup> y con capacidad de 230 personas y contará con 240 sillas y 20 mesas largas.

**Zona húmeda:** Sitio de 851,41 m<sup>2</sup> con una capacidad de 30 personas.

**Estilos de la construcción:** Rústico

**Ambientación:** Estilo granja

#### *Planos de instalación*

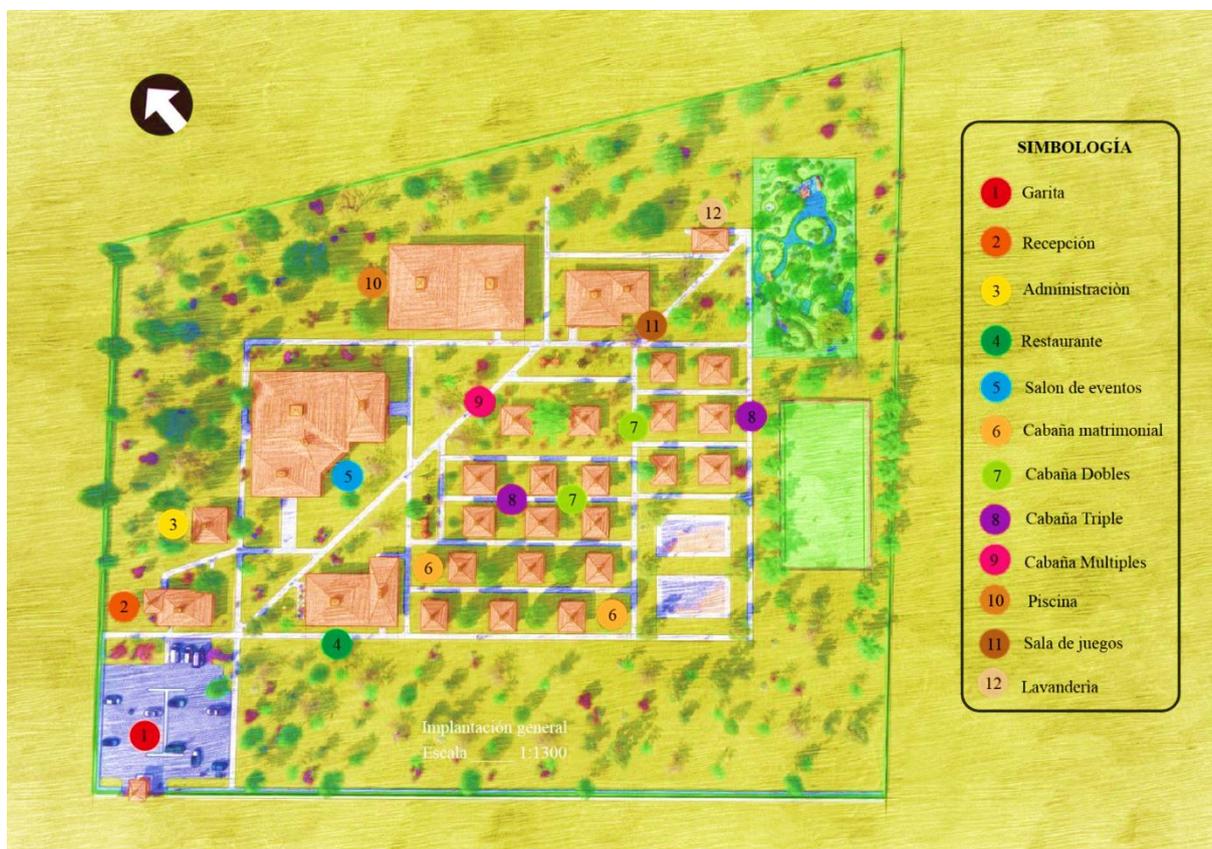
**Figura 30.** *Hacienda Tajamar*

*Plano de la Hacienda Tajamar en Google Earth*



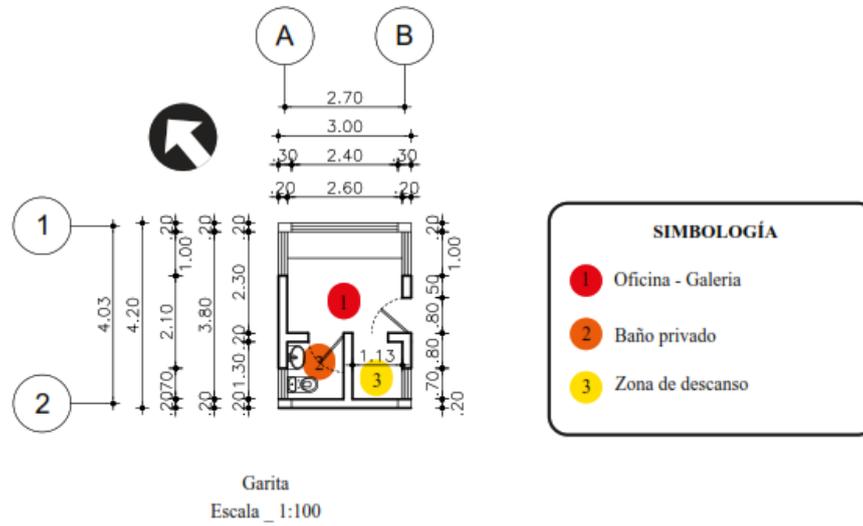
**Figura 31.** *Plano hectáreas*

*Plano de las 4 hectáreas del servicio que se va a implementar.*



**Figura 32. Garita**

*Diseño garita en 2D*



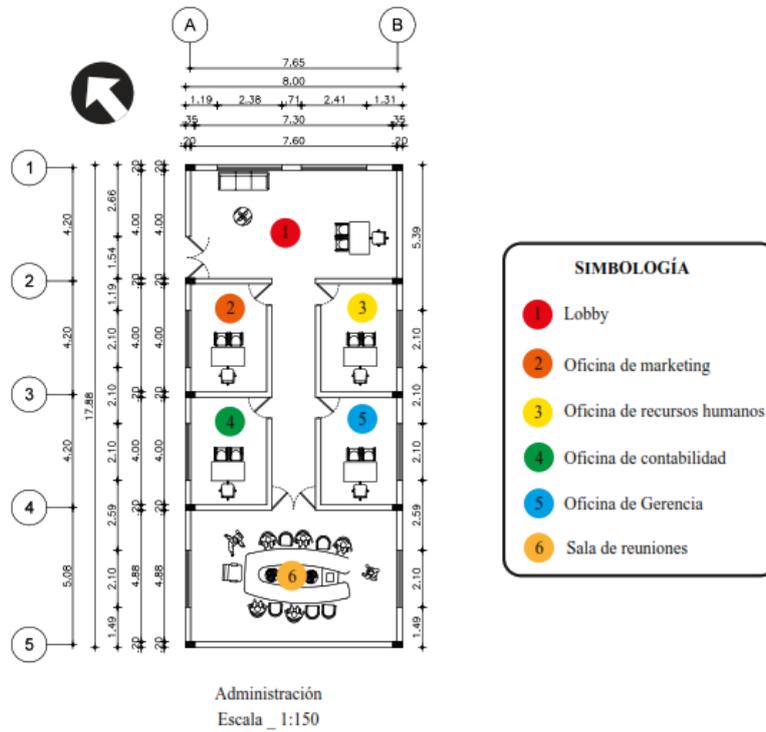
**Figura 33. Garita**

*Diseño garita en 3D*



**Figura 34.** *Administración*

*Diseño administración por fuera*



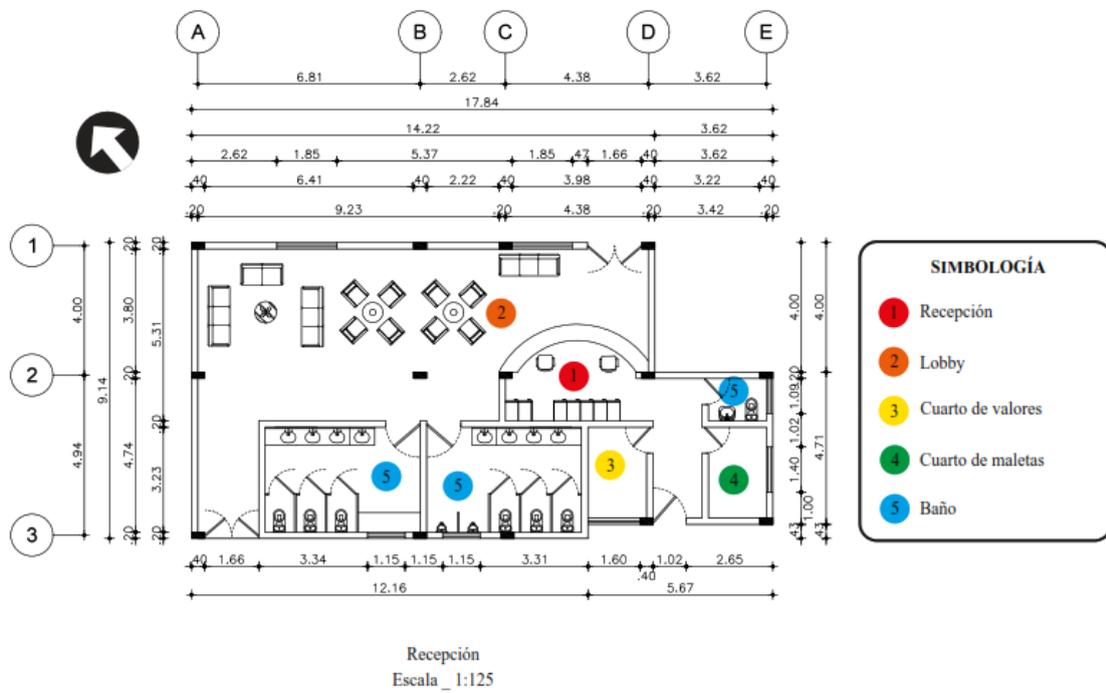
**Figura 35.** *Administración*

*Diseño de administración por fuera*



**Figura 36. Recepción**

*Diseño de recepción 2D*



**Figura 37. Recepción**

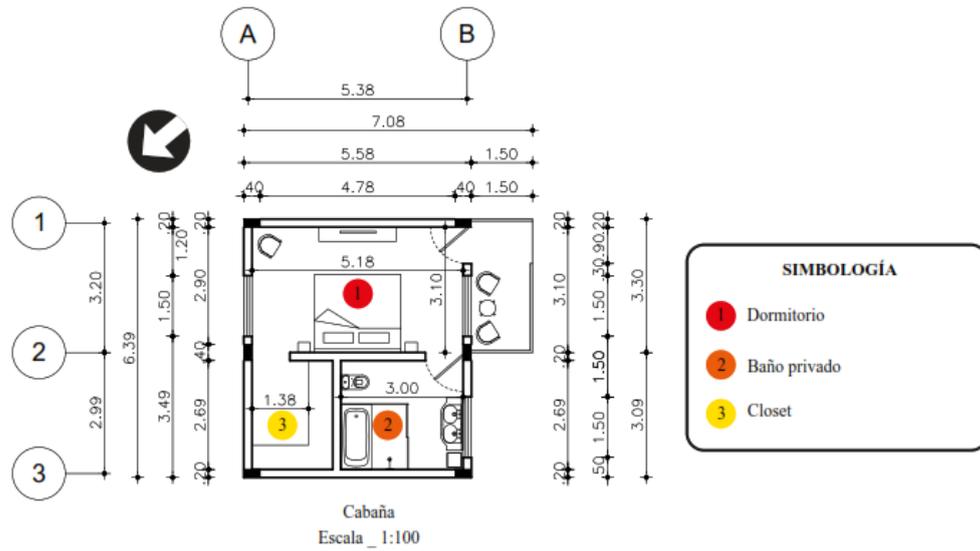
*Diseño de la recepción por fuera*



## Alojamiento / Cabañas / Habitaciones

**Figura 38.** Cabaña matrimonial

*Diseño cabañas matrimoniales en 2D*



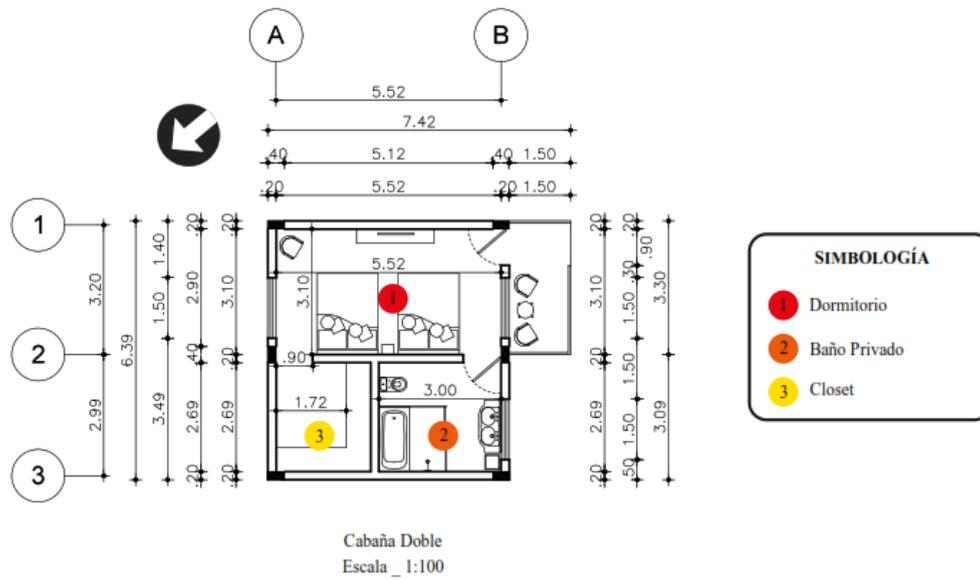
**Figura 39.** Cabañas matrimoniales

*Diseño cabañas matrimoniales por fuera*



**Figura 40.** Cabaña doble

*Diseño cabañas matrimoniales en 2D*



**Figura 41.** Cabaña doble

*Diseño de cabañas dobles por fuera 3D*



Servicio de alimentos

Figura 42. Restaurante

Diseño del restaurante en 2D

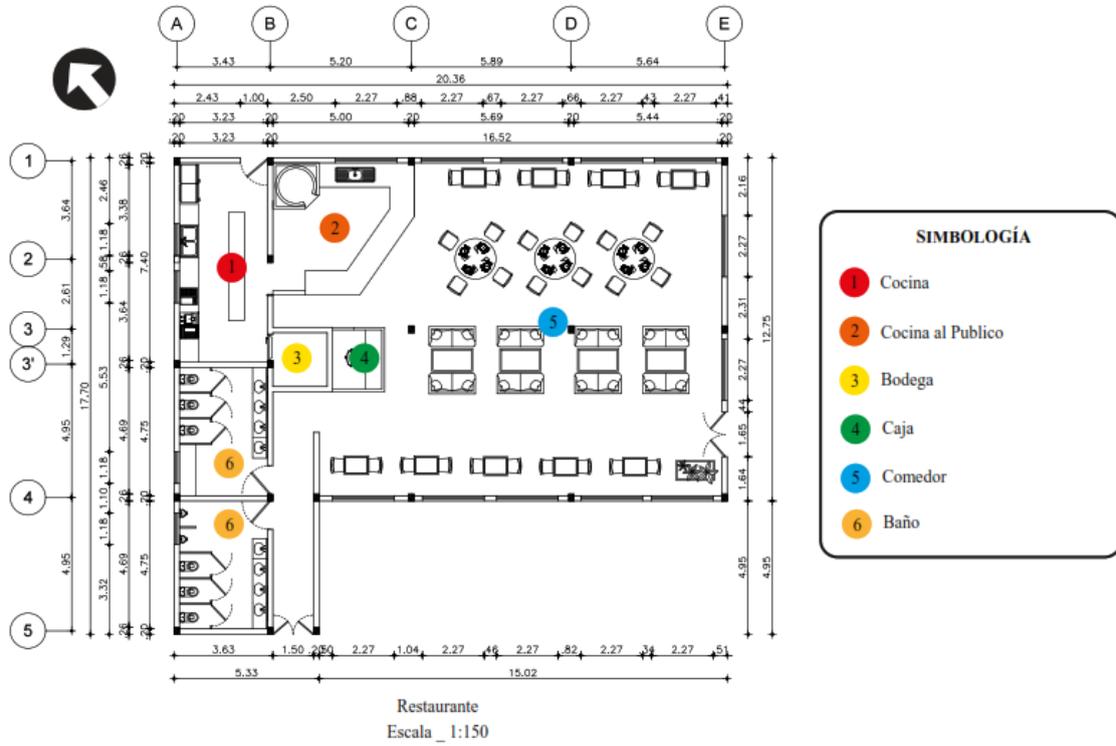


Figura 43. Restaurante

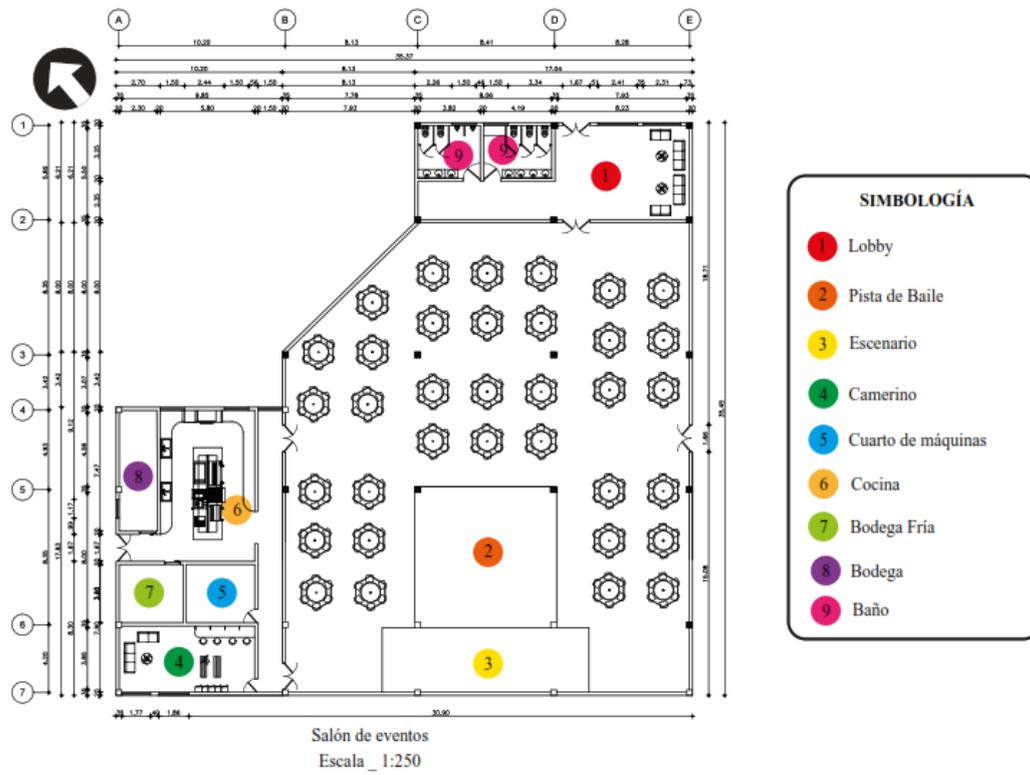
Diseño del restaurante por fuera



## Eventos

**Figura 44.** *Salón de eventos*

*Diseño del salón de eventos en 2D*



**Figura 45.** *Salón de eventos*

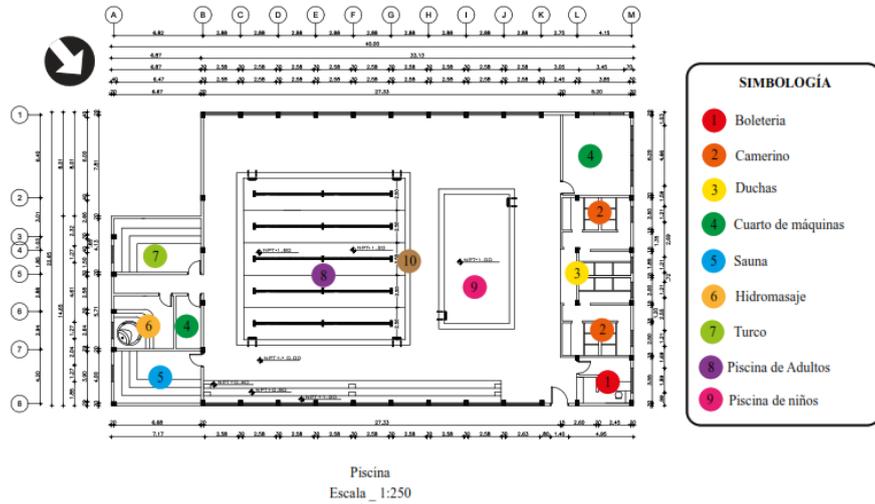
*Diseño del salón de eventos por fuera*



## Zona Húmeda

**Figura 46.** Zona húmeda

*Diseño de la zona húmeda en 2D que incluye, piscina, sauna, turco e hidromasaje*



**Figura 47.** Zona húmeda

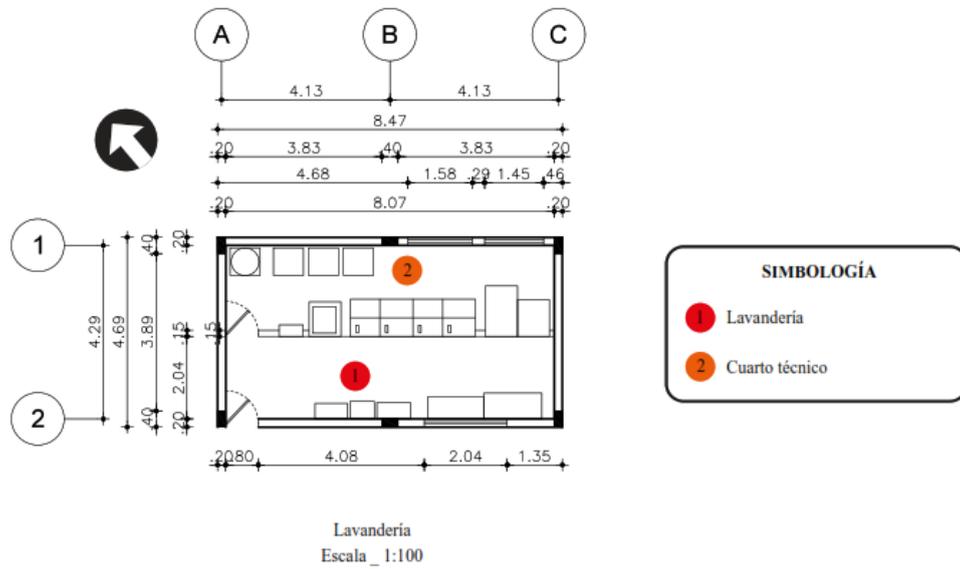
*Diseño del sitio de zona húmeda por fuera*





**Figura 50. Lavandería**

*Diseño de la lavandería en 2D*



**Figura 51. Lavandería**

*Diseño de la lavandería por fuera*



## Infraestructura

**Tabla 8. Infraestructura**

*Descripción de la infraestructura*

<b>Adecuaciones / construcciones</b>	<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Garita	Construcción de madera y ladrillo de 4 m <sup>2</sup>	1	\$960,00	\$960,00
Administración	Construcción de madera y ladrillo de 12,60 m <sup>2</sup>	1	\$4158,00	\$4158,00
Cabañas máster	Construcción estilo rústico de madera y ladrillo visto 40,63 m <sup>2</sup>	12	\$13.200,00	\$158.400,00
Restaurante	Construcción de ladrillo y madera de 250 m <sup>2</sup>	1	\$30.000,00	\$30.000,00
	Piscina rectangular de			

Zona húmeda	1198,61 $m^2$ y de 1,5 m de profundidad, temperada con calefón a Diesel e instalaciones de sauna, turco, hidro y spa.	1	\$102.169,20	\$102.169,20
Recepción	Construcción de ladrillo y madera de 25 $m^2$	1	\$66.937,50	\$6.000,00
Salón de eventos	Construcción de madera y ladrillo visto y ventanales 992,32 $m^2$	1	\$119.078,40	\$119.078,40
Sala de juegos	Construcción de ladrillo y madera de 25 $m^2$	1	\$3.000,00	\$3.000,00
Minigolf	Construcción 80 $m^2$	1	\$5.000,00	\$5.000,00

Lavandería	Construcción de ladrillo y madera 39,75 m <sup>2</sup>	1	\$4.770,00	\$4.770,00
Canchas	Cancha de vóley de 21,95m x 12,80m.  Cancha de futbol de 34,08m x 52,75m.	2	\$1000	\$2.000,00
			<b>TOTAL, DEL PRESUPUESTO</b>	<b>\$435.535,60</b>

*Nota.* Datos tomados de los precios reales en cuanto a infraestructura (Autoría propia, 2023)

### 3.4.2. Requerimientos por áreas

**Tabla 9. Maquinaria**

*Descripción de maquinaria y equipo*

Área	Equipo	Cantidad	Características	Valor
Restaurante / cocina	Congelador	1	Congelador industrial vertical de 1,80m de dos puertas	\$800,00
	Estufa industrial	2	Estufas con estructura junta que forme 4m	\$1.300,00
	Refrigerador	1	Refrigerador Top Mount de 262Lts con dispensador de agua exterior, superficie Anti Fingerprint y sistema de deshielo automático. (Whirlpool)	\$240,00
	Horno	1	Industrial	\$250,00
