

## INTRODUCCIÓN

La situación psíquica y ambiental en las sociedades muy urbanizadas y con espacios naturales muy reducidos condujo al surgimiento de una modalidad de turismo que apunta a las regiones poco alteradas, con el objeto de apreciar y disfrutar la belleza escénica y la biodiversidad.

Así, el Agroturismo expresa la relación que ocurre entre los ecosistemas naturales, o muy poco alterado, y el fenómeno turístico concebido como la actividad humana de visitar lugares diferentes al entorno habitual, en beneficio del espíritu, el intelecto y el cuerpo.

La actividad turística es un fenómeno de gran dinamismo, que cada día se extiende a más espacios, por lo que la oferta ha tenido que ampliarse de acuerdo con las exigencias de la demanda. En la actualidad, gracias al alto potencial agrícola y al auge del sector turístico, se comienza a desarrollar el Agroturismo, actividad cuyo potencial, hasta el momento, no se había descubierto. En ella, se integran y utilizan los recursos naturales y agropecuarios bajo el concepto de sostenibilidad, elemento determinante en toda actividad. El Agroturismo surge como una actividad más relacionada con el turismo rural, donde no sólo importa el espacio protegido de flora y fauna, sino la interacción entre el trabajador de áreas rurales, sus técnicas, los recursos naturales y el visitante a estas áreas, por lo que la creación de un Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida, se convertirá en una modalidad de oferta turística, que permita ofrecer actividades relacionadas con el mundo agrario y rural: alimentación con productos de cosecha propia, agricultura orgánica, etc.

El Agroturismo ha tenido gran auge debido a la privilegiada posición geográfica del país, que hace que diversos medios ecosistémicos y climáticos estén muy próximos, es la forma en la que no solo importa el espacio rural y la biodiversidad sino también la acción del hombre interactuando armoniosamente con la naturaleza como medio de subsistencia, dando como derivación relaciones humanas resultantes de la visita de turistas y su interacción con el ambiente que

las rodea, para el aprovechamiento y disfrute de sus valores naturales, culturales y socio productivos".

Se realizó un estudio de mercado mediante un análisis de la oferta y demanda empleando métodos y técnicas de investigación, para conocer las preferencias del turista a captar, y poder brindar una diversidad de actividades turísticas en el sector.

Se diseñó la ingeniería del proyecto a través de conocimientos científico- técnicos para la utilización racional de los recursos disponibles a través del análisis ambiental que permita ser respetuoso con el ambiente y minimizar los impactos que se pueden dar en el proceso de la creación del Centro Agroturístico.

Se estableció la organización técnica y administrativa del Centro Agroturístico mediante políticas y reglamentos acorde a lo establecido en la Ley para una administración óptima, tomando en cuenta los procesos de la misma.

Efectuar una evaluación financiera del proyecto Agroturístico mediante métodos que permitan determinar los costos necesarios para ejecutar el proyecto, y prever el rendimiento económico de los mismos y así conocer cuán factible será.

Generar una evaluación del proyecto a través de ciertos indicadores o parámetros que permitan medir su valor económico, financiero o social, para determinar la ejecución o no ejecución del mismo.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Actualmente en el Ecuador existen diferentes instituciones que forman parte de la actividad del agroturismo, el cual permite el involucramiento directo de las personas con la naturaleza, conservación de los diferentes ecosistemas y en general con los diferentes espacios turísticos naturales y culturales que forman parte de nuestro país.

El diagnóstico de la Parroquia Guasaganda parte de la necesidad de incrementar el número de servicios que se dediquen a la actividad agroturística y de la imperiosa necesidad de satisfacer las expectativas de los visitantes que hasta ahora no se ha logrado.

En esta parroquia existe un alto potencial turístico que todavía no ha sido explotado; los turistas que llegan están motivados a visitarlo únicamente por su belleza paisajística, su permanencia no pasa de varias horas o de un día, siendo este un lugar de paso. Con la creación del Centro Agroturístico la parroquia será más visitada y mejorara la situación actual ofertando los servicios que cubrirán las expectativas de los visitantes en sus diferentes segmentos.

A la no explotación del potencial turística en la parroquia se suma el desconocimiento por parte de la población en cuanto al uso de las riquezas existentes y la vinculación directa de los mismos en las pocas actividades turísticas existentes.

De esta manera, el problema fundamental consiste en la carencia de productos turísticos de calidad que relaciona los atractivos, las facilidades y accesos, que permitan la oferta y promoción adecuada, enfocada al desarrollo de la economía local con el fomento de nuevas plazas de trabajo.

## JUSTIFICACIÓN

Debido a que en la actualidad la mayoría de las empresas solamente se enfocan al turismo tradicional con deseo de alcanzar un lucro económico sin darse cuenta de que poco a poco se está alterando y destruyendo la diversidad cultural, social y ambiental que posee nuestro país.

El estudio de factibilidad para la Creación de un Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida, cuenta con capacidades y potencialidades turísticas; las mismas que impulsan al desarrollo del sector mediante el involucramiento de actividades de tipo agrícola y pecuario, permitiendo al visitante tener una relación directa con el agro, compartiendo las mejores experiencias técnicas y una cultura conservacionista del medio ambiente.

El Centro tiene como finalidad tratar de minimizar los impactos, es decir reducir el daño y maximizar los servicios para de esta manera satisfacer las necesidades de la colectividad, a través de un servicio integral técnico, bajo soporte profesional tecnificado manteniendo un alto grado de existencia sin alterar las actividades que permitan el normal desenvolvimiento, encaminado al buen trato en sus respectivas instalaciones del centro, fomentando al combinar el entorno natural, social y ambiental.

## **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida ubicado en la Parroquia Guasaganda, Cantón La Mana, Provincia de Cotopaxi.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un Diagnóstico situacional del área para determinar las potencialidades turísticas con que cuenta la misma.
- Identificar el perfil del visitante a través de un Estudio de Mercado para conocer qué tipo de turistas se pretende captar para el proyecto mediante la oferta y demanda.
- Elaborar el Estudio Técnico para la creación del Centro considerando elementos de conservación ambiental permitiendo una Administración y Legalización del Centro Agroturístico
- Realizar un Análisis Económico Financiero para establecer la factibilidad del Centro Agroturístico.

## **CAPITULO I**

### **1. FUNDAMENTACIÓN TEÒRICA SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO**

#### **1.1. Generalidades Acerca del Turismo**

##### **1.1.1. *El Turismo***

MOLINA Sergio. (1997) menciona que “etimológicamente la palabra turismo, se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los Ingleses, Franceses y Españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico. Es decir un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " tour " a determinado destino." (Pág. 16)

ACARENZA Miguel, (2000) define al turismo como "Una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad". (Pág.36)

Mientras que FUENTES, (2001). Describe que "Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de

ocio, por negocios y otros motivos", (Pág.84)

Frente a estas conceptualizaciones se considera al turismo como "una actividad que involucra principalmente el movimiento de personas que viajan de un lugar a otro diferente del que se reside habitualmente, por un tiempo mayor al de 24 horas y menor al de un año, lapso de tiempo que se puede utilizar para diferentes actividades como: placer, distracción, vacaciones, deporte, negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión"

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quién, a lo que cada quien percibe o interpreta sin embargo, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil.

#### **1.1.1.1. Tipos de Turismo**

Hasta mediados de los años 70, el turismo se asociaba básicamente de un lado, con playa, mar y sol y del otro, con museos, monumentos e historia de grandes culturas a lo que se le denomina como **Turismo de Masas o Tradicional**.

- Turismo de Masas

Conocido también como "Turismo Masivo" o "Turismo Tradicional" es aquel que se refiere generalmente a la actividad que se lleva a cabo en los grandes conglomerados turísticos en el mundo. Donde las empresas turísticas son propiedad de grandes corporaciones trasnacionales. Por ende existe poca interacción con las comunidades locales.

A finales de los años 80 y comienzo de los 90 se juntan varios elementos: la oferta a los

destinos turísticos tradicionales comienzan a saturar a la demanda, se genera la necesidad de ofrecer nuevos productos turísticos, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo ancestral a lo que se le conoce como **Turismo Alternativo**

- Turismo Alternativo

Ofrece a los turistas modalidades; y destinos diferentes a los que ofrece el turismo tradicional o comercial. Es un tipo de empresa generalmente pequeña o mediana, creada por familias o amigos, donde hay la posibilidad de mayor contacto con las comunidades y donde existe la mayoría de las veces un respecto por la naturaleza. Otras características del turismo alternativo son menores impactos en el medio natural y social, vínculos con otros sectores, (agricultura, artesanía) de la economía local y retención de ganancias en la localidad.

La verdadera esencia del Turismo Alternativo es el involucramiento de las poblaciones receptoras, en las actividades y los beneficios que genera el turismo y que puedan contribuir a su desarrollo y sobre todo el calor humano que debe existir en las relaciones de los turistas con la gente.

✓ **Beneficios Ambientales**

- Promueven el uso de recursos bióticos en forma alternativa.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.

✓ **Beneficios Sociales**

- Promueven la participación y organización social de las comunidades.
- Elevan la calidad de vida comunitaria.
- Difunden valores locales y nacionales.
- Promueven las tradiciones
- Crean fuentes de trabajo en las comunidades.

- Son actividades rentables

Se han hecho numerosos esfuerzos por establecer tipológicas del turista, siendo las más aceptadas las que toman como referencia los comportamientos de estos.

En este sentido se han identificado diversas categorías de turismo: el recreacional, el cultural, el histórico, el religioso, el étnico, el medio ambiental, el de salud, el de aventura, el deportivo y de conferencias.

Todas las categorías de turismo resultan de interés; sin embargo es importante considerar los siguientes comportamientos de los turistas:

- Los asociados con el conocimiento y disfrute de lo local, lo tradicional, lo campesino; bien sea orientado hacia culturas diferentes o para propiciar un reencuentro con culturas propias.
- Los interesados en conocer y visitar sitios históricos tales como monumentos, ruinas y museos.
- Los que buscan conocer y compartir costumbres con sociedades "exóticas" y que visitan aldeas, comen alimentos ancestrales y participan de espectáculos folclóricos
- Los interesados en tener contacto directo con la naturaleza; caminar, observar aves y especies vegetales y conocer accidentes geográficos especiales (lagunas, volcanes, bosques, cascadas, cuevas, etc.).
- Los que quieren conocer formas de producción tradicional, tales como artesanías, bien sea de hilados, confecciones, de cerámica, de metales preciosos, de madera, agroindustrias rurales.
- Los que añoran y sienten nostalgia, o quieren conocer, productos alimenticios autóctonos; preparaciones y platos típicos y a su vez buscan compartir formas de vida y actividades cotidianas con pobladores rurales.

Esas motivaciones o comportamientos esperados de turistas, pueden englobarse dentro de diferentes concepciones teórico-operativas, con el ecoturismo, el agroturismo o el turismo rural.

### ***1.1.2. Ecoturismo***

Para CEVALLOS- Laseurain, (1999) "el ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación; tiene un bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico beneficioso de las poblaciones locales" (Pag. 52).

Con lo expuesto se puede decir que el ecoturismo se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna y las manifestaciones culturales locales. Esta modalidad tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se educa sobre las particularidades de cada ambiente.

En la actualidad la causa de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos estímulos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues cada día es más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente.

### ***1.1.3. Turismo Rural***

RIVERO Hernando, (2003) manifiesta que "el turismo rural tiene sus raíces en Europa y describe la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar especialmente las prácticas agrícolas" (Pág. 10).

Para BLANCO, Marvin (2003) al hablar sobre turismo rural señala que "lo que se espera que sea el elemento común de este tipo de turismo, es que los

servicios sean prestados por la familia del productor agropecuario o del agro empresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural" (Pág. 32).

Se puede decir entonces que el turismo rural incluye aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural, es una modalidad del turismo que resulta de interés para los habitantes de las ciudades por sus características tradicionales, diferentes del estilo usual de vida. Por consiguiente, practican turismo rural aquellas personas que se alojan en una finca agrícola con el fin de conocer y disfrutar de alguna actividad del campo.

#### ***1.1.4. Agroturismo***

FIGUEROA Velarde, (2000) define al agroturismo como: "una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen a un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesca y paga, posada, restaurante típico, ventas directas del producto, artesanía y otras actividades recreativas ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo" ( Pág. 49).

BUDOWSKI, (2001) plantea que: "el agroturismo, es una disciplina aun no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo incluyendo la cosecha" (Pág. 56).

Se puede indicar entonces que el agroturismo es una modalidad del turismo rural, donde se ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustriales.

#### ***1.1.4.1. Producto Agroturístico***

RAMIRFZ Manuel. (2005) menciona "el producto agroturístico de un territorio específico está conformado por su oferta de alojamiento, incluida habitaciones en casa de los pobladores rurales, cabañas, sitios para acampar; su oferta de comida, incluida comida en casas de pobladores de la zona, restaurantes, mesones; su posibilidad de conocer y participar de tareas de manejo de ganado, ordeño, cría de animales, preparación de terrenos, siembra, colecta, empaque y transformación de productos; posibilidad de transitar por senderos y caminos y de conocer zocriaderos, jardines botánicos, ríos, cataratas, cuevas y de participar en ferias y manifestaciones culturales locales" (Pág. 32).

Se puede establecer entonces que el producto agroturístico se caracteriza por la participación activa del visitante en actividades agropecuarias, utilizando servicios de alimentación y alojamiento en la propiedad agrícola.

#### ***1.1.4.2. Lineamientos que debe cumplir el Agroturismo***

INDACOCHEA Alejandro, (1998) establece que:

- El alojamiento en caso de que se ofrezca este servicio, tiene que estar situado en el medio rural y tiene que ser el tradicional a la zona, con niveles de calidad aceptables a los segmentos de mercado determinados como prioritarios.
- El propietario tiene que tener la mayor parte de su renta procedente de la agricultura.
- La actividad agroturística no implica una utilización del suelo distinta a la preestablecida.
- La posibilidad de la participación en las tareas agrícolas y ganaderas es otra característica diferenciadora del producto agroturístico.
- Utilizar como bienes los productos endógenos de cada zona, tanto en la alimentación como en la artesanía.
- Se ha de ofrecer al visitante la posibilidad de practicar una serie de actividades complementarias, como por ejemplo senderismo, rutas,

excursiones a caballo, degustación de productos caseros, avistamiento de especies, etc. (Pág. 85)

Es necesario mencionar que las construcciones nuevas para proveer servicios a los visitantes tales como cabañas, restaurantes, senderos, observatorios, etc., deben armonizar con el entorno y para lograr ese propósito deben utilizarse materiales disponibles en el lugar que no agredan el medio ambiente y se integren al paisaje.

#### ***1.1.4.3. Los Beneficios del Agroturismo***

Las poblaciones locales o aledañas al recurso agroturístico deben recibir beneficios económicos directos, a fin de que se cumpla la premisa de que esa actividad sea un eje de desarrollo local y que ayude a evitar el despoblamiento rural.

Los beneficios directo, pueden ser entre otros: la contratación de mano de obra local, el alquiler de habitaciones, la contratación de servicios de transporte y alimentación y la compra de productos para llevar.

#### ***1.1.4.4. Las Granjas***

Para CARDENAS, Edward. (2001) "La granja agrícola es la unidad de producción básica en la agricultura. Consiste en la tierra y otros artículos usados para producción como edificios, máquinas e instrumentos; se diferencia de otras unidades de producción porque la tierra es el factor más importante y porque produce algunos bienes naturales, que son usados en la posterior producción de la granja. (Pág. 18)

Podemos definir a la granja como un elemento de producción agrícola en donde todas las actividades son manejadas por un agricultor y la superficie terrestre constituye el instrumento que da origen a la producción.

#### ***1.1.4.5. Las Agro-granjas***

LUMBERG, (1997) publica: “En una granja agrícola, el 100% de los ingresos provienen de las producciones de plantas o animales. En una granja de agroturismo, parte del ingreso proviene del turismo y del resto de la producción de la granja” (Pág. 11).

Teniendo en cuenta este criterio se puede decir que: el objetivo de la granja agrícola es maximizar el ingreso por la producción intensiva. Es por eso que aquellas granjas usan todas las tierras para las producciones de la planta o de animal, que garantiza el ingreso.

Por otra parte, las agro-granjas usan la mayor parte de las tierras para hacer áreas atractivas usadas para la recreación.

**TABLA N° 1**

#### ***1.1.4.6. Comparación de los Modos de Manejar la Explotación Agrícola y el Agroturismo***

<b>El Modo de Gestionar</b>	<b>Agricultura Tradicional</b>	<b>El Desarrollo Agrícola AGROTURISMO</b>
Uso de la tierra	Maximizar agrícolamente el uso de la tierra	Uso parcial para la agricultura y para el turismo
Estructura de la Producción	Solo secciones agrícolas, plantas, animales o proceso de alimentos; producción especializada y crecimiento de la producción	Agricultura y producción de la agro-granja en diferentes niveles de cooperación, agricultura orientada al agroturismo; diversificación y desarrollo equilibrado de la explotación

Organización del trabajo	Maximizar las cosechas. Uso de tecnología, eficiencia y trabajo automatizado	Organización de la producción de una forma entretenida, participando en ella los turistas
El nivel de trabajo	Producción intensificada, uso de muchos pesticidas, especialmente abonos protectores para maximizar la producción	Se hacen esfuerzos para proteger el medio ambiente, uso razonable de abonos
Mercado de productos	El mercado está fuera de la granja y es donde se vende principalmente	La producción se queda dentro de la granja para atender al propio turismo y el resto se vende
Fuentes de ingreso y su significado	Todos los ingresos vienen de las plantas, animales y de la transformación de productos	Hay dos fuentes de ingresos: la producción y el turismo

### ***1.1.5. Proyectos de Inversión***

**Proyecto de Inversión.-** Es el estudio específico sobre la posibilidad de asignar recursos para la generación de bienes o servicios con beneficios futuros.

**Proyecto.-** Es una idea que origina un conjunto de actividades vinculadas entre sí, con la finalidad de lograr objetivos en el futuro.