	Microondas	1	Con 5 niveles de potencia, 4 opciones para descongelar y 12 opciones de autococción. Con función mantener caliente, autolimpieza, modo ahorro de energía. Pantalla y control digital con LED, y plato giratorio.	\$130,00

			(Whirlpool)	
	Picatodo	1	0,3 litros de capacidad para que proceses una mayor cantidad de alimentos a la vez motor potente y duradero para procesar todo tipo de comidas pica, muele y mezcla diferentes alimentos e ingredientes, permite preparar una gran variedad de recetas. (Oster)	\$34,00
	Licuada	2	Licuada de 3 velocidades, capacidad de 5 tazas con trituradora de hielo. (Oster)	\$198,00
	Dispensadores de café	4	Capacidad de 50 tazas de café de 160 ml. (Umco)	\$400,00
	Waflera	1	Tres en uno: Placas reversibles para preparar waffles, dorar sándwiches o cocinar alimentos. (Oster)	\$80,00
	Batidora	2	Batidora de mano con pedestal, 6 velocidades y una función de turbo. (Oster).	\$200,00
	Freidora industrial	2	Industrial	\$420,00

	Campana extractor de olores	2	3 velocidades, potencia de 150 w.	\$137,98
	Lavabos industriales	3	Industrial	\$600,00
	Dispensador de jugos	2	Capacidad de 12 l con dos tanques. (Fritega)	\$125,00
	Lavadora de platos	1	Dimensiones 84,5x60x60cm y sistema triple filtro. (Indurama)	\$600,00
	Estanterías	5	Estantería Modular Angular Aluminio Ancho 68,9 a 562,4 cm - Fondo 37 o 57 cm	\$500,00
	Parrilla	1	Parillo grill, acero inoxidable pulido de 1.5 mm de espesor con parrillas en ángulo de acero inoxidable, llaves de alta seguridad y bandeja recolectora de grasa.	\$200,00
Restaurante / Comedor	Caja registradora	1	Caja mediana, dimensiones: 33 x 36 x 8cm (ancho - largo - altura). 4 compartimiento para billetes. 3 compartimiento para monedas. 1 deflector regulable.	\$60,00
	Juego comedor	13	Juego de Comedor	\$1.157,00

			Metálico Gris – 4 Puestos (ferrisariato)	
Habitaciones	Camas Queen	30	CAMA ZELANDA 2 ½ PLZ (Incluye veladores)	\$18.782,40
	Camas King	8	CAMA TAPIZADA CAMILA 3 PLZ (Incluye veladores)	\$6.137,60
	Camas Twin	4	CAMA PALERMO 1 ½ PLZ (Incluye veladores)	\$1.971,20
	Cama pequeña	2	Cama Toscana De Chaide - Una Plaza	\$590,00
	Sofá cama	2	Sofá Cama Foam 1 ½ plazas	\$480,00
	Televisiones	20	TCL Televisor LED 32" / L32S6500FS / HD	\$4.100,0
	Lámparas de mesa de noche	88	LAMPARA D/MESA E27 BLANCA 19535-1	\$1.647,36
	Armarios	20	Commodity Ropero cómoda con espejo / B700 / MDP	\$2.980,00
	Tocador	20	Tocador Yasmim C/Banqueta	\$3.344,00
	Teléfonos	20	Teléfono Fijo Intelbras Pleno Negro - Blanco	\$420,60
Caja fuerte	20	Caja Fuerte Electrónica De Sobreponer Silk	\$889,60	

	Porta maletas	20	Porta maletas de madera	\$200,00
Baños/habitaciones	Inodoros	20	INODORO ANDES (Asiento Universal para inodoro redondo caída libre, Herraje Andes, Medium Push Button)	\$1.027,80
	Lavamanos	20	LAVAMANOS PETITE OAKBROOK	\$620,20
	Muebles de baño	20	Mueble Fines Caoba 83x54cm	\$1.418,20
	Espejo de baño	20	Espejo Carbón 60 x 75 cm ESP60-CN	\$1.211,80
	Secadora de cabello	20	Secadora De Cabello Revlon W1875 Con Difusor Rv408	\$700,00
	Basureros	20	Tacho Redondo de 3 Litros con Pedal	\$178,00
	Regadera/Ducha	20	Regadera cuadrada abs 25 x 25 cm	\$903,20
	Extractor de olores	20	Extractor de baño 18 x 18 CM	\$433,40
	Sillas	240	Sillas Tiffany Eventos	\$5.760,00
	Mesas	20	Mesa Plegable Para Eventos 180cm*75cm Color Blanco	\$1.098,00

Salón de eventos	Inodoros	6	INODORO ANDES (Asiento Universal para inodoro redondo caída libre, Herraje Andes, Medium Push Button)	\$308,34
	Lavamanos	6	LAVAMANOS PETITE OAKBROOK	\$192,06
Lavandería	Lavadoras	4	Mabe Lavadora / LMD6124PBAB0 / 35 Libras	\$1.396,00
	Secadoras de ropa	5	Mabe Secadora / SMG47N8MSBAB0 / 48 libras	\$2.500,00
	Planchas	2	Black and Decker Plancha / Irbd100 / Antiadherente	\$36,00
	Planchas industriales	2		\$2.000,00
	Estanterías	5		\$500,00
	Baño y lavabo	1	COMBO MÁSTER ANDES SIN PEDESTAL Y CROSS ABS SUPER	\$55,30
Recepción	Computadora	1	Computadora de escritorio HP Elite Intel Core i5 de 3,1 GHz, 8 GB de RAM, disco duro de 1 TB, DVDRW, monitor LCD de 19 pulgadas, teclado, ratón, USB WiFi,	\$185,26

			Windows 10	
	Impresora	1	HP Impresora / 500 Smart Tank / Multifunción	\$195,00
	Caja registradora	1		\$60,00
Piscina	Calderas	2		\$1600,00
			<b>Total</b>	<b>\$71.353,30</b>

*Nota.* Datos tomados de los precios de maquinaria y equipo (Autoría propia, 2022).