**Inversión.-** Es la aplicación de recursos o factores de producción para la generación de bienes o servicios

Los proyectos de servicios a su vez pueden ser:

- Proyectos de Inversión Turística

- Proyectos de Comercialización General
- Proyectos de Asesoría e Investigación Científica
- Proyectos de Servicio Social

En el ámbito turístico, una oportunidad de inversión puede surgir en base a:

- Atractivos turísticos
- Necesidades del mercado
- Requerimientos de planta turística

Un proyecto turístico debe fijarse objetivos concordantes con prioridades nacionales. Por ejemplo, si se aspira a la capacitación de divisas y generación de empleo, implícitamente el proyecto se orienta hacia el Turismo Receptivo; en cambio, si la principal preocupación es promover la recreación y afianzar la identidad nacional, el proyecto se orienta hacia el Turismo Interno.

#### ***1.1.5.1. Análisis de los Proyectos***

Consiste en someter a un análisis más riguroso a todos aquellos proyectos que pasaron la selección inicial con el fin de escoger el mejor de ellos.

Este análisis comprende los siguientes pasos:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo Legal
- Análisis de los riesgos
- Estudio Económico- Financiero

**Factibilidad.-** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

**Estudio de Factibilidad.-** Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

**Objetivo de un Estudio de Factibilidad.**

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.

**a) Factibilidad Técnica.**

- Mejora del sistema actual.
- Disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

**b).- Factibilidad Económica.**

- Tiempo del analista.
- Costo de estudio.
- Costo del tiempo del personal.
- Costo del tiempo.
- Costo del desarrollo / adquisición.

**c).- Factibilidad Operativa.**

- Operación garantizada.
- Uso garantizado.

### **Características:**

- Profundiza el análisis, el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.
- Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de prefactibilidad, y que han sido incluidas en los términos y referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha.
- El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.
- Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados.
- Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto.
- El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.
- Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene

importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información.

- El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

#### **1.1.5.1.1. Estudio de Mercado**

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de esta manera el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

#### **Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado**

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales se menciona algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

##### **El consumidor**

- ♦ Sus motivaciones de consumo
- ♦ Sus hábitos de compra
- ♦ Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- ♦ Su aceptación de precio, preferencias, etc.

## **El producto**

- ♦ Estudios sobre los usos del producto.
- ♦ Tests sobre su aceptación
- ♦ Tests comparativos con los de la competencia.
- ♦ Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

## **El mercado**

- ♦ Estudios sobre la distribución
- ♦ Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- ♦ Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- ♦ Estudios sobre puntos de venta, etc.
- ♦ La publicidad
- ♦ Pre-tests de anuncios y campañas
- ♦ Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- ♦ Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

## **Análisis de la Competencia**

El Análisis de la Competencia implica conocer la situación real del mercado en función de sus competidores y cuáles son las oportunidades de posicionamiento. Además de las características y la calidad de bienes y servicios que ofrecen, es necesario estar al corriente sobre los beneficios o inconvenientes que los clientes detectan en la empresa.

En función de los competidores se debe comparar:

1. Las ventajas y desventajas de los bienes y servicios
2. Los beneficios que obtienen los clientes al comprar los bienes y servicios del proyecto
3. Que beneficios ofrecen los competidores que el cliente no encuentra en la empresa

#### 4. Qué estrategias utiliza la competencia para promover sus productos.

Conocer la competencia también significa, estar al día sobre los precios que cobran, las condiciones de crédito que ofrecen a los consumidores, entre otras condiciones.

### **Análisis de la Oferta**

Se considera a la oferta como “el conjunto de servicios efectivamente puestos en el mercado incluyendo a las empresas, instalaciones y equipo necesario para producirlo” lo primero que se debe hacer es preparar en base al Inventario del Patrimonio turístico Nacional una lista de los componentes de la oferta que serán aprovechadas por el proyecto y aquellos que tendrán incidencia directa, sin dejar de lado los elementos de la oferta sustitutiva y complementaria.

### **Análisis de la Demanda**

La demanda está conformada por “los productos o servicios efectivamente solicitados por el consumidor”. La demanda de un proyecto es la parte de la demanda total del mercado para determinado bien o servicio. El objetivo del análisis de la demanda es determinar la porción de la demanda insatisfecha que ha de ser cubierta por el proyecto, es decir trata de identificar las oportunidades del mercado para cubrir en base a los planes adecuados y viables.

### **Tipos de demanda**

**Demanda Histórica:** Es la demanda registrada por estadísticas, en cualquiera de las unidades en que se mida, para una serie de períodos a lo largo del tiempo y cuyos datos pertenecen a levantamientos y registros reales.

**Demanda Futura.-** Es la demanda proyectada o prevista con base a la

tendencia general, mostrada por los datos históricos. La metodología de proyección más utilizada para conocer la demanda futura es la regresión la cual puede ser lineal logarítmica exponencial, de potencia o parabólica.

**Demanda Potencial.-** Su cálculo se basa en datos generales de afluencia turística de fuentes registradas en estadísticas de agencias del gobierno como Centros de Estadísticas y Censos, Ministerio de Turismo, Regionales de Turismo, Unidades de Turismo de Municipios y Consejos Provinciales, otros estudios similares, etc.

Es la demanda que podría ser captada por encima de la demanda futura, a condición que sean habilitados instrumentos de captación no aplicados anteriormente o de que se debiliten los instrumentos de captación ejercidos por la competencia.

Al analizar la demanda potencial se obtiene por lo general dimensiones exorbitantes de demanda.

**Demanda Objetivo.-** Es la parte de la demanda potencial que ha sido petrificada para ser captada en un lapso temporal definido. Al analizar la demanda potencial se obtienen dimensiones exorbitantes de la demanda, por lo cual el siguiente paso consiste en fijar una demanda objetivo, representada por un porcentaje de la potencial (no debe exceder del 10%), que conservadora u optimista cabrá esperar los esfuerzos de comercialización y un producto competitivo previamente diseñado.

En resumen lo que se persigue es determinar una demanda potencial a partir de la cual se pueda fijar el porcentaje de participación para el proyecto, es decir la demanda objetivo.

### **1.1.5.1.2. Estudio Técnico**

Este estudio permite diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- ♦ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ♦ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ♦ Que maquinas y procesos usar.
- ♦ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.
- ♦ En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

#### **Elementos del estudio técnico**

- ♦ Descripción del producto
- ♦ Descripción del proceso de manufactura elegido (con diagramas de flujo). 3. Determinación del tamaño de planta y el programa de producción.
- ♦ Selección de maquinaria y equipo.
- ♦ Localización de la planta.
- ♦ Distribución de la planta.
- ♦ Disponibilidad de materiales e instalaciones.
- ♦ Requerimientos de mano de obra.
- ♦ Desperdicios.
- ♦ Estimación del costo de inversión y de producción de la planta.

**Tamaño óptimo.** Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales. El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

**Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.** En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van reduciendo a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados.

**El Tamaño del proyecto y la demanda.** Un factor muy importante que determina las dimensiones del proyecto es la demanda. Al comparar el tamaño del proyecto con la demanda se pueden obtener 3 resultados diferentes;

- ♦ Que la demanda sea mayor que el tamaño mínimo del proyecto.
- ♦ Que la magnitud de la demanda sea del mismo orden que el tamaño mínimo del proyecto.
- ♦ Que la demanda sea muy pequeña en relación con el tamaño mínimo. El tamaño propuesto para el proyecto sólo podrá aceptarse en el caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño.

**El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, ya que de esto depende directamente la calidad del bien o servicio que se va a atender, la entrega oportuna del mismo, así como la imagen que los consumidores tendrán de ella.

**El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos.** En la actualidad existen ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, que por debajo de esa escala los costos serían demasiado altos. Es muy importante observar las relaciones que existen entre el tamaño, las inversiones, los costos de producción, la oferta y la demanda.

**El tamaño del proyecto y el financiamiento.** Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Por lo contrario, si se tienen los recursos suficientes para escoger entre los diferentes tamaños, lo más prudente sería escoger aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad.

**El tamaño del proyecto y la organización.** Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado del proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal para atenderlo.

### **Ingeniería del Proyecto.**

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el Proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

### **Estudio de Impactos Ambientales**

Debemos considerar la evaluación efectuada en el estudio del entorno para detectar limitantes, reglamentos, prohibiciones, sugerencias, etc. En relación a los aspectos ecológicos y ambientales que contempla la reglamentación local vigente.

### **Estudio Económico Financiero**

Consiste en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que

proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse en función de los factores que se quiera considerar. Las más habituales son:

- ♦ Físicas (Proyectos)
  - ♦ Expansión(aumento de demanda)
  - ♦ Innovación(nuevos productos)
  - ♦ Reemplazo(en bienes productivos)
  - ♦ Estratégicas(posición futura de la empresa)

### **Elementos que lo componen**

- a) Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa, independientemente de su giro. Estas inversiones constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.
- b) Conjuntar los datos del programa de producción y venta formulados en los estudios de mercado, ingeniería y administrativo; incluidos volúmenes de producción y venta, precios alternativos de mercado, elementos a bases

técnicas para la determinación de los costos de producción así como de las inversiones a realizar.

- c) Formular presupuestos de Ventas o ingresos, Costos y gastos de producción, Gastos de administración y ventas; Pagos del principal e intereses.
- d) Formular los estados financieros de; Pérdidas y ganancias, Balance general, Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.