**Tabla 10. Insumos***Descripción de insumos*

<b>Área</b>	<b>Insumo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Características</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Habitaciones	Colchón 2 ½ plazas	30	Paraíso Colchón / 5 Estrellas Azul / 2.5 Plazas	\$249,00	\$7.470,00
	Colchón 3 plazas	8	Colchón paraíso bamboo	\$235,00	\$1.880,00
	Colchón 1 ½ plazas	4	Chaide y Chaide Colchón / Imperial Fr Vn	\$115,00	\$460,00
	Colchón 1 plaza	2	Colchón 1 plaza chaide ortopédico prensado tradicional	\$149,50	\$299,00
	Sábanas 2 ½ plazas	50	Juego de Sábanas Básica Blanco Queen	\$28,99	\$1.449,50
	Sábanas 3 plazas	20	Juego de Sábanas Básica Blanco King	\$34,99	\$699,80
	Sábanas 1 ½ plazas	20	Juego de Sábanas Básica Blanco Twin	\$23,99	\$479,80
	Edredón 2 ½ plazas	50	Cobertor Duvet Blanco Queen	\$40,99	\$2.049,50
	Edredón 3 plazas	20	Cobertor Duvet Blanco King	\$45,99	\$919,80

	Edredón 1 ½ plazas	20	Cobertor Básico Blanco Twin	\$35,99	\$719,80
	Almohadas	90	Almohada Ultra Nasa	\$24,00	\$2.160,00
	Cortinas	40	42 x 36 pulgadas por panel	\$15,75	\$630,00
	Olla	5	Olla de 7,5 litros (8 cuartos) con tapa	\$43,99	\$219,95
	Cazo	3	Cazo de 3,7 litros (4 cuartos) con tapa	\$50,00	\$150,00
	Cazo	3	Cazo de 1,9 litros (2 cuartos) con tapa	\$50,00	\$150,00

Cocina	Sartén	3	Sartén antiadherente de 30,5 cm (12 pulgadas)	\$40,00	\$120,00
	Sartén	2	Sartén antiadherente de 20,3 cm (8 pulgadas).	\$15,00	\$30,00
	Olla vaporera	2	Olla Vaporera Oster 5711	\$55,00	\$110,00
	Cuchillo	10	Cuchillo de chef. 20 o 25 cm (8 o 10 pulgadas)	\$74,99	\$749,90
	Cuchillo	10	Cuchillo para pelar. 10 o 15 cm (4 o 6 pulgadas)	\$50,00	\$500,00
	Cuchillo sierra	5	Cuchillo de sierra. 20 cm (8 pulgadas)	\$20,00	\$100,00
	Tabla de cortar	3	Tabla de Picar de Bambú 22X14cm.	\$25,00	\$75,00
	Rallador	3	Rallador acero inoxidable	\$10,00	\$30,00
	Cucharas de madera	5	9.0 in de cuchara de sopa	\$10,00	\$50,00
	Espumadera	3	Espumaderas Acero Inoxidable	\$8,00	\$24,00
Cucharon	5	Cazo para servir con borde de silicona	\$5,30	\$26,50	

	Espátula	5	Espátula De Acero Inoxidable	\$13,00	\$65,00
	Espátula	2	Espátula de goma pequeña de 8.5 pulgadas	\$15,00	\$30,00
	Batidor	3	Batidora de mano de acero inoxidable	\$15,00	\$45,00
	Pinzas	5	Pinzas de Silicona 9" y 12"	\$6,49	\$32,45
	Tazones	10	WMF Bol Gourmet, (16, 18, 22, 24 cm), Acero inoxidable 18/10	\$50,00	\$500,00
	Vasos	50	Vasos de vidrio para beber (17 onzas)	\$5,96	\$298,00
	Vajilla	5	Vajilla Andina 16Pz Euro Alba	\$39,63	\$198,15
	Cubiertos	5	Juego de Cubiertos Dorados 24 Piezas	\$52,99	\$264,95
Restaurante	Lámparas	7	Lampara de techo dorado satinado 3l e27	\$44,73	\$313,11
	Manteles	13	Mantel de encaje de macramé decorativo con patrón bohemio vintage AMZAL	\$30	\$390,00
Salón de eventos	Lámparas	5	Lámpara colgante Betina	\$165,18	\$825,90

	Sillones	3	Commodity Sillón THAINA GRIS	\$165,00	\$495,00
Piscina	Camastros	5	Reposera De Aluminio Camastro Exterior	\$84,90	\$424,50
	Cloro	2	Tricloro Tableta Pastillas 1 Pulgada 1 Kg Alberca	\$298,00	\$596,00
Sauna	Calefactor	1	Calefactor de sauna combi, para las termas romanas particulares	\$599,00	\$599,00
	Piedras	1	PIEDRAS PARA SAUNA (10 Kg)	\$30,00	\$30,00
	Ventilador	3	Ita Nest Sauna Sala de vapor, ventilación de aire	\$18,27	\$54,81
	Salida de vapor	1	Salida De Vapor Para Baño Turco En Acero Inoxidable	\$390,00	\$390,00
Turco	Bancas	4	Bancas de madera para turco	\$100,00	\$400,00
	Bombas para SPA	2	Protección IPX5 y un caudal máximo de 925L/min	\$219,00	\$438,00
Hidromasaje	Jacuzzi	1		\$800,00	\$800,00

	Paneles de control	2	Panel de Spa, Spaserve, Kingston, KL8-3H / 3 TCP8	\$181,42	\$362,84
Sala de juegos	Futbolito	1	Game Room Size Foosball Table	\$121,05	\$121,05
	Billar	1	Mesa de billar Brunswick Regina 1924 antigua 10' x 5"	\$500,00	\$500,00
	Ping pong	1	Tenis de mesa de tamaño mediano	\$127,50	\$127,50
Lavandería	Detergente líquido	10	Ciclón Detergente Liquido	\$5,00	\$50,00
	Cloro	5	Cloro	\$22,50	\$112,50
	Jabón	1	Caja de jabón líquido para manos	\$50,00	\$50,00
	Shampoo	1	Caja de shampoo para habitaciones	\$50,00	\$50,00
	Acondicionador	1	Caja de acondicionador para habitaciones	\$50,00	\$50,00
	Papel higiénico	5	Paca papel higiénico triple hoja de alto rendimiento	\$26,00	\$13,00
	Pañuelos	5	Pacas de pañuelos familia	\$2,49	\$12,45

	Aguas	200	Aguas botella de vidrio para habitaciones	\$1,00	\$200,00
	Aromatizantes	50	Aromatizantes para habitaciones	\$3,00	\$150,00
	Toalla de cuerpo	70	Toallas de Baño Grandes	\$30,99	\$2169,30
	Toalla de manos	70	Toallas de mano de algodón clásico	\$28,99	\$2029,30
	Batas	25	BATA DE BAÑO CON CAPUCHA	\$19,04	\$476,00
	Escobas	5	Escoba fibra industrial 30 cmts	\$5,42	\$27,10
	Trapeadores	5	ESCURRIDOR HURRICANE SPIN MO	\$46,32	\$231,60
				<b>Total</b>	<b>\$35.475,06</b>

*Nota.* Datos tomados de los precios de insumos (Autoría propia, 2022).

### 3.5. Inversión y capital de trabajo

**Tabla 11. Inversión**

*Descripción de inversión*

Construcción/adequaciones	\$435.535,60 USD
Maquinaria y equipos	\$71.353,30 USD
Insumos y requerimientos	\$35.475,06 USD
<b>TOTAL</b>	<b>\$542.363,96 USD</b>

*Nota.* Datos tomados de las tablas de construcción, maquinaria e insumos (Autoría propia, 2022).

### 3.6. Estructura organizativa y administrativa

#### 3.6.1. Misión

Brindar nuevas experiencias a nuestros clientes a través de un servicio de calidad siendo este personalizado y eficiente yendo de la mano con el cuidado del medio ambiente.

#### 3.6.2. Visión

Ser reconocidos nacionalmente como un servicio de alojamiento que brinda atención de alta calidad ofreciendo belleza paisajística, historia y sobre todo el valor etnobiológico.

#### 3.6.3. Políticas

- Realizar cursos de capacitación para los empleados anuales.
- Brindar un servicio de calidad acorde al precio establecido.
- Formar líderes de trabajos para que guíen a los demás.
- Brindar un entorno amigable, solidario y positivo para los empleados.
- Valorar la ley.

### 3.6.4. Valores

- **Honestidad.** - El compromiso de los miembros de la Hacienda Tajamar, es buscar la transparencia con la empresa mismo y los consumidores.
- **Respeto.** – Para una convivencia sana y pacifica es fundamental el respeto.
- **Justicia.** - Cada miembro conocerá las condiciones para vivir en libertad y en igualdad; tomar decisiones comunes a través del diálogo de manera responsable y que los derechos de las personas valgan.
- **Responsabilidad.** - Es un valor principal dado que es la consciencia de las consecuencias de lo que se hace y se deja de hacer.
- **Creatividad.** - La creatividad busca encontrar y pulir el talento para hacer y solucionar problemas del entorno de la empresa, esto a través de compartir ideas diferentes o conocimientos variados.
- **Perseverancia.** – Con el fin de que la empresa avance y continúe actualizándose y ser reconocida por el trabajo constante.

### 3.6.5. Marca e imagen corporativa

**Figura 52.** Logo

*Diseño del logotipo*

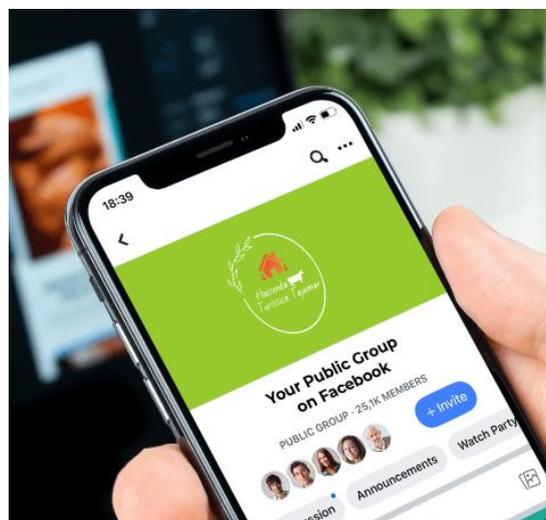


La marca se desea registrar con este logo y colores ya que además de ser una hacienda turística como tal es una hacienda ganadera también, entonces es importante indicar que allí se podrá observar la actividad ganadera aparte del alojamiento con el fin de contribuir a las actividades del campo. Por otro lado, los colores escogidos son porque el blanco representa pureza, limpieza, claridad, paz, inocencia y espacio, el color verde representa tranquilidad, calma, naturalidad, salud, crecimiento y vida, aunque también se utiliza para representar al dinero, finalmente el color naranja representa la calidez, al positivismo, a la energía, al entusiasmo, a la naturalidad y a la fuerza. Al escoger estos colores buscamos mostrar y brindar a los clientes mucho de la transparencia, calidad y pues con el pasar del tiempo crecer y convertirnos en una hacienda consolidada al 100 por ciento.

### *Aplicación de la identidad*

#### **Figura 53.** Facebook

*Logo de la identidad en una página de Facebook*



**Figura 54.** *Valla publicitaria*

*Logo de la identidad en una valla publicitaria*



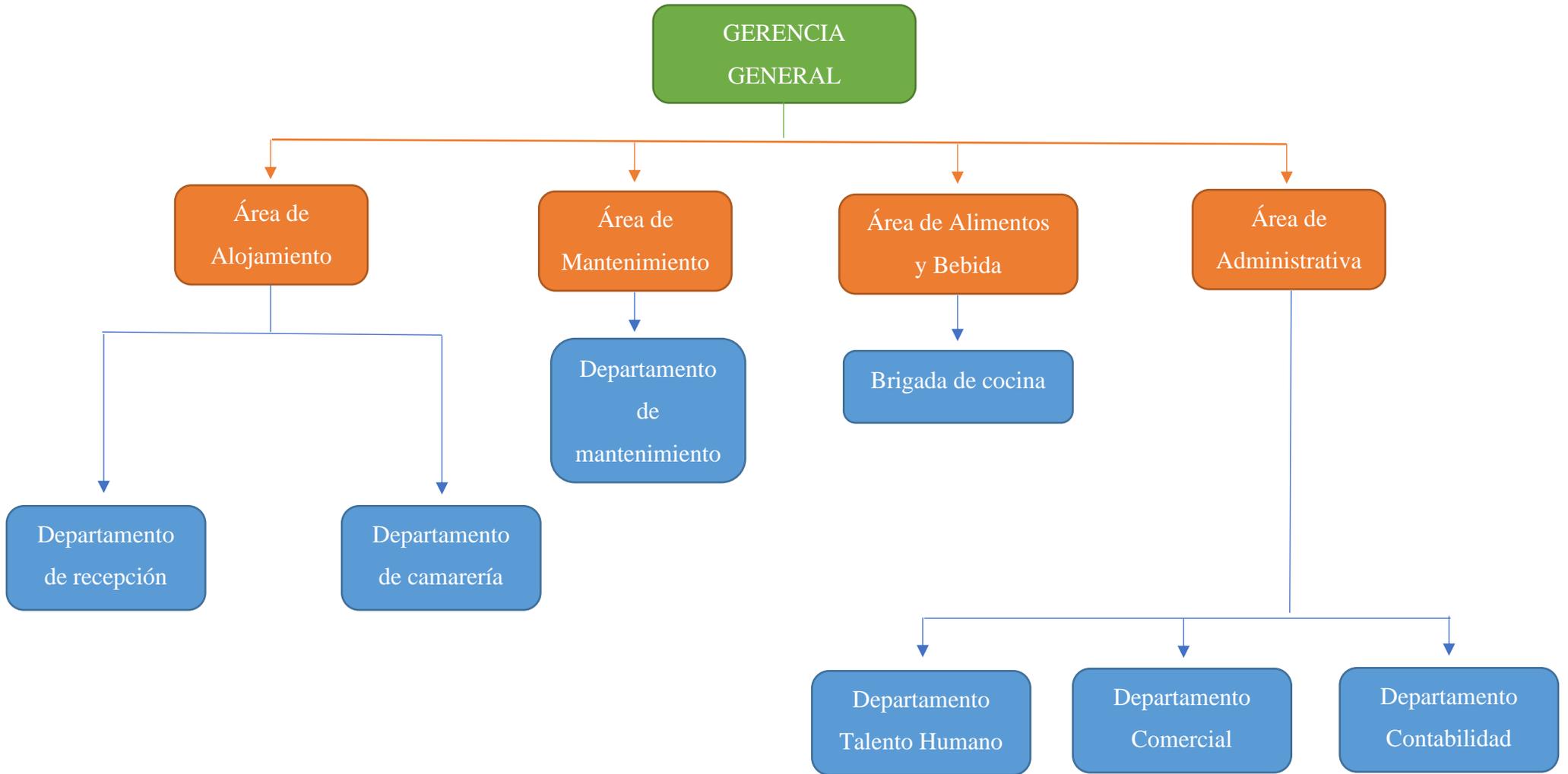
**Figura 55.** *Uniforme*

*Logo de la identidad en un uniforme.*



### 3.6.6. Organigramas

#### *Organigrama Administrativo*



La hacienda como tal necesita la presencia de ciertos departamentos que son indispensables para el manejo correcto del emprendimiento por lo que se ha colocada cada una de las áreas operativas con su respectivo departamento (Clavijo, 2016).

### **Gerencia General**

Se considera a esta área como administrativa por lo que es importante que quien ocupe este cargo este empapado en conocimiento sobre manejo de empresas turísticas para que brinde soporte a la gestión administrativa de la hacienda.

### **Área de alojamiento**

Esta área se encarga del manejo del alojamiento, es decir, cómo se mueve, de qué manera se brinda el servicio a los clientes y como se distribuyen las funciones para cada empleado que está en contacto directo con el cliente al momento que este llega a alojarse.

### **Departamento de recepción**

Es el espacio en el que el encargado cuenta con todas las aptitudes para recibir al cliente, sabe tratar y hacer sentir en casa a este, le brinda toda la información pertinente sobre los servicios que se ofertan en la hacienda.

### **Departamento de Camarería**

El departamento de camarería se encarga de la limpieza y organización de las habitaciones y servicios que requieren de atención inmediata, cada empleado en esta área tiene asignada un espacio que debe cubrir con su servicio cada que un cliente salga de la habitación y cada que se solicite.

### **Área de mantenimiento**

Esta área se encarga de mantener todos los espacios de la hacienda en una constante actualización para que no se deteriore con el paso del tiempo, de dar una respuesta inmediata a cualquier tipo de problema físico que se presente con el fin de que todo se mantenga en buen estado.

## **Departamento de mantenimiento**

Este departamento debe contar con empleados capacitados en reparación de fachadas, construcción, electricidad, plomería y todos esos aspectos importantes que son indispensables para hacerle mantenimiento a cada una de las áreas de la hacienda.

## **Área de alimentos y bebidas**

Esta área se encarga de alimentar a todas las personas que se encuentren en la hacienda, su función se basa en enamorar el paladar de cada uno de los clientes que entren a la hacienda.

## **Brigada de Cocina**

En este espacio los encargados cuentan con los conocimientos aptos para preparar platillos y una gran variedad de comidas que dejen satisfecho al cliente. Se encargan de elegir y pedir los alimentos para prepararlos y posterior a esto pasarlos a la mesa con el fin de cubrir esta necesidad importante.

## **Área administrativa**

Esta área se encarga de ayudar al gerente con el manejo de la hacienda en sí, ya que se encuentra el departamento de talento humano, comercial y de contabilidad, que también son actores importantes a la hora de tomar decisiones en la empresa.

## **Departamento de talento humano**

Este departamento se encarga de contactar y contratar al personal ideal para la hacienda.

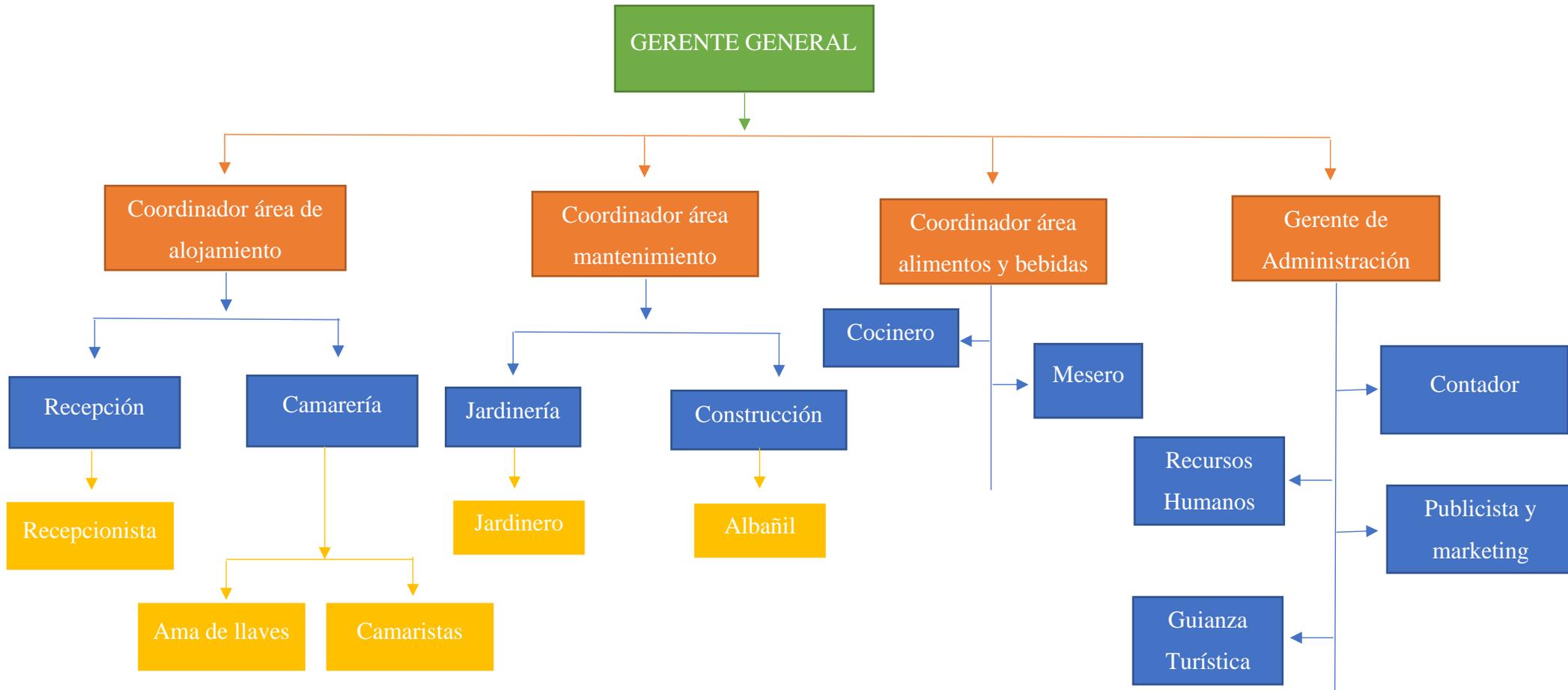
## **Departamento Comercial**

Este departamento se encarga del área de marketing, de la imagen de la empresa y de como esta se da a conocer en el mercado.

## **Departamento de Contabilidad**

Este departamento se encarga del manejo de las finanzas de la empresa, sin este no se podría ver el avance de la empresa económicamente.

*Organigrama Funcional*



En la hacienda turística Tajamar se destaca también el personal encargado de cada uno de los departamentos a considerarse, es así como se detalla la organización y las características que debe tener una persona en cada uno de los puestos que se estableció anteriormente (Huanto, 2020).

### **Gerente general**

- Corresponder al área administrativa
- Contar con título de tercer nivel, en administración de empresas o en turismo
- Experiencia laboral mínima de 4 años en la industria Hotelera
- Brindar soporte a toda la gestión administrativa
- Practicar valores
- Contar con varias capacitaciones en comunicación, seguridad y salud, coaching empresarial

### **Coordinador área de alojamiento**

- Contar con título de tercer nivel, en turismo o afines
- Experiencia laboral mínima de 2 años en la industria Hotelera
- Coordinar las actividades entre el personal de recepción y camarería
- Brindar soluciones inmediatas
- Practicar valores
- Contar con capacitaciones en manejo de personal, clientes y proveedores

### **Recepción – Recepcionista**

- Estar familiarizado con el servicio, experiencia laboral mínima de 1 año en la industria Hotelera
- Dominar el idioma inglés
- Elaborar y compartir documentación necesaria
- Practicar valores
- Supervisar la cotización de reservas de los servicios que se brindan en la hacienda
- Contar con capacitaciones en comunicación oral y escrita

### **Camarería**

#### ***Ama de llaves***

- Estar familiarizado con el servicio en la industria Hotelera

- Capacidad de organizar y supervisar el servicio de lavandería y lencería
- Conocimiento de asistencia técnica y operativa en el área de limpieza y habitaciones
- Tener espíritu de liderazgo para la distribución del personal
- Practicar valores

### ***Camaristas***

- Estar familiarizado con el servicio en la industria Hotelera
- Brindar asistencia inmediata
- Conocimiento de asistencia técnica - operativa en el área de limpieza y organización de habitaciones
- Practicar valores

### **Coordinador área de mantenimiento**

- Estar familiarizado con el servicio en la industria Hotelera
- Experiencia laboral mínima de un año
- Brindar asistencia inmediata
- Poseer conocimientos de construcción, electricidad y plomería
- Considerarse una persona con habilidades que puede brindar soluciones
- Tener espíritu de liderazgo
- Practicar valores

### **Jardinería - Jardinero**

- Estar capacitado en áreas verdes y jardinería
- Experiencia laboral mínima de un año
- Contar con el conocimiento de manejo de máquinas agrícolas
- Practicar valores

### **Construcción – Albañil**

- Estar capacitado en áreas de construcción y albañilería
- Experiencia laboral mínima de un año
- Practicar valores
- Disponibilidad de tiempo completo

### **Coordinador área de alimentos y bebidas**

- Estar familiarizado con el servicio en industria hotelera

- Corresponder al área gastronómica
- Contar con título de tercer nivel, en gastronomía
- Experiencia laboral mínima de un año en la industria Hotelera
- Brindar soporte a toda la gestión culinaria
- Practicar valores
- Contar con varias capacitaciones en comunicación y manejo del personal relacionado a la cocina

### **Cocinero**

- Estar familiarizado con el servicio en industria hotelera
- Corresponder al área gastronómica
- Contar con título de tercer nivel, en gastronomía
- Experiencia laboral mínima de un año en la industria Hotelera
- Practicar valores

### **Mesero**

- Estar familiarizado con el servicio en industria hotelera
- Saber matemáticas
- Practicar valores
- Tener habilidades de comunicación oral
- Contar con capacitación sobre atención al cliente

### **Gerente de administración**

- Corresponder al área administrativa
- Contar con título de tercer nivel, en administración de empresas
- Experiencia laboral mínima de tres años en comercialización y mercadeo
- Practicar valores
- Contar con varias capacitaciones en comunicación oral, matemáticas y razonamiento lógico, marketing y publicidad, técnicas de ventas.

### **Contador**

- Corresponder al área contable
- Contar con título de tercer nivel, en contabilidad y auditoría
- Experiencia laboral mínima de dos años

- Practicar valores
- Contar con varias capacitaciones en manejo de páginas del SRI, sistema de facturación electrónica, proceso de auditorías internas

### **Publicista y Marketing**

- Corresponder al área de marketing y publicidad
- Contar con título de tercer nivel, en marketing o carreras afines
- Experiencia laboral mínima de un año en promoción de industria Hotelera
- Practicar valores
- Contar con varias capacitaciones en marketing y publicidad, jefe de ventas y técnicas de ventas, creatividad e innovación de productos.

## UNIDAD 4. ESTUDIO AMBIENTAL

### 4.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

#### 4.1.1. Descripción

La Evaluación del Impacto Ambiental es un procedimiento que incluye el conjunto de estudios, informes técnicos y consultas que permiten evaluar las consecuencias que un determinado proyecto, instalación o actividad causa sobre el medio ambiente. Se trata de un análisis a través del que forma un juicio objetivo y a partir del cual se aprueba o se rechaza un proyecto, en este caso el proyecto de alojamiento turístico en la Hacienda Agrícola - Ganadera Tajamar.

##### 4.1.1.1. Capacidad del proyecto

Algunos datos para considerar para poder realizar la evaluación de impacto ambiental son:

- Hectáreas: 4ha
- Número de cabañas: 20 cabañas
- Capacidad de cabaña: 2 personas, 4 personas y 6 personas.
- Se pretende implementar cabañas y una sección de edificios de habitaciones que es el servicio principal, servicios complementarios como caminos para realizar senderismo, parqueadero, piscina, restaurante, una casa principal (administración), salón de eventos, áreas húmedas, áreas recreativas, entre otros.

#### 4.1.2. Introducción

En la actualidad, la sociedad demanda a las organizaciones que se impliquen en el cuidado del medio ambiente y en respuesta a estas exigencias las organizaciones han visto en los Sistemas de Gestión Ambiental una oportunidad para mejorar su comportamiento ambiental. Existen aspectos ambientales que son los elementos resultantes de las actividades que realizamos, los cuales interactúan con el medio ambiente. Así mismo, el impacto ambiental son los cambios en el medio ambiente, sean estos positivos o negativos. Es así como la parroquia Tupigachi, en el cantón Pedro Moncayo, dispone de recursos naturales asociados a un ambiente andino, en un entorno rodeado de montañas, con población que se dedica mayormente a la agricultura y ganadería. En este contexto, se encuentra la hacienda Tajamar, con características que favorecen la intención de fomentar emprendimientos

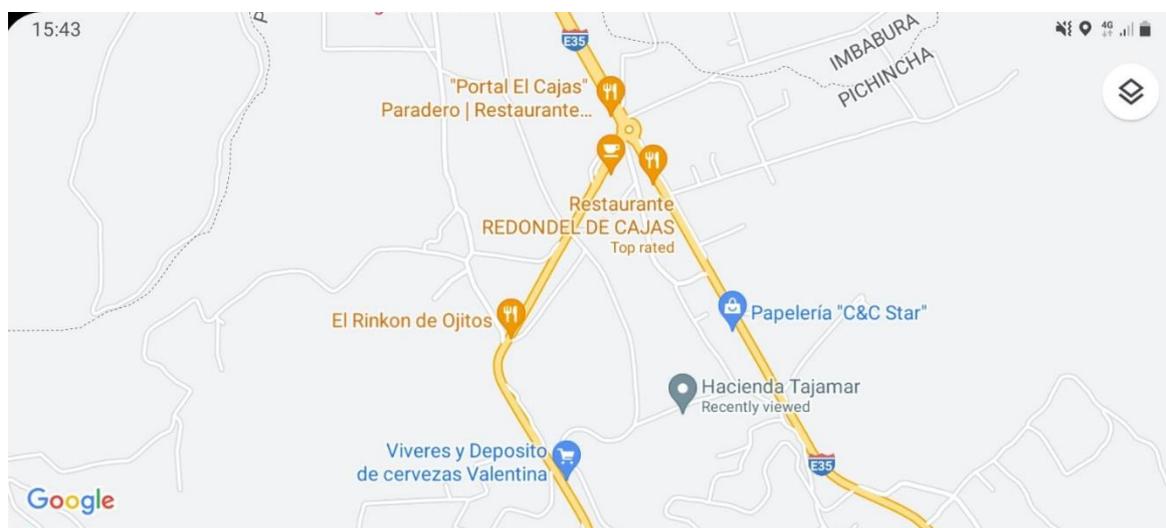
turísticos. Hasta el momento el lugar dispone de reducida oferta para servicios turísticos de los que se mencionan, por lo tanto, se realizará un estudio de impactos ambientales a través de la Matriz del método CRI para ver cuán factible para el ambiente es este proyecto y la innovación de la implementación de este.

#### ***4.1.2.1. Definición del área de estudio***

El área de estudio se centra en la parroquia de Tupigachi, en el cantón Pedro Moncayo, Pichincha – Ecuador. El entorno en cuestión es relevante para el estudio puesto que en dicha hacienda se basa el diseño agroecológico con temática ganadera y se busca implementar el servicio de alojamiento de tal manera que se implemente el sector turístico como fuente principal de recursos económicos. A continuación, se puede observar desde Google Maps el lugar donde se encuentra actualmente la hacienda.

**Figura 56.** *Hacienda Tajamar*

*Ubicación de la Hacienda Turística Tajamar en Tupigachi – Pedro Moncayo*



### **4.1.3. Objetivos**

#### ***4.1.3.1. Objetivo General***

Realizar la evaluación del impacto ambiental que producirá la Hacienda Agrícola – Ganadera, Tajamar a través del método de la matriz de CRI, con el fin de conocer la

magnitud de los impactos sean estos positivos o negativos en la etapa de construcción y operación.

#### ***4.1.3.2. Objetivos Específicos***

Definir cuáles son las actividades que se realizarán en la Hacienda Agrícola – Ganadera, Tajamar.

Examinar los impactos ambientales que se pueden presentar por las actividades en la Hacienda Agrícola – Ganadera, Tajamar, mediante la matriz de interacción.

Realizar el análisis en la matriz de CRI tomando en cuenta los componentes, impactos y valores que hayan sido determinados e interpretar los resultados obtenidos.

Elaborar un plan de manejo, donde se reflejen medidas para mitigar o remediar los impactos ambientales que pueda presentar las etapas de construcción y operación de la hacienda.

Aportar a la conservación y manejo del medio ambiente.

### **4.2. Determinación de la metodología**

La identificación y evaluación de impactos ambientales es una herramienta que permite predecir y analizar los potenciales impactos, tanto positivos y negativos, sobre los factores ambientales que conforman el área de influencia sobre la que actuará el proyecto; obteniéndose resultados que orienten y permitan estructurar planes y programas de manejo ambiental que optimicen, prevengan y mitiguen las distintas situaciones que se presentarán durante el desarrollo del proyecto (fases de construcción, operación/mantenimiento y abandono) (Paz, 2011).