### **Pasos para elaborar el estudio financiero**

- a) Se deben de concentrar en la hoja de cálculo toda la información, como los son los diferentes tipos de inversiones a realizar, los gastos de constitución, los de operación, tasas de impuestos, tasa del préstamo, el rendimiento que pide el inversionista y el precio de venta del bien o servicio.
- b) Se elabora un cuadro en el cual debemos de obtener el valor de rescate de las inversiones, así como el importe de la depreciación o amortización anual de cada una de ellas.
- c) Presupuesto de inversiones. Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el periodo de vida del proyecto.
- d) Presupuesto de producción. Se elabora un flujo de efectivo tomando como base los datos anteriores, para obtener el flujo de operación.
- e) Flujo neto de efectivo. Se elabora un concentrado en el cual se integran por año el flujo neto de inversiones, el de operación para realizar una suma algebraica y así obtener los flujos de efectivo.

### ***1.1.5.1.3. Estudio Administrativo Legal***

Se refiere a la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales.

#### **Elementos que integran el estudio administrativo**

- a) Antecedentes. Se presenta una breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto. Se plasman los objetivos de la empresa, así como sus principales accionistas.
- b) Organización de la empresa. Se debe de presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad. Los puestos creados deberán de contar con sus respectivos perfiles y análisis de puestos, para así evitar confusiones en las tareas asignadas a cada individuo, así como detallar la responsabilidad de cada uno de los puestos.
- c) Aspecto legal. Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, La Ley del Impuesto Sobre La Renta y demás leyes que pudieran afectar su operación.
- d) Aspecto ecológico.- Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, del aire y en materia de impacto ambiental.
- e) Marco legal. Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben de seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran, las siguientes;
  - Mercado: Legislación sanitaria, Contratos con proveedores y clientes, Transporte del producto.

- Localización: Títulos de los bienes raíces, Contaminación ambiental,
- Apoyos fiscales, Trámites diversos.
- Estudio técnico: Transferencia de tecnología, Marcas y patentes, Aranceles y permisos.
- Administración y organización: Contratación de personal,
- Prestaciones a los trabajadores, Seguridad industrial.
- Aspecto financiero y contable: Impuestos Financiamiento.

### **Evaluación del proyecto**

La evaluación de proyectos es la acción que nos permite medir o estimar el grado en que se están logrando o bien se lograron o no los objetivos que nos hemos propuesto con la realización del proyecto. Es un instrumento que nos permite visualizar problemas o dificultades y corregir a tiempo los procesos en marcha.

En primer lugar debemos distinguir 2 tipos de evaluación:

**1 - De procesos:** También llamada seguimiento, es una evaluación que se hace durante el transcurso o desarrollo del proyecto, su propósito es detectar problemas no detectados originalmente, emergentes u otros que inciden en el cumplimiento de las actividades, influyen en el logro de objetivos y orientan respecto de realizar cambios si ello fuera necesario. Además entrega información para la evaluación final o ex- post.

**2 - De resultados:** Evaluación final o ex-post, es aquella que se realiza una vez finalizado el proyecto, determina el o los resultados de las actividades desarrolladas en función de los objetivos propuestos originalmente. Debe otorgar criterios para definir respecto de la conveniencia o no de su continuidad, identificando los cambios necesarios de realizar.

Para el caso de una evaluación de procesos hablaremos de resultados intermedios o parciales, y en la evaluación final, de resultados finales también llamados "impacto del proyecto". El concepto de "impacto" se refiere a modificaciones

sustantivas, estables y permanentes que se logran con la ejecución del proyecto, respecto del o los problemas.

La evaluación tanto de procesos como de resultados puede ser de orden cualitativo o cuantitativo, lo que dependerá de la naturaleza de aquello que se evalúa.

### **Naturaleza de la evaluación**

Habíamos señalado que la definición del proyecto supone una hipótesis de solución frente a una determinada situación detectada en la realidad. La evaluación del proyecto nos permitirá saber entonces qué tan certera o no fue nuestra estimación inicial respecto a las acciones que concebimos como necesarias de emprender.

La evaluación puede ser entendida como una medición, en toda medición podemos distinguir:

- ♦ Lo que se va a medir: Es decir procesos o resultados
- ♦ Con qué se va a medir: El instrumento que utilizaremos para llevar a cabo la medición (encuestas, entrevistas, etc.) que contiene indicadores de carácter cuantitativo o cualitativo.
- ♦ Cómo se va a medir: La metodología a emplear en la evaluación, este aspecto se definirá en función del tipo de instrumento a utilizar.
- ♦ Los criterios y sus grados: Los criterios y sus grados de obtención o no, determinarán en definitiva la naturaleza de los indicadores.
- ♦ Los criterios a considerar pueden ser definidos por:
  - Parámetros o exigencias externas
  - Criterios propios
  - Una combinación de ambos

#### **1.1.5.1.4. Evaluación Financiera**

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la

secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VAN y TIR que veremos más adelante.

Al terminar la evaluación económica sabremos:

- ♦ Determinación de la TREMA
- ♦ Definir los conceptos de VAN y TIR
- ♦ Otros métodos de evaluación.
- ♦ Razones Financieras
- ♦ Rentabilidad recibida por el accionista

#### **1.1.5.1.5. Evaluación Social**

La evaluación social de proyectos persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento económico del país. Esta información, por lo tanto, debe ser tomada en cuenta por los encargados de tomar decisiones para así poder programar las inversiones de una manera que la inversión tenga su mayor impacto en el producto nacional.

La evaluación social de proyectos es así mismo útil para el caso de tomar decisiones de proyectos que significan un drenaje al presupuesto nacional: de proyectos que tienen rentabilidad privada negativa y que por lo tanto requieren de subsidios para operar.

Existen diferentes metodologías que abordan la evaluación social. Los efectos, positivos o negativos, que no se transfieren vía precio son llamadas externalidades, que son un elemento a considerar en la evaluación social y la distingue de la evaluación económica.

#### **1.1.5.1.6. Evaluación Ambiental**

La evaluación ambiental de proyectos se ha convertido en una práctica comúnmente aceptada.

Actualmente, se exigen que todos los proyectos sean sometidos a alguna forma de examen ambiental, una medida considerada como un componente clave del proceso de valoración inicial. Básicamente, el propósito es examinar las consecuencias beneficiosas y perjudiciales que el proyecto puede tener para el medio ambiente y asegurar que se tengan debidamente en cuenta durante el diseño del proyecto.

Es esencial que la evaluación ambiental tenga presentes las amenazas naturales y el riesgo correspondiente. El estado del medio ambiente es uno de los principales factores que determinan la vulnerabilidad a los fenómenos naturales extremos. Hoy en día, se reconoce de forma generalizada que, en caso de desastre, la degradación ambiental exacerba las pérdidas humanas, materiales y económicas.

## **1.2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ÁREA DE ESTUDIO**

### ***1.2.1. Estudio Macro-Espacial***

#### ***1.2.1.1. Provincia de Cotopaxi***

El territorio nacional está constituido por diferentes superficies proyectando áreas en función de su orografía. Esta distribución ha generado dimensiones político-administrativas por regiones, con divisiones geográficas en la parte occidental, oriental y central abarcando una extensión de 272.045 km<sup>2</sup>. incluyendo un complejo insular de gran atracción turística localizado en el Océano Pacífico a 1.050 Km. de la costa.

La división central se caracteriza por ser una región formada por áreas montañosas, constituyéndose en una zona con las mayores altitudes del país, con

más de una docena de picos por encima de los 4.800 m.s.n.m, localizado sobre dos cadenas rocosas (la Occidental y la Oriental, de la Cordillera de los Andes).

Dentro del área sobresale el volcán Cotopaxi con una altitud de 5.897 m.s.n.m constituyéndose una de las elevaciones más altas de Latinoamérica y la segunda a nivel del Ecuador después del nevado Chimborazo con 6.310 m.s.n.m.

Esta estructura geográfica ha establecido diez provincias dentro de la región, una de ellas Cotopaxi, que presenta paisajes singulares en relación a los diferentes pisos altitudinales; desde los 5.897 m.s.n.m. en la parte oriental descendiendo hasta los 150 m.s.n.m. en la parte occidental.

El clima seco cubre poblaciones como Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Latacunga con temperaturas que oscilan alrededor de 3,7° C y 24,5° C. En tanto que el clima subhúmedo se halla presente en gran parte del callejón interandino, principalmente en los páramos de Sigchos, con temperaturas medias alrededor de los 8° C y los 16° C. Mientras que en El Corazón y La Maná la temperatura promedio varía entre los 18° C y 24° C, dando lugar a un clima templado cálido.

La provincia cubre una superficie de 5.956 Km<sup>2</sup> al norte con la provincia de Pichincha; al sur Tungurahua y Bolívar; al este con Napo; y al oeste Pichincha y los Ríos. La división política registra siete cantones, los cuales incluyen 45 parroquias; 33 rurales y 12 urbanas

**MAPA N° 1**  
**DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**



FUENTE: Plan Participativo de Desarrollo de Cotopaxi 2002

El sistema hidrográfico lo constituye el río Cutuchi que nace en el Cotopaxi, está formado a su vez por los ríos Manzanahuayco y Rumiñahui; el sistema lo complementan el Yanayacu, Nagsiche, Chalupas, Illuchi, Patoa, Pumacunchi y Quindigua.