### **4.3. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.**

#### **4.3.1. Identificación de impactos**

Previo a la valoración cuantitativa de los impactos, se realizará una valoración cualitativa de estos, para identificar los potenciales impactos ambientales que se producirán en el área de influencia del proyecto. Se identificarán los impactos más relevantes y

significativos a presentarse, con el objetivo de detectar situaciones de causa y efecto que dan origen a los impactos ambientales (Paz, 2011).

#### 4.3.2. Valoración de Impactos Ambientales

La metodología de los Criterios Relevantes Integrados (CRI) es posible aplicarla en proyectos específicos en los que se requiere la participación de un grupo multidisciplinario de profesionales en diversas áreas, es así como, este parte de una idea de que un posible impacto ambiental se puede valorar desde una discusión y un análisis de criterios de valor ambiental y estos se obtienen dependiendo la naturaleza del proyecto (Ortiz, 2016).

La valoración de cada impacto ambiental, según la metodología de Criterios Relevantes Integrados, se realiza a través de la evaluación de la Intensidad, Extensión y Duración, Reversibilidad e Incidencia. También se establece una escala de valores para las variables de Intensidad (I), Extensión (E), Duración (D), Reversibilidad (Re) e Incidencia (G) para la valoración de cada elemento, según los siguientes criterios:

**Tabla 12.** *Criterios*

*Descripción de los parámetros a considerar*

Parámetro	Criterio	Escala	Valor
<b>Intensidad del Impacto (I)</b>	Se refiere al grado con el que un impacto altera a un determinado elemento del ambiente, por tanto, está en relación con la fragilidad y sensibilidad de dicho elemento, puede ser alto, medio o bajo. El valor numérico de la intensidad varía dependiendo del grado del cambio sufrido. Esta calificación de carácter subjetivo establece la predicción del cambio neto entre las condiciones, con y sin proyecto.	Alto	3
		Medio	2
		Bajo	1
<b>Extensión o influencia espacial (E)</b>	Determina el área geográfica de influencia teórica que será afectada por un impacto en relación con el entorno del proyecto (porcentaje de área impactada respecto al entorno)	Regional	3
		Local	2

	en que se manifiesta el efecto), pudiendo esta ser puntual, local, regional.	Puntual	1
<b>Duración (D)</b>	Se refiere al tiempo que supuestamente permanecería el efecto, desde su aparición, y a partir del cual el factor afectado retornaría a las condiciones iniciales, previo a la acción de medios naturales o mediante la introducción de medidas correctoras. La duración es independiente de la reversibilidad.	>10 años - Largo	3
		5-10 años - Mediano	2
		0-5 años - Corto	1

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

#### 4.3.3. Determinación de la Magnitud del Impacto

Una vez analizado y valorado cada parámetro sintetizado en la Tabla No.1, en cada una de las interacciones de la matriz de identificación, se procede con el cálculo de la Magnitud del Impacto que es el efecto de la acción, como resultado de la sumatoria acumulada de los valores obtenidos de las variables de intensidad (I), extensión (E) y duración (D), donde cada variable se multiplica por el valor de peso asignado. Esto se indica en la siguiente formula:

$$\mathbf{Ma = (I * WI) + (E * WE) + (D * WD)}$$

- Ma: Valor calculado de la magnitud del impacto ambiental
- I: Valor del criterio de intensidad del impacto
- WI: Peso del criterio de intensidad
- D: Valor del criterio de duración del impacto
- WD: Peso del criterio de duración del impacto
- E: Valor del criterio de extensión del impacto
- WE: Peso del criterio de extensión

Las ponderaciones para el cálculo de la magnitud se estimaron mediante el criterio de representatividad de cada variable (I, E, D). Para el presente caso se propuso los siguientes valores para los pesos o factores de ponderación:

- Peso del criterio de intensidad (WI): 0.40
- Peso del criterio de extensión (WE): 0.40
- Peso del criterio de duración (WD): 0.20

$$WI+WE +WD = 1$$

Al valor final de la magnitud se le asigna el signo negativo si el impacto evaluado cualitativamente es de carácter adverso y no se coloca signo alguno si es de carácter benéfico. A esta valorización se la llega a determinar una vez analizados los impactos en cada interacción de la matriz de identificación.

#### 4.3.4. Determinación del Valor del Índice Ambiental

Una vez obtenido el valor de la magnitud de los impactos, se continúa con la evaluación del Índice de Impacto Ambiental (VIA). El valor del índice ambiental está dado en función de las características del impacto y se calcula mediante los valores de reversibilidad, incidencia y magnitud; los mismos que contienen valores exponenciales, que son valores de peso:

#### Fórmula de Valor de Índice Ambiental:

$$VIA = (R^{wr} * RG^{wrg} * M^{wm})$$

Donde:

<b>R</b>	<b>Reversibilidad</b>	<b>wr= peso del criterio reversibilidad</b>
<b>RG</b>	<b>Riesgo</b>	<b>wrg= peso del criterio riesgo</b>
<b>M</b>	<b>Magnitud</b>	<b>wm= peso del criterio magnitud</b>

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

- XM Peso del criterio de magnitud = 0,61
- XR Peso del criterio de reversibilidad = 0,22
- XG Peso del criterio de incidencia = 0,17

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

$W_{Intensidad}$	0,40
$W_{Extensión}$	0,40

$w_{Duración}$	0,20
$w_{Magnitud}$	0,61
$w_{Reversibilidad}$	0,22
$w_{Riesgo}$	0,17

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

**Significado:** es la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el índice o VIA obtenido. De acuerdo con estas categorías:

Índice	Nivel o significado
>8,0	Muy Alto
6,0 – 8,0	Alto
4,0 – 6,0	Medio
2,0 – 4,0	Bajo
<2,0	Muy bajo

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

**Riesgo:** es la probabilidad de ocurrencia del efecto sobre la globalidad del componente. Se usa los siguientes valores de la escala.

Probabilidad	Rango %	Valoración
Alta	>50	3
Media	10-50	2
Baja	1-10	1

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

### Tabla 13. Criterios

*Descripción de los parámetros a considerar*

Parámetro	Criterio	Escala	Valor	
Reversibilidad (R)	Es la posibilidad de reconstrucción del factor afectado por el proyecto, es decir, la posibilidad de	Irreversible	Baja o irrecuperable	5
				3

	retornar a las condiciones iniciales previas a la intervención humana, una vez que aquella deja de actuar.		El impacto puede ser recuperable a muy largo plazo (>30 años) y a elevados costos	
		Parcialmente reversible	Media (Impacto reversible a largo y mediano plazo)	2
		Reversible	Alta (Impacto reversible de forma inmediata o a corto plazo)	1
Incidencia (G)	Es la posibilidad real o potencial de que una determinada actividad produzca un impacto sobre un factor ambiental. Se considera como Alto cuando existe la certeza de que un impacto se “produzca” y sea “real”; Medio es la condición intermedia de duda de que se produzca o no un impacto y, Bajo si no existe la certeza de que un impacto se produzca y por lo tanto es potencial.		Alto	3
			Medio	2
			Bajo	1

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

#### 4.3.5. Determinación de la Severidad de Impactos

Calculado el valor del índice ambiental, se realiza una tercera matriz en la que se establecerá la severidad del impacto, que se define como el nivel de impacto ocasionado sobre los factores ambientales, permitiendo conocer si el impacto es Leve, Moderado, Severo o Crítico; para en función de ello, orientar la aplicación de un Plan de Manejo Ambiental adecuado y optimizar, prevenir, controlar, mitigar, las acciones producidas por el proyecto.

La severidad (S) de cada impacto es directamente proporcional a la multiplicación de la Magnitud por el Valor de Índice Ambiental (VIA) de cada impacto (Paz, 2011).

$$S = M \times VIA$$

Para jerarquizar los impactos se ha definido una escala de valores, la cual nos indica la severidad; la misma que se ha realizado considerando los procedimientos de la escala que tiene un valor mínimo (0) y un máximo (10), que han sido utilizados para la calificación de los impactos identificados. En función de ello, se desprende que los impactos positivos más altos tendrán un valor de 100 cuando se trate de un impacto: alto, regional, a largo plazo e irreversible a largo plazo; o menor a 100 cuando se trate de un impacto de similares características, pero de carácter “perjudicial o negativo” (Paz, 2011).

Severidad del Impacto	Escala
Leve	0-5
Moderado	6-15
Severo	16-39
Crítico (Impacto Adverso)	40 – 100
Representativo (Impacto Beneficioso o positivo)	0 – 100

*Nota.* Datos tomados de (Paz, 2011).

#### 4.3.6. Estudio línea base

Para empezar a desarrollar la evaluación de impacto ambiental del emprendimiento se necesita detallar tres aspectos importantes para identificar, predecir, valorar y mitigar los impactos físico, biótico y económico. De esta manera se busca lograr que el proyecto sea factible considerando los impactos tanto negativos como positivos, diseñando alternativas de solución.

**Tabla 14.** Factores ambientales

*Determinación de factores ambientales*

**Etapa**

**Actividades del Emprendimiento**

---

## Construcción

- Uso de Maquinaria
- Construcción y diseño de infraestructura y cabañas
- Estructuración del parqueadero
- Delimitación de áreas verdes y jardines
- Construcción de canchas deportivas y piscina
- Implantación de tuberías para agua potable
- Construcción de Poso séptico para desechos

## Operación

- Alojamiento.
- Restaurante
- Flujo de carros
- Senderismo
- Pesca Deportiva
- Cabalgatas
- Cuidado de animales menores
- Yoga
- Golfito

**Tabla 15. Factores Ambientales***Descripción de factores biofísicos y bióticos*

<b>Factores Ambientales</b>			
	<b>Factor Biofísico</b>		<b>Factor Biótico</b>
Agua	Contaminación por aguas residuales	Flora	Dispersión de las especies
Suelo	Erosión	Fauna	Diversificación de Cultivos
Aire	Emisión de CO2		Perturbación de las especies

**Tabla 16. Factores Culturales***Descripción de factores culturales*

<b>Factor Cultural</b>	
Zonas Recreativas	Espacios de recreación
Actividades Recreativas	Interrelación entre las personas

**Tabla 17. Factores Socioeconómicos***Descripción de factores socioeconómicos*

<b>Factor socioeconómico</b>	
Empleo	Incremento de plazas de trabajo
Implementación de nuevas tecnologías/emprendimientos productivos	Mejoramiento de la Gestión de Calidad

### 4.3.6.1. Aplicación del Método CRI

**Tabla 18. Construcción y operación**

Identificación de impactos ambientales del proyecto

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria de construcción		(-)	(-)	(-)	(+)	(-)	(+)		(+)	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		(-)	(-)	(-)		(-)			(+)	
	Estructuración del parqueadero		(-)	(-)	(-)		(-)				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					(+)	(-)	(+)		(+)	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				(-)		(-)	(+)	(+)	(+)	
	Implantación de tuberías para agua potable				(-)		(-)			(+)	
	Construcción de Poso séptico para desechos	(-)	(-)		(-)		(-)			(+)	
Operación	Alojamiento	(-)		(-)					(+)	(+)	(+)
	Restaurante	(-)		(-)					(+)	(+)	(+)
	Flujo de carros			(-)	(-)		(-)				
	Senderismo		(-)				(-)	(+)	(+)	(+)	
	Pesca Deportiva						(-)	(+)	(+)	(+)	
	Cabalgatas		(-)					(+)	(+)	(+)	
	Cuidado de animales menores							(+)	(+)	(+)	
	Yoga							(+)	(+)	(+)	
Golfito					(+)		(+)	(+)	(+)		

### 4.3.7. Evaluación método CRI en base a los componentes (matrices de aplicación)

**Tabla 19.** Matriz de intensidad de impacto

Descripción de intensidad de los impactos

Etapas	Actividades	Factores Ambientales											
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico			
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías		
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad				
Construcción	Uso de Maquinaria		2	3	2	3	2	2		3			
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		2	1	3		2			3		Intensidad	
	Estructuración del parqueadero		2	1	2		2					Alto	3
	Delimitación de áreas verdes y jardines					2	2	2		2		Medio	2
	Construcción de canchas deportivas y piscina				3		3	2	2	2		Bajo	1
	Implantación de tuberías para agua potable				3		3			3			
	Construcción de Poso séptico para desechos	2	2		2		2			3			
Operación	Alojamiento	2		1					3	3	2		
	Restaurante	3		2					2	2	2		
	Flujo de carros			2	2		2						
	Senderismo		2				2	3	3	3			
	Pesca Deportiva						2	2	2	2			
	Cabalguas		2					2	2	2			
	Cuidado de animales menores							2	2	2			
	Yoga							2	2	2			
Golfito					2		2	2	2				

**Tabla 20. Matriz de extensión del impacto**

*Descripción de la extensión del impacto*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales										Extensión	
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico		Regional	3
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías	Local	2
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad	Puntual	1		
Construcción	Uso de Maquinaria		2	2	2	2	2	1		2			
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		1	1	1		2			2			
	Estructuración del parqueadero		1	1	2		2						
	Delimitación de áreas verdes y jardines					1	1	1		2			
	Construcción de canchas deportivas y piscina				1		1	2	3	2			
	Implantación de tuberías para agua potable				2		2			2			
	Construcción de Poso séptico para desechos	2	1		2		2			2			
Operación	Alojamiento	2		1					2	2	2		
	Restaurante	2		1					2	2	1		
	Flujo de carros			2	1		2						
	Senderismo		2				2	2	2	2			
	Pesca Deportiva						1	2	2	2			
	Cabalgatas		1					2	2	2			
	Cuidado de animales menores								2	2	2		
	Yoga							2	2	2			
Golfito					1		2	2	2				

**Tabla 21. Matriz de duración del impacto***Descripción de la duración del impacto*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades de Union	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria		1	1	2	3	2	3		1	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		1	1	3		2			1	
	Estructuración del parqueadero		1	1	3		3				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					3	1	3		1	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				3		3	3	3	1	
	Implantación de tuberías para agua potable				1		1			1	
	Construcción de Poso séptico para desechos	3	1		1		1			1	
Operación	Alojamiento	3		3					3	3	3
	Restaurante	3		3					3	3	3
	Flujo de carros			3	3		3				
	Senderismo		3				3	3	3	3	
	Pesca Deportiva						3	3	3	3	
	Cabalgatas		3					3	3	3	
	Cuidado de animales menores							3	3	3	
	Yoga							3	3	3	
Golfito					3		3	3	3		

Duración	
Largo	3
Mediano	2
Corto	1



**Tabla 23. Matriz de incidencia del impacto**  
*Descripción de la incidencia de lo impactos*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria		2	2	2	2	3	2		2	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		1	2	3		2			1	
	Estructuración del parqueadero		3		3		3				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					3	2	2		1	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				3		1	1	3	1	
	Implantación de tuberías para agua potable				3		1			1	
	Construcción de Poso séptico para desechos	3	1		2		2			1	
Operación	Alojamiento	3		2					1	1	3
	Restaurante	3		2					1	1	3
	Flujo de carros			3	3		2				
	Senderismo		2				2	1	1	1	
	Pesca Deportiva						2	3	1	1	
	Cabalgatas		2					3	1	1	
	Cuidado de animales menores							3	1	1	
	Yoga							3	1	1	
Golfito					2		3	1	1		

Incidencia	
Alta	3
Media	2
Baja	1

**Tabla 24. Matriz de magnitud del impacto**

*Descripción de la magnitud del impacto*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria		1,8	2,2	2	2,6	2	1,8		2,2	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		1,4	1	2,2		2			2,2	
	Estructuración del parqueadero		1,4		2,2		2,2				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					1,8	1,4	1,8		1,8	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				2,2		2,2	2,2	2,6	1,8	
	Implantación de tuberías para agua potable				2,2		2,2			2,2	
	Construcción de Poso séptico para desechos	2,2	1,4		1,8		1,8			2,2	
Operación	Alojamiento	2,2		1,4					2,6	2,6	2,2
	Restaurante	2,6		1,8					2,2	2,2	1,8
	Flujo de carros			2,2	1,8		2,2				
	Senderismo		2,2				2,2	2,6	2,6	2,6	
	Pesca Deportiva						1,8	2,2	2,2	2,2	
	Cabalgatas		1,8					2,2	2,2	2,2	
	Cuidado de animales menores							2,2	2,2	2,2	
	Yoga							2,2	2,2	2,2	
Golfito					1,8		2,2	2,2	2,2		

Ma: ( I\*0,4)+(E\*0,4)+(D\*0,2) I: Intensidad  
E: Extensión D: Duración

**Tabla 25. Matriz de valor de índice ambiental***Descripción del valor de índice ambiental*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria		1,6	1,8	1,7	2,3	1,8	1,6		1,8	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		1,4	1,3	2,5		2,0			1,6	
	Estructuración del parqueadero		1,9		2,5		2,3				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					1,7	1,6	1,6		1,4	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				2,2		1,6	1,6	2,1	1,4	
	Implantación de tuberías para agua potable				2,4		1,6			1,6	
	Construcción de Poso séptico para desechos	2,4	1,2		1,6		1,6			1,6	
Operación	Alojamiento	2,4		1,3					1,7	1,7	1,9
	Restaurante	2,7		1,6					1,6	1,6	1,7
	Flujo de carros			1,9	2,0		1,8				
	Senderismo		2,1				2,1	1,7	1,7	1,7	
	Pesca Deportiva						1,8	2,2	1,6	1,6	
	Cabalgatas		1,8					1,9	1,6	1,6	
	Cuidado de animales menores							1,9	1,6	1,6	
	Yoga							1,9	1,6	1,6	
Golfito					1,6		1,9	1,6	1,6		

**Tabla 26. Matriz de severidad de impacto***Descripción de la severidad del impacto*

Etapas	Actividades	Factores Ambientales									
		Biofísico			Biótico			Cultural		Socioeconómico	
		Agua	Suelo	Aire	Flora		Fauna	Zonas Recreativas	Actividades Recreativas	Empleo	Implementación nuevas tecnologías
Contaminación por aguas residuales	Erosión	Emisión de CO2	Dispersión de las especies	Diversificación de Cultivos	Perturbación de las especies	Espacios de recreación	Interrelación entre las personas	Incremento de plazas de trabajo	Mejoramiento de la Gestión de Calidad		
Construcción	Uso de Maquinaria		3	4	3	6	4	3		4	
	Construcción-diseño de infraestructura y cabañas		2	1	5		4			4	
	Estructuración del parqueadero		3		5		5				
	Delimitación de áreas verdes y jardines					3	2	3		3	
	Construcción de canchas deportivas y piscina				5		4	4	5	3	
	Implantación de tuberías para agua potable				5		4			4	
	Construcción de Poso séptico para desechos	5	2		3		3			4	
Operación	Alojamiento	5		2					4	4	4
	Restaurante	7		3					4	4	3
	Flujo de carros			4	4		4				
	Senderismo		5				5	4	4	4	
	Pesca Deportiva						3	5	4	4	
	Cabalgatas		3					4	4	4	
	Cuidado de animales menores							4	4	4	
	Yoga							4	4	4	
Golfito					3		4	4	4		

## Severidad: MA x VIA

	Leve	0--5
	Moderado	6--15
	Severo	16--39
	Crítico (Impacto Adverso)	40--100
	Representativo (Impacto beneficioso o Positivo)	0--100

Los indicadores de impacto determinados en esta evaluación muestran de acuerdo con las tablas elaboradas, varían entre leve y moderado. Tanto los impactos negativos como positivos se muestran en este rango. Es así como se puede entender que a pesar de que los impactos son negativos no representan un daño alto al medio ambiente ya que, por otro lado, tenemos impactos representativos positivos.

Es así como se puede entender que las acciones del emprendimiento pueden causar un impacto moderado en el entorno.

### 4.3.8. Plan de Manejo Ambiental

**Tabla 27.** Plan de manejo ambiental

Descripción del plan de manejo ambiental, medidas de mitigación

Plan de Manejo Ambiental							
		Impacto Ambiental	Medidas de Mitigación	Presupuesto	Responsable	Tiempo	Observación
Medio Biofísico	Agua	Contaminación por aguas residuales	Evitar el tránsito de las personas cerca de las fuentes de agua dulce. Tratar las aguas correctamente mediante pozos sépticos	\$ 200,00	Área de mantenimiento	Mensual	
	Suelo	Erosión	No pasarse del área determinada de construcción. Limpieza de residuos de material de construcción. Abonar los suelos por temporadas	\$ 100,00	Arquitecto Contratista y Mantenimiento	Mensual (durante la obra)	
	Aire	Emisión de CO2	Plantar árboles y limitar la circulación vehicular	\$ 100,00	Área de Jardinería	Anual	
Medio Biótico	Flora	Dispersión de las especies	Reforestar con las plantas nativas. Implementar área de jardines con cercos naturales.	\$ 100,00	Área de jardinería	Mensual (durante la obra)	La mitad serán donadas por la comunidad
		Diversificación de Cultivos	Implantar cultivos de la zona que protejan la capa fértil del suelo	\$ 1.000,00	Área de jardinería (extras)	Anual	
	Fauna	Perturbación de las especies	Limitar la construcción al área de influencia directa. Establecer un horario de visita a la granja		Arquitecto Contratista y Administración	Mensual	
Medio Cultural	Zonas recreativas	Espacios de recreación			Administración	Mensual	Aspecto positivo
	Actividades recreativas	Interrelación entre las personas			Administración	Mensual	Aspecto positivo
Medio Socioeconómico	Empleo	Incremento de plazas de trabajo			Recursos Humanos	Mensual	Aspecto positivo
	Implementación de nuevas tecnologías	Mejoramiento de la Gestión de Calidad			Administración	Anual	Aspecto positivo

#### **4.3.9. Conclusiones del estudio de impacto ambiental**

El método CRI nos ayudó a realizar la evaluación de los impactos ambientales y se reflejó que estos en su mayoría son bajos lo cual nos dice que no hay una afectación representativa para el medio ambiente en el que se desarrolla el proyecto.

Se establecieron ciertas medidas de mitigación de los impactos a través del plan de manejo ambiental.

Al realizar este análisis se contribuye al buen manejo del ambiente y de la mejora de la calidad de este.

## UNIDAD 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1. Inversiones y capital de trabajo

#### 5.1.1. Capital de trabajo.

El capital de trabajo hace referencia al ciclo financiero a corto plazo de una empresa que se podrá en marcha, por otro lado, se puede definir como el tiempo promedio que transcurre entre la adquisición de materiales y servicios, su transformación, su venta y finalmente su recuperación convertida en efectivo.

Es importante que se maneje la administración del capital de trabajo de una manera adecuada y transparente, sobre todo porque en algunos casos este monto suele representar la mitad de los activos totales de un emprendimiento. Un emprendimiento que ha tenido buenos resultados al iniciar necesita supervisar y controlar las cuentas por cobrar y los inventarios. La administración del capital de trabajo requiere de una comprensión de las interrelaciones producidas entre los activos y los pasivos circulantes. (Gestión.Org, 2011).

#### 5.1.2. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital

El monto que se requiere para el financiamiento del emprendimiento Hacienda Turística Tajamar asciende a \$692.938,00; este valor es posible obtenerlo a través de la identidad financiera “BanEcuador” la cual proporciona un programa de crédito empresarial al 9,76% a un plazo de 120 meses, al realizar los cálculos este nos proporciona una posibilidad de pago en cuotas mensuales de \$6.148,79.

**Figura 57.** *Tabla de amortización*

*Análisis tabla de amortización*

			Plazo (Meses,
	Plazo	120	1
	Monto	470000	2
	Tasa anual	10,21%	3
			4
			5
	Tasa mensual	0,85%	6
	Pago mensual	6265,87	7

## 5.2. Estados Financieros Proyectados

### 5.2.1. Balance de situación inicial.

El monto de financiamiento requerido para el Emprendimiento Hacienda Turística Tajamar es de \$692.938,00; de los cuales \$26.765,00 es el capital del trabajo que se ve reflejado en el activo circulante. \$666.173,22 de activos fijos y otros activos \$0.

Este valor de inversión procura ser cubierto de la siguiente manera: bienes inmuebles por \$100.000,00; bienes muebles con \$25.000,00 y el aporte en efectivo de \$100.000,00 que en conjunto asciende a \$225.000,00 representando el 32,47% correspondientes a capital patrimonial. Para completar con el valor total para la inversión es necesario recurrir a un financiamiento por un monto de \$467.938,00 en una entidad bancaria, esto representa el 67,53% dando en conjunto el 100%.

**Figura 58.** Balance de situación inicial

*Análisis de balance de situación inicial*

EMPRESA ABC		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
<b>ACTIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>		
Caja		\$2.500
BANCOS		\$24.265
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$26.765,00</b>
<b>Activo Fijo</b>		
Terrenos		\$100.000
Edificios/construcciones		\$441.536
Mobiliario y equipo		\$72.721,60
Vehiculos		\$0,00
Maquinaria		\$45.808,76
Equipos de cómputo		\$640,26
Gastos de instalación		\$4.700,00
Papelera y útiles		\$67,00
Propaganda o publicidad		\$700,00
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$666.173,22</b>
<b>Otros activos</b>		
Rentas pagadas por anticipado		
Derechos de marca de empresa		
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$0</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$692.938</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo Circulante</b>		
Proveedores		
Prestamo al BanEcuador		\$467.938
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$467.938</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Documentos por pagar a largo plazo		
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$467.938</b> 67,53%
<b>PATRIMONIO</b>		
BIENES INMUEBLES		\$100.000
BIENES MUEBLES		\$25.000
APORTE EN EFECTIVO		\$100.000
<b>Total Capital contable</b>		<b>\$225.000</b> 32,47%
<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$225.000</b>
<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$692.938</b> 100%
ACTIVOS = PASIVOS + PATRIMONIO		

### 5.2.2. Tabla de Amortización

El monto que se requiere para el financiamiento del emprendimiento Hacienda Turística Tajamar asciende a \$692.938,00; este valor es posible obtenerlo a través de la identidad financiera “BanEcuador” la cual proporciona un programa de crédito empresarial al 9,76% a un plazo de 120 meses, al realizar los cálculos este nos proporciona una posibilidad de pago en cuotas mensuales de \$6.148,79.

**Figura 59.** *Tabla de amortización*

*Descripción de tabla de amortización*

			Plazo (Meses,
	Plazo	120	1
	Monto	470000	2
	Tasa anual	10,21%	3
			4
			5
	Tasa mensual	0,85%	6
	Pago mensual	6265,87	7

### 5.2.3. Costo del capital

El monto total de la inversión es por \$692.938,22 de los cuales el 32% corresponde al capital propio, con la cantidad de \$225.00,00 y el restante 68% corresponde al financiamiento por \$467.938,00 este monto de financiamiento se aspira realizar con la institución financiera “BanEcuador” que tiene su programa de crédito al 10,21%. Para el capital propio, se toma la tasa pasiva para estimar el costo de capital; con estos datos, la inversión total resulta con un costo del 8,96%.

**Figura 60.** *Costo de capital*

*Análisis costo del capital en porcentajes*

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	692938	100%		8,96%		8,96%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	225000	32%	6,35%	2,06%		
FINANCIAMIENTO	467938	68%	10,21%	6,89%		
						TASA DE PAGO

#### **5.2.4. Flujo de caja primer año y proyección a 5 años.**

##### ***Flujo primer año***

Los productos por vender en el emprendimiento Hacienda Turística Tajamar son: veinte y dos cabañas máster divididas en habitaciones matrimoniales a \$130,00, habitaciones dobles a \$130,00, habitaciones triples a \$180,00, y habitaciones múltiples a \$250,00. Por otro lado, se ofrecerá desayunos a \$3,92, almuerzos a \$4,48 y cenas a \$7,28. También se están los platos a la carta a \$8,96, ensaladas a \$5,04, bebidas calientes \$3,36 y frías a 2,80. Además, se brindará servicios como zona húmeda a \$15,00, cabalgatas a \$8,96, pesca deportiva a \$11,20, cuidado de animales menores a \$5,00, yoga a \$5,00, minigolf a \$5,00 y eventos en un aproximado de \$1.500,00.

Las cabañas matrimoniales se estima un porcentaje de ocupación entre el 20% - 25% en el primer año, logrando un ingreso de \$41.340,00; cabañas dobles logran un ingreso de \$41.340,00; cabañas triples adquieren ingresos de \$57.240,00; finalmente cabañas múltiples obtienen ingresos de \$39.750,00; en cuanto a desayunos, almuerzos, cenas, platos a la carta y ensaladas se estima el mismo porcentaje del 20 a 25% obteniendo un valor de \$70.224,00. Entre bebidas frías, calientes se estima un ingreso de \$13.104,00. El uso de la zona húmeda genera un valor de \$81.000,00. Realizar actividades como cabalgata, pesca deportiva, cuidado de animales menores, yoga y minigolf da un ingreso de \$96.139,78. Por último está la realización de eventos con un ingreso anual de \$18.000,00.

En cuanto a los egresos, se describen los costos de producción en base al tipo de producto vendido; las cabañas máster se estiman en un 25% de costo; la alimentación se estima en un 60% de costo. Por otra parte, los costos de cabalgatas, pesca deportiva, cuidado de animales menores, yoga y minigolf se estima en un 30% de costo. Por eventos se estima el 25% de costo. A continuación, se detallan los rubros en los que incurre la empresa por operaciones como: salarios, décimos, permisos, servicios básicos, publicidad y el pago de la cuota del financiamiento. En conjunto asciende a un egreso total anual por el monto de \$276.082,86, dando como resultado un flujo de caja positivo de \$182.054,92.