Es una de las provincias donde la población indígena (quechua) tiene una mayor participación en el cómputo total. Su población vive principalmente de la agricultura: maíz, cereales pienso, trigo, patatas y legumbres en las tierras templadas y frescas, mientras que en las más cálidas se produce caña, café y otros productos tropicales.

#### **1.2.1.2. Cantón La Maná**

El cantón La Maná está localizado las estribaciones de la cordillera occidental de Los Andes, en la provincia de Cotopaxi. Morfológicamente se ubica sobre una llanura de pie de cordillera compuesta de depósitos aluviales cubiertas de cenizas y arenas volcánicas de origen desconocido. La cabecera cantonal se asienta sobre una terraza aluvial antigua del río San Pablo (Ubicación geográfica WGS 84: Latitud S0° 56' 27" Longitud W 79° 13' 25", altura 220 msnm). Tiene varios pisos climáticos que varía de subtropical a tropical (altura variable de 200 y 1150

msnm).

Está situada a unos 150 km de Latacunga, capital de la provincia. Es una zona agrícola exportadora de banano, tabaco fino, cacao, café, abacá, yuca (mandioca) y plátano verde. Es considera la cuarta zona exportadora de banano.

## MAPA 2 CANTÓN LA MANA



FUENTE: [http://www.cedom.gov.ar/cotopaxi\\_imagenes/1264.html](http://www.cedom.gov.ar/cotopaxi_imagenes/1264.html)

La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacia los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región sub-andina.

Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, café y cítricos.

### Límites

- **Norte:** con la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo
- **Sur:** el río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, cantón Pangua
- **Este:** la parroquia La Esperanza del cantón Pujilí y Sigchos

- **Oeste:** el cantón Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos.

### **Temperatura**

- La temperatura media anual es de 23° Centígrados, observando que los meses con mayor temperatura son marzo y abril con 28 a 30° y la temperatura más baja se registra en el mes de julio y es de 24 °C.

### **Hidrografía**

- En la hidrología, el cantón se halla cruzado por una extensa red de ríos, quebradas y esteros, relacionados con la cuenca del Quevedo y del Guayas.
- Entre los más importantes tenemos: río Guadual, río Quindigua, importante por su caudal permanente y peligroso en el invierno, río Hugshatambo, río Guasaganda, río Manguilita. El río San Pablo, que nace en el sector alto de la provincia de Cotopaxi, es el más largo y caudaloso de esta red, con una longitud de 20 kilómetros en el territorio del cantón. Hacia el suroeste se encuentra el río Chipe, los esteros El Moral, Chilingo y el río Calope, importante por su longitud y caudal, sirve como límite natural con el cantón Pangua.

### **División política**

Políticamente se compone de cinco parroquias, dos rurales:

- Guasaganda, y,
- Pucayacu y tres urbanas: El Carmen, El Triunfo y La Maná.

#### **1.2.1.3. Parroquia Guasaganda**

### **DATOS GENERALES.**

#### **Ubicación Geográfica de la Parroquia:**

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Cotopaxi.

**Cantón:** La Maná.

**Parroquia:** Guasaganda.

**Superficie:** 398 Km. Cuadrados.

La Parroquia Guasaganda se encuentra ubicada al norte de La Maná a una distancia de 30 Km. Guasaganda se sitúa en Latitud 0: 47: 46 y Longitud 79°: 08: 45.

**Límites:**

**Límite norte:** Parroquia Pucayacu.

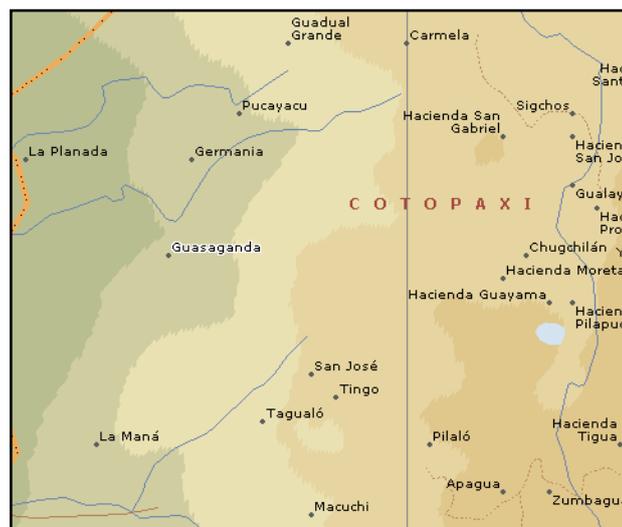
**Límite sur:** La Maná y parroquia Urbana el Carmen.

**Límite Este:** Catón Pujilí.

**Límite Oeste:** Cantón Valencia, Provincia de los Ríos.

Guasaganda se encuentra a 580 msnm, que según nuestra descripción en uso se ubica en el Premontano (300 a 2000 msnm, temperatura 18° a 24° C) teniendo acceso por carretero desde La Maná.

**MAPA 3  
PARROQUIA GUASAGANDA**



**FUENTE:** Mocosoft Encarta

### **Sistema vial.**

La vía desde La Maná a Guasaganda cuenta con un doble tratamiento bituminoso, pero a partir de la cabecera parroquial, el acceso a la comunidades se constituye en un verdadero problema por falta de mantenimiento vial e incluso en casos el acceso vehicular es negado por falta de apertura de carreteras. Todas son lastradas a medias. El propio Plan Participativo de Desarrollo Provincial reconoce la evidente escasez de infraestructura vial en Guasaganda y que existen carreteras de segundo, tercero y hasta cuarto orden. Es innegable la falta de mantenimiento de los gobiernos seccionales y provinciales. De ahí incluso se deriva un problema grave en la producción como es el poder sacar sus productos al mercado en óptimas condiciones de salubridad y desde luego de calidad. Es de esperarse que el Consejo Provincial de Cotopaxi para el presente año instale el Campamento de Obras Públicas a fin de dar cobertura a todo el sector occidental de Cotopaxi.

### **Topografía.**

Guasaganda dispone de una topografía entre plana y ondulada con pendientes del 30 % hacia las caídas de la quebradas. Es posible la mecanización en las partes planas. Sin embargo en la parte oriental de la Parroquia se observa declives o pendientes de hasta el 40%.

En Guasaganda, sector más bajo, hay variedad de textura dominando el suelo negro arenoso seguido por el amarillo arcilloso. La capa arable va de los 20 a 60 centímetros en la mayor parte de la superficie. Las orillas de los esteros y ríos se presentan pedregosas y arenosas.

### **Hidrología.**

Los ríos de la Parroquia Guasaganda forman parte de una subcuenca perteneciente al sistema del Pacífico a través de los ríos Quevedo y Guayas. La mayor parte de los recintos, han fijado sus zonas de vida, junto a los ríos y esteros. El río

Guasaganda pasa por la parroquia y nace en los 1 000 msnm aproximadamente. Luego de unos 15 Kilómetros de recorrido de este a oeste, confluye en el Quindigua como afluente.

El río Hugshatambo que nace en los 1800 msnm aproximadamente, es otro de los componen esta subcuenca. Formando una gran curva se encuentra el Lomapi en el Este de la parroquia, pero que se dirige al río San Pablo que nace lejos con el nombre de río Pilaló.

### **Clima y temperatura.**

Según el diagrama de Holdridge, la zona de Guasaganda se encuentra latitudinalmente, en la zona templada subtropical comprendida entre los 200 y 1150 msnm. Y altitudinalmente corresponde al piso premontano medio y bajo (bh.PM). De ahí que la vegetación es mayoritariamente tropical y la subtropical hacia los pisos más altos (1150 msnm.) formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región sub-andina.

La pluviosidad o precipitación va de los 2000 a los 3000 mm. La temperatura oscila entre los 14 y 24° C en la zona alta de Guasaganda. La luz tiene una duración de 12 horas con nubosidad en el invierno al atardecer. La velocidad de los vientos no sobrepasa en la zona baja de los 20 Km/Hora y en la alta de los 30 Km/Hora. Al no existir ninguna estación meteorológica cercana, estos datos proceden de documentos y anotaciones tomadas por instituciones como el MAG y Técnicos agropecuarios directamente relacionados con el agro del sector.

## ***1.2.2. Estudio Micro-Espacial***

### **1.2.2.1. Hacienda La Florida**

#### **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Cotopaxi.

**Cantón:** La Maná.

**Parroquia:** Guasaganda.

**Sector:** La Florida

**Superficie:** 272,45 Hectáreas

Se localiza a 11 km de la Parroquia Guasaganda y a 26 km de La Maná.

#### **Límites:**

**Límite norte:** Rio Quindigua

**Límite sur:** Estero el Tigre

**Límite Este:** Recinto la Florida

**Límite Oeste:** Sr. Jácome

La Hacienda la Florida se ubica en el subtrópico de la Provincia de Cotopaxi, entre los 400 y 1.750 msnm. La temperatura es de 18° C y 24° C, se con rica y abundante flora y fauna, característico del bosque húmedo subtropical.

Toda la zona es apta diversos tipos de cultivos y la producción pecuaria, por tal razón ha permitido el desarrollo de formaciones vegetales

#### **CONSTITUCIÓN**

El Sr. Fausto Sánchez en 1990 adquiere los predios del Sr. Nelson Segovia el cual divide a la hacienda en dos partes: La Hacienda la Florida con 272,45 ha. y la Hacienda Israel con 170,41 ha. abarcando un total de 442,86 ha.

- **Expropietario:** Sr. Nelson Segovia
- **Fecha de traspaso de bienes:** 1990-1991
- **Recinto legal:** Notaria de La Maná
- **Compareciente:** El Señor Fausto Sánchez Gallardo y la Señora María Cecilia Fernández Bautista
- **Representante Legal de la Hacienda La Florida:** Sr.: Fausto Sánchez
- **Avaluó catastral de la propiedad:**
- **Valor de la compra del bien inmueble rural:** 150 millones de sucres
- **Superficie del inmueble:** 442,86 ha.

La Hacienda la Florida es integral por que actualmente se desarrollan diversas actividades como: ganadera, piscicultura, porcicultura, agrícola y la visita de turistas.

#### 1.2.2.2. *Inventario de Recursos Turísticos*

**TABLA N° 2**  
**ATRATIVOS TURISTICOS CONSIDERADOS EN EL CANTÓN LA MANA**

<b>UBICACIÓN</b>	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Cantón La Mana	Las 7 Cascadas del Zapanal	Sitios Naturales	Ríos	Cascada
	Cueva de los Murciélagos	Sitios Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Cuevas
	Minas de Oro	Manifestaciones Culturales	Históricas	Minas Antiguas
	Cascada del Oso	Sitios Naturales	Ríos	Cascada
Parroquia Guasaganda	Minas de Mármol	Manifestaciones Culturales	Históricas	Minas Antiguas

Hacienda La Florida	Río Hugshatambo	Sitio Natural	Río	Rápido o Raudales
	Área de Piscicultura	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Científicas	Centros Científicos Técnicos
	Ganado Bovino	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Científicas	Explotaciones Agropecuarias

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

#### Anexo 1: Ficha de Inventario de Atractivos

### ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Dentro del Centro Agroturístico se desarrollaran las siguientes actividades: visita al río Hugshatambo, caminatas por el espacio físico del Centro e involucramiento de los turistas con el ganado bovino para que conozcan el tipo de razas que existen. Participación de turistas en el área de piscicultura, haciendo uso de pesca la deportiva. A demás de estas actividades podemos visitar atractivos que complementan la visita al Centro como: Loma de Pucayacu que se encuentra a 60 minutos de la Parroquia en la cual se puede observar la diversidad de flora y fauna existe, la Chorrera de Brasil que se localiza al norte de Pucayacu a 15 minutos en cualquier medio de transporte, el Río Quindigua ubicado a 5 minutos del Centro Agroturístico en el cual se puede desarrollar actividades de pesca así como navegar en bote, el Puente del Inca ubicado al noroeste de Pucayacu se puede ingresar en vehículo a 5 minutos y a pie a 30 minutos aquí se puede desarrollar caminatas ecológicas para conocer la diversidad de flora y fauna existente.

### 1.2.2.3. Análisis FODA

**TABLA N° 3**  
**ANÁLISIS FODA**

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
✓ Introducción de flora y fauna	✓ Dar a conocer el potencial turístico de la zona
✓ Inestabilidad económica del país	✓ Desarrollar nuevas actividades en función del turismo
✓ Desastres naturales producidos en la época de invierno	✓ Generación de medios publicitarios para comercializar los productos
✓ Inseguridad en los predios del centro	✓ Llegar a nuevos mercados turísticos
✓ Inseguridad económica	✓ Capacitación al recurso humano para el proyecto
	✓ Generación de nuevas fuentes de empleo
	✓ Aprovechamiento de todos los recursos con que cuenta la Hacienda
	✓ Implementación de servicios básicos
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
✓ Espacio físico suficiente para desarrollar actividades turísticas	✓ Falta de medios de comunicación como el internet, cobertura celular, fax.
✓ Áreas geográficas aptas para cualquier tipo de actividades agroturísticas	✓ Falta de servicios básicos en la hacienda
✓ Diversidad de especies de flora en el área	✓ Falta de vías de acceso al centro
✓ Diversidad de especies faunísticas en el área	✓ Falta de técnicos para las distintas áreas de hacienda

✓ Posee un sistema hídrico de gran importancia	✓ Infraestructura insuficiente para actividades turísticas
	✓ Falta de difusión del potencial turístico de la Hacienda.

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

### 1.3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado constituye el análisis de la oferta y la demanda, cuya finalidad es determinar las oportunidades existentes en el mercado para la inversión, teniendo como prioridad la fijación de la demanda objetiva basada en el análisis de la demanda histórica y demanda futura, dado por el ingreso de grupos de consumidores que ingresan al país y oferentes existentes; permitiendo cuantificar diferentes partes del estudio para reconocer a los posibles usuarios que consumirán el producto o servicio a desarrollar con el fin de cubrir necesidades requeridas.

#### 1.3.1. Tipo de Investigación

El aspecto cuantitativo se realizó basado en información secundaria de datos estadísticos del número de visitantes que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi en el año 2009.

El aspecto cualitativo se efectuó mediante la investigación de campo a través de encuestas para conocer el mercado, lo cual permite valorar las necesidades al momento de realizar una visita, además permitió conocer aspectos de valoración útiles para el desarrollo de actividades, servicios con fines específicos para nuestra investigación así como diferentes características de los consumidores como segmento de consumo.

La información fue receptada a través de la demanda que ha transcurrido en los últimos periodos registrados en datos estadísticos recabados por el Ministerio del

Ambiente.

#### ***1.3.1.1. Fuentes de Recolección de Datos***

Para la recolección de datos se utilizó las fuentes primarias, es decir información oral recopilada directamente por los investigadores mediante la aplicación de encuestas. (Anexo 2: Encuesta)

#### ***1.3.2. Análisis de la Demanda Turística***

El ingreso de visitantes al Ecuador ha sido susceptible de varias transgresiones a lo largo del tiempo ya sea por recesos políticos, problemas limítrofes o por el cambio de moneda, provocando variaciones de las tendencias de crecimiento registradas en el país.

Posteriormente las recesiones políticas, económicas y sociales fueron atribuidas y concentradas teniendo como base fundamental la actividad turística brindando una notable alternativa para la reactivación de las economías internas en base al dinamismo lucrativo, constituyéndose en el tercer producto de exportación a nivel nacional y a su vez ha ampliado actividades de recreación en lugares bajo parámetros de conservación y actividades económicamente sostenibles.

Dada la naturaleza de la actividad turística el flujo receptivo integrada por aquellos turistas provenientes del extranjero es mayor y presentan exigencias diferentes entre sus segmentos, así como estructura de consumo mayor, variables que forman parte fundamental en su motivación de uso de su tiempo libre, hábitos de consumo, preferencia de destinos entre otras; de esta manera se transforma en la composición primordial para el análisis, valoración y tratamiento que centre la obtención de resultados óptimos para el estudio.

No obstante el turismo interno tiene motivaciones diferenciales completamente opuestas en hábitos, percepciones y preferencias al momento de utilizar su tiempo

libre, así como menor estructura de consumo debido a varios factores socioeconómicos que atraviesa el país para recurrir a este tipo de actividades y/o facilidades.

### 1.3.2.1. Análisis Cuantitativo

**PANORAMA MUNDIAL**  
**CUADRO N° 1**  
**LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR**  
**(SUB)REGIONES E INGRESO DE DIVISAS POR CONCEPTO DE**  
**TURISMO**

	(billones US\$)	(millones)
	2009*	2009*
<b>MUNDO</b>	<b>852</b>	<b>880</b>
<b>Europa</b>	<b>412,4</b>	<b>460,0</b>
Europa del Norte	60,8	53,0
Europa Occidental	143,1	145,9
Eur. Central / Oriental	47,5	89,8
Europa Meridional/Mediterránea	161,0	171,3
<b>Asia y el Pacífico</b>	<b>202,8</b>	<b>180,9</b>
Asia del Nordeste	100,4	98,1
Asia del Sudeste	53,8	62,0
Oceanía	33,5	10,9
Asia Meridional	15,1	10,0
<b>Américas</b>	<b>165,6</b>	<b>140,0</b>
América del Norte	119,1	92,1
El Caribe	22,4	19,4
América Central	5,9	7,9
América del Sur	18,1	20,6

<b>África</b>	<b>28,1</b>	<b>45,9</b>
África del Norte	9,9	17,5
África Subsahariana	18,2	28,4
<b>Oriente Medio</b>	<b>43,3</b>	<b>52,9</b>

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) Interim update april 2010

La afluencia de visitantes internacionales por (sub)regiones e ingreso de divisas por concepto de turismo a nivel mundial ha sido de 852 billones y 880 millones en el año 2009, provenientes de Europa con 412,4 billones y 460,0 millones, en segundo lugar se encuentra Asia y el Pacífico con 202,8 billones y 180,9 millones, Américas con 165,6 billones y 140,0 millones, África con 28,1 billones y 45,9 millones y por ultimo Oriente Medio con 43,3 billones y 52,9 millones de turistas siendo un segmento importante para los ingresos de divisas del Ecuador.