**Figura 61. Flujo 1 año**

*Análisis flujo del primer año de funcionamiento*

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	
Habitaciones matrimoniales	130,00	120	3120,00	3900,00	3900,00	3120,00	3120,00	3120,00	3900,00	3900,00	3120,00	3120,00	3120,00	3900,00	41340,00
Habitaciones dobles	130,00	120	3120,00	3900,00	3900,00	3120,00	3120,00	3120,00	3900,00	3900,00	3120,00	3120,00	3120,00	3900,00	41340,00
Habitaciones triples	180,00	120	4320,00	5400,00	5400,00	4320,00	4320,00	4320,00	5400,00	5400,00	4320,00	4320,00	4320,00	5400,00	57240,00
Habitaciones múltiples	250,00	60	3000,00	3750,00	3750,00	3000,00	3000,00	3000,00	3750,00	3750,00	3000,00	3000,00	3000,00	3750,00	39750,00
Desayunos	3,92	120	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	470,40	5644,80
Almuerzos	4,48	135	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	604,8	7257,6
Cenas	7,28	220	1601,60	1602	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	1601,60	19219,20
Platos a la carta	8,96	270	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	2419,2	29030,40
Ensaladas	5,04	150	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00	9072,00
Bebidas calientes	3,36	100	336	336	336	336	336	336	336	336	336	336	336	336	4032,00
Bebidas frías	2,80	270	756	756	756	756	756	756	756	756	756	756	756	756	9072,00
Zona húmeda	15,00	450	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	6750,00	81000,00
Cabalgatas	8,96	268,8	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	2408,45	28901,38
Pesca deportiva	11,20	336	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	3763,2	45158,4
Cuidado de animales menores	5,00	168	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	10080
Yoga	5,00	150	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9000
Golffito	5,00	50	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
Eventos	1500,00	1	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>36766</b>	<b>40155,65</b>	<b>40155,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>40155,65</b>	<b>40155,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>36765,65</b>	<b>40155,65</b>	<b>458137,78</b>
<b>EGRESOS</b>															
Costo habitación matrimonial			780,00	975,00	975,00	780,00	780,00	780,00	975,00	975,00	780,00	780,00	780,00	975,00	10335,00
Costo habitación doble			1080,00	1350,00	1350,00	1080,00	1080,00	1080,00	1350,00	1350,00	1080,00	1080,00	1080,00	1350,00	14310,00
Costo habitación triple			750,00	937,50	937,50	750,00	750,00	750,00	937,50	937,50	750,00	750,00	750,00	937,50	9937,50
Costo habitación múltiple			117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60	1411,20
Costo desayunos			282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	282,24	3386,88
Costo almuerzos			362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	362,88	4354,56
Costo cenas			960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	960,96	11531,52
Costo platos a la carta			1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	1451,52	17418,24
Costo ensaladas			453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	5443,20
Costo bebidas calientes			201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	2419,20
Costo bebidas frías			453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	453,6	5443,20
Costo zona húmeda			2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025	24300,00
Costo cabalgatas			722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	722,53	8670,41
Costo pesca deportiva			1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	1128,96	13547,52
Costo cuidado de animales menores			252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	3024,00
Costo yoga			225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	2700,00
Costo golffito			75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00
Costo eventos			375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	4500,00
Sueldos y salarios			3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	3725	44700
Decimos									1600						3200
Permisos								1200							1200
Publicidad			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Servicios Básicos			530	530	530	530	530	530	530	530	530	530	530	530	6360
PAG DE PRESTAMO			\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	\$6.265,87	75190,43
															0
															0
															0
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>22368,36</b>	<b>23020,86</b>	<b>23020,86</b>	<b>22368,36</b>	<b>23568,36</b>	<b>22368,36</b>	<b>23020,86</b>	<b>24620,86</b>	<b>22368,36</b>	<b>22368,36</b>	<b>22368,36</b>	<b>24620,86</b>	<b>276082,86</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>			<b>14397,28</b>	<b>17134,78</b>	<b>17134,78</b>	<b>14397,28</b>	<b>13197,28</b>	<b>14397,28</b>	<b>17134,78</b>	<b>15534,78</b>	<b>14397,28</b>	<b>14397,28</b>	<b>14397,28</b>	<b>15534,78</b>	<b>\$182.054,92</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			<b>14397,28</b>	<b>31532,07</b>	<b>48666,85</b>	<b>63064,14</b>	<b>76261,42</b>	<b>90658,71</b>	<b>107793,49</b>	<b>123328,28</b>	<b>137725,56</b>	<b>152122,85</b>	<b>166520,13</b>	<b>182054,92</b>	<b>182054,92</b>

### *Proyección a 10 años*

La proyección contemplada para la Hacienda Turística Tajamar considera un porcentaje de posicionamiento del producto correspondiente al 8,96% más el promedio de índice de inflación que fue tomado de los últimos ocho años cuyo valor es 1,15%, con estos datos se obtiene que en el flujo del ejercicio de 10 años se tendrá un crecimiento 6,15% anual por lo que se muestra en ingresos un total de \$783.678,63; en egresos la cantidad de \$472.260,20 y por último se genera una acumulación de flujo al décimo año por el valor de \$2.416.173,62.

**Figura 62.** Flujo 10 años

*Análisis flujo dentro de diez años de funcionamiento*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Ingresos	458137,78	486296,07	516185,04	547911,06	581587,05	617332,84	655275,66	695550,54	738300,82	783678,63	
Egresos	276082,86	293051,60	311063,29	330182,01	350475,83	372016,95	394882,04	419152,47	444914,63	472260,20	
Flujo de caja	182054,92	193244,47	205121,76	217729,05	231111,22	245315,90	260393,62	276398,07	293386,18	311418,43	
DATOS PARA LA TIR	-692938,22	182054,92	193244,47	205121,76	217729,05	231111,22	245315,90	260393,62	276398,07	293386,18	311418,43
FLUJO ACUMULADO	\$ 182.054,92	\$ 375.299,38	\$ 580.421,14	798150,19	1029261,41	1274577,31	1534970,93	1811369,00	2104755,19	\$ 2.416.173,62	

### 5.2.5. Análisis y Evaluación Financiera.

#### *Tasa interna de retorno*

Este emprendimiento que tiene una inversión de \$692.938,22 tiene un costo de capital de 8,96%, se determina un crecimiento anual de 6,15%, dados estos datos con el flujo proyectado en un ejercicio de 10 años se establece que tendrá una tasa interna de retorno del 28,55% dando un valor actual neto de \$796.768,03.

**Figura 63.** Tasa interna de retorno

*Análisis resultado de la tasa interna de retorno*

Incrmento anual	6,15%
Costo de capital	8,96%
Inversión	\$692.938,22
VAN	\$796.768,03
TIR	28,55%

### ***Valor actual neto***

De la misma manera, con los valores de proyección y flujo de efectivo se aplica el cálculo con la fórmula del Valor Actual Neto, obteniendo un valor positivo del \$796.768,03, lo que ratifica que el proyecto es rentable en un ejercicio de diez años.

#### **Figura 64. Valor actual neto**

*Análisis de resultado del valor actual neto*

Incremento anual	6,15%
Costo de capital	8,96%
Inversión	\$692.938,22
VAN	\$796.768,03
TIR	28,55%

#### **5.2.6. Punto de equilibrio**

Como primer punto en el punto de equilibrio, se observa que el monto de inversión se supera por el flujo que se acumula en el quinto año, por lo que la tabla arroja el análisis de los multiproductos en base a los datos de cinco años.

De dieciocho productos previstos a vender en la hacienda turística, se obtiene que en los cinco años se alcanza un total de 13.405 unidades vendidas, de las cuales las cabañas matrimoniales se muestran en un 9,02%, las cabañas dobles en un 9,02%, cabañas triples en un 12,49%, cabañas múltiples con un 8,68%. Ahora bien, los desayunos representan el 1,23%, los almuerzos el 1,58%, las cenas con un 4,20%, continuando con platos a la carta en un 6,34%, ensaladas con 1,98%, bebidas calientes con el 0,88%, también están las bebidas frías con 1,98%, la zona húmeda con el 17,68%, las cabalgatas se muestran con el 6,31%, pesca deportiva con el 9,86%, el cuidado de animales menores en un 2,20%, yoga con el 1,96%, el golfito se presenta con el 0,65% y finalmente los eventos con el 3,39%. Es así como se estima un precio promedio ponderado de \$132,32, un costo promedio ponderado de \$0,31 y un margen de contribución ponderado de \$73,05.

La inversión tiene un valor de \$692.938,00 y los costos fijos en el periodo de cinco años asciende a \$286.300,00. Los datos al momento de ser aplicados arrojan un resultado donde el punto de equilibrio sería alcanzado con la venta de 13.405 unidades que

corresponden al valor en dólares de \$1.773.725 que se obtendrían en el quinto año de funcionamiento de la Hacienda Turística Tajamar.

**Figura 65. Punto de equilibrio***Análisis del punto de equilibrio en multiproducto***PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO**

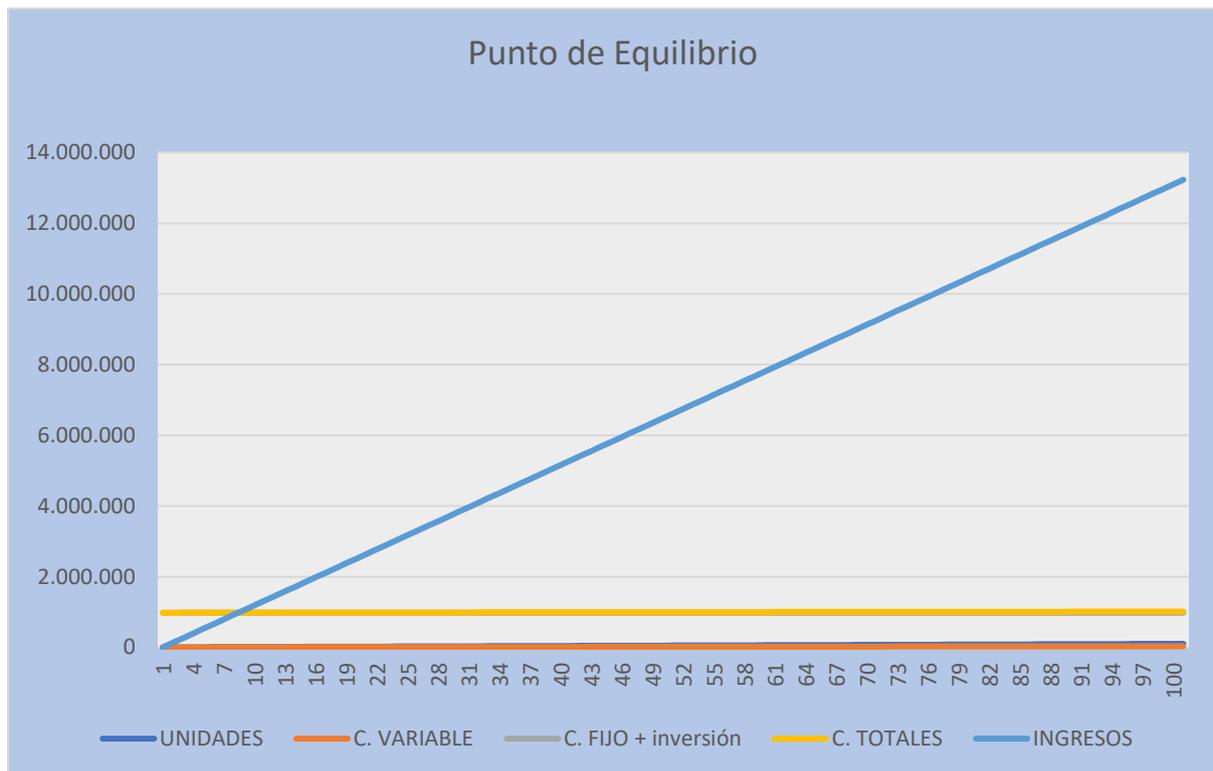
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	5
-------------------------------	---

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11	Producto 12	Producto 13	Producto 14	Producto 15	Producto 16	Producto 17	Producto 18
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	206.700	206.700	286.200	198.750	28.224	36.288	96.096	145.152	45.360	20.160	45.360	405.000	144.507	225.792	50.400	45.000	15.000	90.000
TOTAL UNIDADES (2 años)		<b>2.290.689</b>																
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	9,02%	9,02%	12,49%	8,68%	1,23%	1,58%	4,20%	6,34%	1,98%	0,88%	1,98%	17,68%	6,31%	9,86%	2,20%	1,96%	0,65%	3,93%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$130	\$130,00	\$180,00	\$250,00	\$3,92	\$4,48	\$7,28	\$8,96	\$5,04	\$3,36	\$2,80	\$15,00	\$8,96	\$11,20	\$5,00	\$5	\$5	\$1.500
COSTO VENTA UNITARIO	\$0,25	\$0,35	\$0,17	\$0,04	\$0,60	\$0,47	\$0,60	\$0,60	\$0,60	\$0,60	\$0,60	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,25
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$132,32</b>																
COSTO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$0,31</b>																
COSTO FIJO DEL PERÍODO		<b>\$286.300</b>																
INVERSIÓN		<b>\$692.938</b>																
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$129,75	\$129,65	\$179,83	\$249,96	\$3,32	\$4,01	\$6,68	\$8,36	\$4,44	\$2,76	\$2,20	\$14,70	\$8,66	\$10,90	\$4,70	\$4,70	\$4,70	\$1.499,75
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		<b>\$73,05</b>																
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		<b>13.405</b>																
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		<b>\$1.773.725</b>																
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	1.210	1.210	1.675	1.163	165	212	562	849	265	118	265	2.370	846	1.321	295	263	88	527
PUNTO EQUILIB PRODUCCIÓN / DOLARES	\$157.251	\$157.251	\$301.476	\$290.775	\$647	\$951	\$4.094	\$7.611	\$1.338	\$396	\$743	\$35.551	\$7.577	\$14.799	\$1.475	\$1.317	\$439	\$790.031

Por tanto, el punto de equilibrio se ubica en la línea 36, donde se refleja 35000 unidades, un costo variable de \$435.992,91, un costo fijo más inversión de \$482.846,55 dando como costo total la cantidad de \$918.839,46 e ingresos por \$ 1.339.018,49.

**Figura 66.** *Punto de equilibrio*

*Análisis del gráfico del punto de equilibrio*



## CONCLUSIONES

En esta tesis se realizó un estudio de factibilidad para la implementación del servicio de alojamiento y actividades recreativas en la Hacienda Agrícola Tajamar en Tupigachi, Pedro Moncayo – Ecuador.

Se elaboró el modelo de negocio de ladrillo y clics que combina el canal físico con el online que se adapta fácilmente y se relaciona con el servicio de alojamiento que se brindaría en la hacienda.

Se evaluó la oferta y la demanda en el sector Tupigachi, mediante un estudio de mercado aplicando la investigación descriptiva la cual nos dio como resultado que Mercado meta: 94,146 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha e Imbabura, entre 36 a 55 años, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600, que viajan por turismo.

Se desarrolló un estudio técnico y administrativo respecto al servicio de alojamiento y actividades recreativas que nos da una pauta del manejo de la empresa, los trabajadores que se tendrán y los servicios que se piensa ofrecer.

Se reconoció los posibles efectos del proyecto de servicio de alojamiento y actividades recreativas, mediante un estudio de impacto ambiental el cual reflejó que el desarrollo del proyecto en la zona tiene un impacto moderado que se puede reducir con buenas prácticas ambientales.

Se determinó la factibilidad del proyecto mediante el estudio financiero en el que se detalló cada uno de los elementos de este y se obtuvo el visto bueno sobre cómo se irían dando las cosas económicamente durante el desarrollo del proyecto.

## RECOMENDACIONES

El hacer parte de a la comunidad en la que se desarrolla el proyecto es indispensable por lo que se recomienda mantener una buena relación para que la misma apoye al desarrollo del emprendimiento y que la comunidad también se vea beneficiada por el efecto multiplicador que se dará por la implementación del proyecto.

Es recomendable establecer un modelo de negocio que se adapte a la forma en la que se piensa vender el producto.

Se recomienda reflejar datos exactos para determinar el mercado que se desea abarcar.

El establecer medidas específicas para identificar la etapa de vida en la que se encuentra el emprendimiento es recomendable ya que se puede determinar estrategias para que este no decaiga.

Se recomienda hacer un estudio ambiental del área en la que se desea plantear el proyecto para no afectar tanto al área y para ver qué tan destructivo puede ser y con qué medidas reducir los impactos.