**CUADRO N° 2**  
**ESTADÍSTICAS DEL INGRESO DE VISITANTES AL PARQUE**  
**NACIONAL COTOPAXI PERIODO 2000-2009**

<b>Año</b>	<b>Visitantes nacionales</b>	<b>Visitantes extranjeros</b>	<b>TOTAL</b>
2000	28.478	21.348	49.826
2001	34.920	31.378	66.298
2002	31.330	34.393	65.723
2003	27.916	26.268	54.184
2004	45.882	27.414	73.296
2005	54.014	33.125	87.139
2006	53.851	36.678	90.529
2007	55.268	41.842	90.110
2008	52.327	40.683	93.010
2009	59.513	42.369	101.882
<b>TOTAL</b>	<b>443.499</b>	<b>335.498</b>	<b>778.997</b>

Fuente: Ministerio del Ambiente, Dirección Nacional de Biodiversidad, Unidad de Áreas Protegidas

La información fue receptada a través de la demanda que ha transcurrido en los últimos períodos registrados en datos estadísticos recabados por el Ministerio del

Ambiente.

Para la aplicación de encuestas se empleo el método de muestreo probabilístico estratificado, en el cual la muestra total es dividida para el número de estratos.

### CÁLCULO DE LA MUESTRA

En el cálculo de la muestra se emplea la fórmula manejada por el Centro Internacional de Estadísticas de Santiago de Chile CINES (1990) utilizada para el desarrollo de estudios en las ciencias sociales.

#### Donde:

**n**= Tamaño de la muestra

**PQ**= Varianza media de la población (0.25)

**N**= Población o Universo

**E**= Error admisible

**K**= Coeficiente de correlación del error (2)

#### Procedimiento.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1)(E/K)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 101.882}{101.882 - 1 \left(\frac{0.08}{2}\right)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{25470.5}{101.881 (0.0016) + 0.25}$$

$$n = \frac{25470.5}{163.2596}$$

**n = 156 encuestas**

Para la aplicación de las encuestas según el tamaño de la muestra se debe recalcar que se tomo los datos de ingreso de visitantes al Parque Nacional Cotopaxi 2009,

siendo así las estadísticas de visitantes nacionales (turismo interno) 59.513 y de visitantes extranjeros (turismo receptivo) 42.369 dando como resultado 101.882 lo que representa las 156 encuestas a aplicar y para determinar el porcentaje de turistas nacionales y extranjeros se realizó una regla de tres teniendo así que el 58% o sea 90 encuestas es para nacionales y el 42% es decir 66 encuestas es para extranjeros.

### ***1.3.2.2. Análisis Cualitativo***

## **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Dentro de los aspectos cualitativos del consumidor se presenta una afluencia de visitantes que llega al Parque Nacional Cotopaxi de turismo receptivo en el género femenino del 23%, y de turismo interno se lo representa en un 33% del género femenino, es decir el ingreso es mayor por parte del género femenino en sus dos variables.

Este tipo de segmento está manejado en tres rangos especiales que son Adolescente (13-18 años), Adulto (19-39 años) y Adulto Mayor (40-65 años) los cuales nos ayudan a desarrollar diferentes actividades dentro del centro Agroturístico siendo la más relevante para el turismo receptivo e interno las personas adultas entre los 19 y 39 años.

Dentro de las variables geográficas, en lo que concierne al segmento de mercado extranjero en un gran porcentaje son procedentes del continente Europeo en su mayoría de Alemania con un 10% y en referencia al segmento nacional en un gran porcentaje son provenientes de la ciudad de Quito con el 23%.

De todo el segmento encuestado uno de los medios de transporte más utilizados por el turismo receptivo es el público con el 32% y el turismo interno en cambio por ser residentes tienen vehículo propio lo que representa el 23%.

Dentro del segmento marcado por las encuestas una de las formas de viaje que escogen los turistas receptivos que llegan al Parque Nacional Cotopaxi es viajar solitariamente alcanzando un 15% y en lo referente al turismo interno es más selectivo en cuanto a su preferencia por viajar con su familia por el hecho de compartir momentos agradables con la misma es por eso que representa el 28%.

Los datos recabados por las encuestas en la información de campo en lo concerniente a la permanencia en el turismo receptivo la gran mayoría permanece en un sitio 1 día para posteriormente trasladarse a otro destino representado en 16% y en cuanto al turismo Interno es diferente por la situación económica que atraviesa el país debido a que no pueden viajar a diferentes lugares, deben permanecer en ese sitio 2 días representando así un 24%.

Del segmento encuestado una de las regiones más visitadas en lo que se refiere al turismo Receptivo e Interno es la Costa por la variedad de atractivos turísticos y su clima, por esta razón hemos visto la necesidad de crear un centro Agroturístico.

El turismo receptivo al no saber sobre el Cantón La Mana y por sus características genero un interés en conocer el lugar teniendo una aceptación así representada en un 37% , mientras que el turismo interno si desea visitar el cantón la Mana por su corta distancia y por su variedad de atractivos representado así con un 47%.

Hoy en día las preferencias de los turistas tanto extranjeros como nacionales son visitar lugares que se encuentre alejados del sector urbano pero que a su vez ofrescan al visitante la posibilidad de adquirir conocimientos sobre la practica de las diferentes actividades que se desarrolla en el campo.

La preferencia que tienen los turistas al escoger un establecimiento hotelero tanto nacionales con un 33% y extranjeros con el 25% es que permita el contacto con la naturaleza y la cultura tradicional es decir un hotel de campo.

El segmento extranjero y nacional si tiene interés por visitar un Centro Agroturístico lo que representa el 38% extranjero y un 53% nacional que si

desean visitar el sitio para la partica de actividades referentes al campo.

Entre las actividades que prefieren realizar el segmento de mercado extranjero a la hora de visitar el Centro Agroturístico, sobresalen aquellas que se desarrolla en espacios abiertos como la observación de flora y fauna que representa por un 7% y en cambio el segmento nacional se inclina por aprender sobre la práctica de ordeño con un 11%.

El segmento extranjero encuestado sugiere que la opción más idónea para dar factibilidad al agroturismo en la Hacienda La Florida es de invitar a los turistas a participar en la actividad agrícola que se desarrollara en la Hacienda, lo cual representa un 20%, el segmento nacional sugiere que se debería desarrollar alternativas turísticas que permitan ofrecer a los consumidores algo más que cosechas con un 27%.

Del segmento encuestado dan como alternativa que el criterio bajo el cual se debería desarrollar el agroturismo para mantener un mínimo impacto ambiental y un equilibrio ecológico en la hacienda La Florida sugerido por el segmento extranjero es ser socialmente justo con un 16%, mientras que el segmento nacional sugiere que el criterio bajo el cual se debe desarrollar el agroturismo es que sea ecológicamente equilibrado con 25%.

El segmento encuestado en cuanto a la unidad de servicio en lo que respecta a alojamiento, el segmento extranjero y nacional requiere en su mayoría de hab. de grupos para 6 personas; En lo que concierne al servicio de alimentación el segmento receptivo e interno está de acuerdo a que se cobre \$ 2.50 por el Desayuno en su mayoría.

Dentro del segmento extranjero y nacional están dispuestos a pagar por realizar una visita al Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida \$ 2.00.

El segmento extranjero y nacional si estarían dispuestos a pagar un valor adicional por desarrollar actividades del Centro Agroturístico.

### ***1.3.2.3. Identificación del Producto***

Todas las actividades a desarrollar en el Centro Agroturístico están bajo un control estipulado para con los turistas dentro del rango servicio como: alimentación, pernoctación y recreación. En el Centro Agroturístico se ha diseñado distintas actividades como cabalgatas, pesca deportiva, caminatas por senderos naturales, observación de flora y fauna, conocer acerca de las prácticas del ordeño, Degustar y Aprender labores de siembra y cosecha de productos orgánicos, aprender sobre el cuidado de animales menores, deportes, acampar y natación.

El Centro Agroturístico está dentro de la categoría de los establecimientos hoteleros, será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

El Centro Agroturístico al estar dentro del grupo 1. de los establecimientos hoteleros y al mismo tiempo dentro del subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas debe cumplir con los siguientes requisitos estipulados en el **Art. 26.- Cabañas.-** Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas, de acuerdo a estas especificaciones podemos considerar que el Centro Agroturístico se encuentra dentro del subgrupo de cabañas.