Se recomienda hacer el estudio de factibilidad financiera del proyecto y que la cantidad del monto capital financiado no sea mayor del 50% del total de la inversión ya que este puede fracasar rápidamente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abiuso, F., Katz, M., & Seid, G. (07 de marzo de 2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Anónimo. (04 de noviembre de 2017). Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/p6lapjf/La-proximidad-al-mercado-y-a-los-clientes-la-distancia-a-las-%C3%A1reas-de/>
- Arboleda, M. (abril de 2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>
- Bolivia Pachamama Tour Operator. (14 de julio de 2021). *MANUAL DE FUNCIONES*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26150/MANUAL%20DE%20FUNCIONES...%20%284%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Cámara Oviedo. (31 de octubre de 2020). *Viabilidad Económica de un Proyecto*. Obtenido de <https://www.mba-asturias.com/empresas/viabilidad-economica-proyecto-empresarial/>
- Casas, J., Donado, J., & Repullo, J. (24 de abril de 2002). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Castro, N., Guevara, G., & Verdesoto, A. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Babahoyo, Ecuador: Saberes del Conocimiento. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>
- Cisneros, D., & Torres, A. (04 de julio de 2022). *HACIENDA TURÍSTICA DE CONCEPTO RÚSTICO PARA CONTRIBUCIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS EN LA PARROQUIA SELVA ALEGRE, CANTÓN OTAVALO, IMBABURA – ECUADOR*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/OneDrive/Escritorio/Titulaci%C3%B3n%20II/Documentos%20Ogu%C3%ADas/02%20TUR%20225%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

- Clavijo, M. (25 de octubre de 2016). *MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA "ENCIKLA"*.  
Obtenido de <https://dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2520/2/RHP-16-17-1722920368%20MANUAL.pdf>
- Cuofano, G. (01 de enero de 2023). *Modelo De Negocio De Ladrillos Y Clics*. Obtenido de <https://fourweekmba.com/es/modelo-de-negocio-de-ladrillos-y-clics/>
- Echeverría-Cachipuendo, O., & al, o. E. (2018). *Plan de desarrollo turístico para la parroquia Olmedo-Pesillo*. (U. T. Norte, Ed.) Ibarra, Ecuador: Editorial Universitaria UTN.
- Echeverría-Cachipuendo, O., & Manosalvas, A. (2016). *Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe. Tesis. Universidad Fuerzas Armadas. Quito-Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf>
- Fasano, L. (15 de mayo de 2021). *La importancia de desarrollar el conocimiento de negocios en las organizaciones*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-desarrollar-el-conocimiento-negocios-luis-fasano>
- GAD Parroquial Rural Tupigachi. (02 de agosto de 2022). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Tupigachi Cantón Pedro Moncayo*. Obtenido de [https://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio\\_paginas/archivos/Actualizaci%C3%B3n%20PDOT%20Tupigachi%202020-2023.pdf](https://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/Actualizaci%C3%B3n%20PDOT%20Tupigachi%202020-2023.pdf)
- Gestión.Org. (13 de junio de 2011). *La importancia del capital de trabajo*. Obtenido de <https://www.gestion.org/la-importancia-del-capital-de-trabajo/>
- Huanto, A. E. (septiembre de 2020). *MANUAL DE FUNCIONES*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26150/MANUAL%20DE%20FUNCIONES...%20%284%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Martínez, C. (18 de diciembre de 2018). *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Ministerio de Turismo. (24 de marzo de 2015). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/2022-Reglamento-de-Alojamiento-Turi%CC%81stico.pdf>
- Ministerio de Turismo. (9 de agosto de 2016). *ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO*

- CATEGORÍA ÚNICA*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/OneDrive/Escritorio/Titulaci%C3%B3n%20II/Documentos%200gu%C3%ADas/Anexos-Alojamiento-Tur%C3%ADstico-continente.pdf>
- Muñoz, K., & Padilla, D. (15 de julio de 2021). "*HOSTERÍA CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA PARROQUIA TOCACHI, PEDRO MONCAYO, PICHINCHA - ECUADOR*". Obtenido de <file:///C:/Users/USER/OneDrive/Escritorio/Titulaci%C3%B3n%20II/Documentos%200gu%C3%ADas/02%20TUR%20197%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Ortega, C. (14 de junio de 2018). *Muestreo no probabilístico: definición, tipos y ejemplos*. Obtenido de [questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/](http://questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/)
- Ortiz, J. (25 de octubre de 2016). *Método de los Criterios Relevantes*. Obtenido de <https://prezi.com/-jlxh8fpxfqq/metodo-de-los-criterios-relevantes/#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20de%20los%20Criterios,de%20la%20naturaleza%20del%20proyecto.>
- Osorio, G., & al, R. E. (2022). *Turismo Rural, una radiografía desde Latinoamérica*. Ibarra, Ecuador: Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/112634>
- Paz, M. (01 de enero de 2011). *IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES*. Obtenido de [https://www.celec.gob.ec/transselectric/images/stories/baners\\_home/EIA/cap9\\_se\\_el\\_inga.pdf](https://www.celec.gob.ec/transselectric/images/stories/baners_home/EIA/cap9_se_el_inga.pdf)
- Qualtrics. (17 de agosto de 2020). *Cómo calcular el tamaño de una muestra: asegúrese de que el muestreo sea correcto*. Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/calcular-tomano-muestra/>
- QuestionPro. (s.f.). *Calculadora de Muestras*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>
- RED LATINOAMERICANA de Cooperación Universitaria . (07 de junio de 2018). *Generación de ideas de negocio y emprendedorismo (Habilidades directivas, Modelos de negocios, herramientas diversas y plan de negocios)* . Obtenido de [https://www.rlcu.org.ar/recursos/A\\_0000144\\_003\\_Taller\\_1.pdf](https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_0000144_003_Taller_1.pdf)
- Túquerres, E., & Echeverría-Cachipueno, O. (2018). *Catálogo de atractivos turísticos de la parroquia Olmedo-Pesillo*. (U. T. Norte, Editor) Obtenido de [https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook\\_atractivos\\_olmedo](https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_atractivos_olmedo)

Verónica. (s.f). *Determinación de La Idea de Negocio*. Obtenido de  
<https://es.scribd.com/document/39213995/1-Determinacion-de-la-idea-de-negocio#>  
Westreicher, G. (21 de abril de 2022). *Muestreo no probabilístico*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/muestreo-no-probabilistico.html>

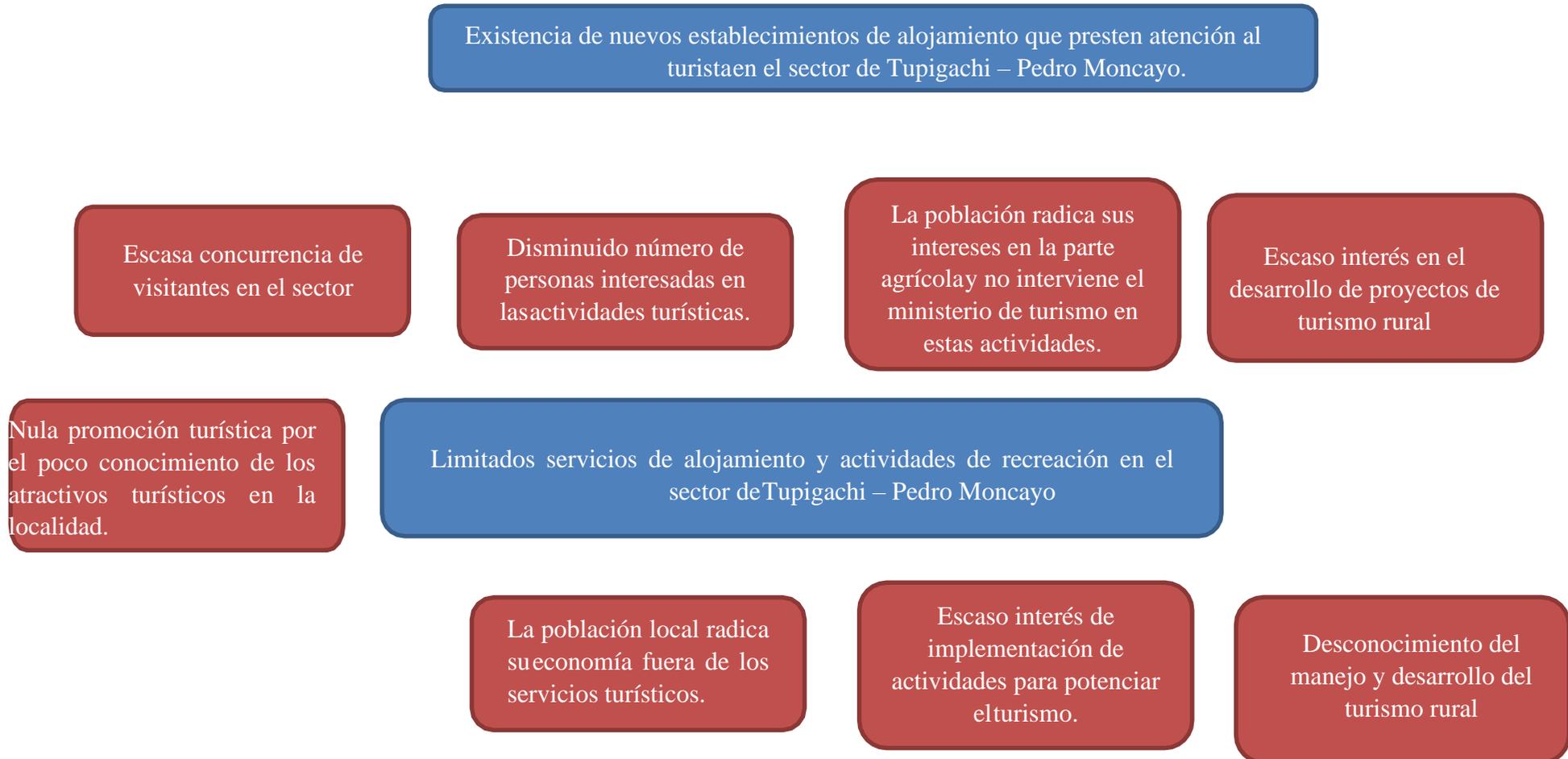
# ANEXOS

**Anexo 1. Certificado Turnitin.**

		<b>Identificación de reporte de similitud:</b> oid:21463:218785786	
NOMBRE DEL TRABAJO <b>Documento Trabajo de Titulación - Daza, Oña.docx</b>			
RECUENTO DE PALABRAS <b>18390 Words</b>		RECUENTO DE CARACTERES <b>99487 Characters</b>	
RECUENTO DE PÁGINAS <b>133 Pages</b>		TAMAÑO DEL ARCHIVO <b>6.3MB</b>	
FECHA DE ENTREGA <b>Mar 29, 2023 9:01 AM GMT-5</b>		FECHA DEL INFORME <b>Mar 29, 2023 9:06 AM GMT-5</b>	
<p>● <b>7% de similitud general</b>          El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7% Base de datos de Internet</li> <li>• Base de datos de Crossref</li> <li>• 6% Base de datos de trabajos entregados</li> <li>• 0% Base de datos de publicaciones</li> <li>• Base de datos de contenido publicado de Crossr</li> </ul>			
<p>● <b>Excluir del Reporte de Similitud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material bibliográfico</li> <li>• Material citado</li> <li>• Fuentes excluidas manualmente</li> <li>• Material citado</li> <li>• Coincidencia baja (menos de 15 palabras)</li> <li>• Bloques de texto excluidos manualmente</li> </ul>			

## Anexo 2. Árbol de problemas

El árbol de problemas es un método que se usa para identificar una situación que tiene un problema con el fin de que este encuentre soluciones mediante la realización de un proyecto a través de la causa – efecto.



### Anexo 3. Lienzo Canvas

<i>Plantilla para el lienzo Canvas (Modelo de negocio)</i>				
<i>8) Asociaciones claves</i>	<i>7) Actividades claves</i>	<i>1) Propuestas de valor</i>	<i>4) Relaciones con clientes</i>	<i>2) Segmento de mercados</i>
<p>Hacer un convenio con una distribuidora para obtener todos los meses la comida de los animales al mismo precio, para obtener semillas de las plantas y el pasto que se va a sembrar en la propiedad, obtener fertilizantes, etc a un precio manejable y aceptable. En cuanto a la obtención de herramientas y maquinaria de igual manera establecer un convenio con una empresa que tenga todo lo necesario, siempre y cuando se manejen buenos precios y se tengan beneficios por ser clientes fijos</p>	<p>Poner en contacto al cliente de forma indirecta a través de las paginas web o redes sociales, donde posteriormente se brindará al cliente el contacto directo con la hacienda turística</p>	<p>*Buena atención antes de recibir el servicio y después de haberlo recibido. *Brindar seguridad al cliente.</p>	<p>Trato amable al cliente, brindando soluciones rápidas en caso de ser requeridas, brindar servicio de calidad para que el cliente vuelva.</p>	<p>Edad: Entre 16 y 50 años  Sexo: Femenino, masculino  Estudios: Básica Superior, Superior, Posgrado  Provincias: provincias del Ecuador  Países: Países Sudamericanos</p>
	<p><b>6) Recursos claves</b></p>	<p>*Brindar comodidades, es decir, que el cliente en este caso pueda reservar desde la comodidad del hogar.</p>	<p><b>3) Canales</b></p>	
	<p>Personal: que se encargue de promocionar el sitio, personal que se encargue de mantener la hacienda, personal de cocina.  Infraestructura: hacienda turística  Capital: aportación inicial  Tecnología: métodos de cultivo, métodos de riego.</p>	<p>Brindar experiencias, que cada persona viva el día a día de una hacienda turística con varias actividades a realizar en la naturaleza.</p>	<p>Web, redes sociales (facebook, instagram, tiktok, twitter)</p>	
<b>9) Estructura de costes</b>			<b>5) Fuentes de ingreso</b>	
<p>Mantenimiento de los sembríos, comida para animales, mantenimiento página web, agua, luz, elementos complementarios, impuestos.</p>			<p>Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, efectivo.</p>	

**Anexo 4. Encuesta**

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

Factibilidad de la Implementación del servicio de alojamiento en la hacienda agrícola  
Tajamar en Tupigachi - Pichincha, Ecuador

**1. Género**

- Masculino
- Femenino
- Otro

**2. Edad**

- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- 46 – 55

**3. Lugar de residencia**

- Quito
- Otavalo
- Ibarra
- Otros

**4. Nivel de instrucción**

- Bachillerato
- Superior
- Posgrado
- Otros

**5. Estado civil**

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Unión libre
- Divorciado/a

**6. Ocupación**

- Empleado público
- Empleado privado

- Estudiante
- Otros

7. Nivel de ingresos

- 425 USD
- 426 -500 USD
- 501 - 1000 USD
- 1001 - 1500 USD
- 1500 - 2000 USD
- Más de 2000 USD

8. En el último viaje turístico que realizó, ¿En qué tipo de establecimiento se hospedó?

- Campamento turístico
- Casa de huéspedes
- Hacienda turística
- Hostal
- Hostería
- Hotel
- Lodge
- Refugio
- Resort

9. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por una habitación en una hacienda turística?

- Menos de 50 USD
- 51 - 100 USD
- 101 - 150 USD
- 151 - 200 USD
- Más de 200 USD

10. ¿Con quién se hospedó en el último viaje turístico que realizó?

- Solo
- Con su pareja
- Con sus amigos
- Con sus compañeros

11. ¿Con cuántas personas se hospedó en su último viaje turístico?

- Solo
- Dos personas
- Tres personas
- Cuatro personas
- Cinco personas
- Más de cinco personas

12. En su último viaje turístico, ¿qué tiempo se hospedó?

- Un día
- Un día y medio
- Dos días
- Dos días y medio
- Tres días
- Más de tres días

13. De acuerdo con el nivel de importancia, elija del 1 al 5, el tipo de infraestructura que considera que debe estar incluida en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

	1	2	3	4	5
Gimnasio					
Turco					
Sauna					
Hidromasaje					
Piscina					
Sala de juegos					

14. De acuerdo con el nivel de importancia, elija del 1 al 5, los servicios complementarios que se deben ofrecer en una hacienda turística, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

	1	2	3	4	5
DirecTV					
Internet					
Calefacción					
Hamacas					
Shows en vivo					

15. De los siguientes aspectos, ¿Cuáles considera usted que es el más importante en cuanto a servicios de alojamiento?

- Decoración
- Iluminación
- Comodidad
- Higiene
- Amplitud del espacio
- Cordialidad en la atención

16. ¿Qué tipo de actividades recreativas le gustaría realizar en una hacienda turística?

- Cabalgatas
- Cuidado de animales menores
- Golf
- Pesca deportiva

- Senderismo
- Yoga
- Todas las anteriores

17. En cuanto a medios de comunicación, ¿Cuáles considera usted que son los más apropiados para enterarse sobre servicios de alojamiento?

- Radio
- Periódico
- Televisión
- Contactos/Amigos/Conocidos
- Redes sociales
- Páginas web
- Buscadores