Para determinar a qué categoría pertenece el Centro Agroturístico revisamos los artículos correspondientes a las categorías tres, dos y una estrella Hosterías, refugios, moteles y cabañas, llegando a concluir que el Centro Agroturístico pertenece a cabañas de dos estrellas con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

#### 1.3.2.4. Análisis de la Demanda

**CUADRO 3**  
**MÉTODO 1. MÍNIMOS CUADRADOS**

<b>Año</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>X.Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
2000	1	49826	49826	1
2001	2	66298	132596	4
2002	3	65723	197169	6
2003	4	54184	216736	16
2004	5	73296	366480	25
2005	6	87139	522834	36
2006	7	90529	633703	49
2007	8	97110	776880	64
2008	9	93010	837090	81
2009	10	101882	1018820	100
	<b>55</b>	<b>778997</b>	<b>4752134</b>	<b>382</b>

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

Ecuación de la recta:  $y = bx + a$   
 Para calcular  $a$  y  $b$ :

$$a = \frac{\Sigma y - b \cdot \Sigma x}{N}$$

$$b = \frac{N \cdot \Sigma (x \cdot y) - \Sigma x \cdot \Sigma y}{N \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$a = \frac{778.997 - 5882.4 (55)}{10}$$

$$b = \frac{10(4752134) - 55 * 778.997}{10 (382) - (55)^2}$$

$$a = \frac{778.997 - 323532}{10}$$

$$b = \frac{47521340 - 42844835}{3820 - 3025}$$

$$a = \frac{455465}{10}$$

$$b = \frac{4676505}{795}$$

$$a = 45546.5$$

$$b = 5882.40$$

### **PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS DESDE EL AÑO 2010 HASTA EL AÑO 2016**

$$y = bx + a$$

Año 2010:	(x= 11)	y= 5882.40(11)+45546.5=110252.9
Año 2011:	(x= 12)	y= 5882.40(12)+45546.5=116135.3
Año 2012:	(x= 13)	y= 5882.40(13)+45546.5=122017.7
Año 2013:	(x= 14)	y= 5882.40(14)+45546.5=127900.1
Año 2014:	(x= 15)	y= 5882.40(15)+45546.5=133782.5
Año 2015:	(x= 16)	y= 5882.40(16)+45546.5=139664.9
Año 2016:	(x= 17)	y= 5882.40(17)+45546.5=145547.3

### **1.4. Análisis de la Oferta Turística**

Para el análisis de la oferta turística se tomo en cuenta la información del catastro de la provincia de Cotopaxi que lamentablemente no se encuentra actualizada dentro de sus parámetros técnicos legales, en los cuales no se registra ningún producto similar al propuesto en este estudio.

El estudio de la Oferta se centra en el análisis de los establecimientos que tendrán

incidencia directa con el proyecto (Oferta Competitiva), así como de aquellos que pueden servir de apoyo al mismo (Oferta Complementaria), localizados dentro del Cantón La Mana desde el lugar de emplazamiento de la inversión; comprendiendo bienes y servicios ubicados en La Mana, Latacunga y sur del cantón Mejía; los cuales han ganado cierta experiencia en la actividad turística.

Las categorías para los establecimientos están fijadas por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella; (cinco, cuatro, tres, dos y una; correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría) y estos a su vez se encuentran clasificados en dos grupos, hoteleros y extrahoteleros.

Dentro del sector hotelero se encuentran todos aquellos establecimientos situados en los núcleos urbanos de la ciudad de Latacunga que ofrecen principalmente servicios de alojamiento; tales como hoteles, hostales y pensiones en tanto que aquellos establecimientos extrahoteleros se encuentran ubicados en lugares alejados de los núcleos urbanos, generalmente próximos a las carreteras y con menor capacidad de alojamiento.

De la oferta turística existente se encuentran localizados en el cantón La Mana 51 establecimientos distribuidos de la siguiente manera.

**CUADRO 4**  
**ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y EXTRAHOTELEROS**

<b>Nº</b>	<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
8	Hoteles	La Mana
2	Hoteles	Parroquia Pucayacu
7	Hosterías	La Mana

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

**CUADRO 5**  
**SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS**

Nº	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN
6	Restaurants	Parroquia Pucayacu
4	Cafeterías	La Mana
15	Restaurants	La Mana

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

**CUADRO 6**  
**ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN DIVERSIÓN Y**  
**ESPARCIMIENTO**

Nº	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN
5	Discotecas	La Mana
1	Discotecas	Parroquia Guasaganda
1	Discotecas	Parroquia Pucayacu
3	Bar-Karaoke	La Mana

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo – Victoria Zapata

Dentro del Cantón La Mana no se encuentran proyectos agroturísticos u otro establecimiento que involucre la práctica de actividades relacionadas con el campo es por esto que hemos visto la necesidad de crear un centro Agroturístico que cuente con actividades, servicios y facilidades que satisfagan las necesidades y requerimientos de los visitantes por esta razón consideramos que el proyecto es viable si se toma en cuenta todos los parámetros que se necesita para su creación, en la ciudad de Latacunga están asentados 2 proyectos que tienen experiencia en la actividad turística y que representaría nuestra principal competencia es por eso que se ha tomado en cuenta.

Tomando en cuenta los enfoques de manejo administrativo, las actividades y los servicios de la Granja Comunitaria el Boliche en la Parroquia Pastocalle y

el Área de Recreación el Boliche ofertan actividades alternativas vinculadas a las tareas de campo y que son manejadas bajo ciertos criterios de un modelo de agroturismo y para el presente estudio representará nuestra competencia directa.

Los establecimientos mencionados integran dentro de su oferta un conglomerado de servicios que viene a formar parte de la oferta turística tradicional dirigidas a un segmento turístico de clase social media y alta.

### 1.5. Análisis de la Oferta Competitiva

TABLA N° 4

#### ANÁLISIS DE LA OFERTA COMPETITIVA

NOMBRE	HABITACIONES		SERVICIOS
	Total	Descripción	
Hotel Internacional	40	24 simples y 16 dobles con baño privado	Restaurant con capacidad para 32 personas, garaje, tv cable, sala de convenciones e internet.
Hotel Somagg	78	58 Individuales, 14 dobles y 6 triples con baño privado	Aire acondicionado, servicios de restaurante capacidad para 50 persona, salón de para actos sociales, bar, parqueadero privado, teléfono y TV cable.
Hotel	28	6 Dobles, 12 Triples, 10	Bar, garaje,

Montgomery		matrimoniales con baño privado	teléfono, TV cable, agua caliente y fría y aire acondicionado.
Hotel José Ezequiel	20	13 Dobles, 2 Triples, 5 matrimoniales con baño privado	bar, garaje, TV cable, aire acondicionado y restaurant capacidad para 40 personas.
Hotel Su Hotel	20	4 Dobles, 10 Triples, 6 matrimoniales con baño privado	garaje, TV nacional y satelital, agua caliente, ventilación, aire acondicionado, internet, teléfono y restaurant capacidad para 60 personas
Hostería El Pedregal	25	Cabañas	Restaurante, Piscina, Salón de Recepciones, lagos, canchas múltiples, cabañas, áreas de reposo, paseo a caballo.
Hostería Las Pirámides	25	8 Dobles, 7 Triples, 6 matrimoniales y 4 multifamiliares con baño privado	Restaurante capacidad para 150 personas, Piscina de Niños y Adultos, Discoteca – Karaoke, Salón

			de Recepciones y Conferencias, Bar, Parqueadero Privado, Toboganes, Canchas deportivas, Sala de Billar, Mesa de Futbolines, Agua Caliente, TV por Cable.
Complejo Ecológico Somagg	15	Habitaciones	TV Cable, Agua caliente, Aire acondicionado, Baño privado, áreas de recreación, canchas deportivas, piscinas, baños turcos, pista de baile, restaurant con los mejores platos típicos de la zona.
Hotel de Pucayacu (Sra. Marina Esquivel)	12	(9 sencillas y 3 dobles), cuenta con servicios de baño privado 3 hab. Sencillas y una doble	baño general, la Tv es para todos los huéspedes del Hotel
Hotel de Pucayacu (Sr. Tobias Montenegro)	7	4 individuales y 3 matrimoniales, cuenta con servicios de baño privado	Tv es para todos los huéspedes del Hotel.

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## 1.6. Perfil Competitivo

El análisis del perfil competitivo se centra en el estudio de las características con las que cuentan los establecimientos vinculados a la actividad turística y a su vez constituyen la oferta competitiva directa para el proyecto; por las actividades, servicios y facilidades que brindan tanto al segmento nacional y extranjero. **ANEXO 4** Inventario de Establecimientos Hoteleros

**TABLA N° 5**  
**PERFIL COMPETITIVO**

<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Localización fuera de los núcleos urbanos con visión hacia las áreas naturales protegidas.</li><li>• Sitios de fácil acceso e interconexión con áreas naturales protegidas.</li><li>• Construcciones de un ambiente familiar de una a dos plantas.</li><li>• Distribución del espacio por áreas de servicios y/o administrativas, áreas de producción y áreas recreativas.</li><li>• Diseños modernos con tendencias ancestrales e integrales.</li><li>• Materiales adaptables a la zona.</li><li>• Manejo de elementos alternativos en los servicios básicos y complementarios.</li></ul>
<b>Servicios / facilidades.</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio de Alojamiento bajo espacios compartidos de 6 a 14 habitaciones.</li><li>• Comedores con un ambiente familiar con capacidad desde 22 hasta 48 pax.</li><li>• Recreación en espacios abiertos en base al uso del suelo.</li><li>• Espacios destinados para la práctica de actividades agrícolas y pecuarias.</li><li>• Áreas para el cuidado de animales mayores, menores y aves de corral.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas verdes, canchas deportivas y jardines.</li> <li>• Senderos autoguiados que sirven de conectividad entre diferentes módulos.</li> <li>• Cultivo de productos agrícolas de origen orgánico.</li> <li>• Recreación activa y orientación en las actividades.</li> <li>• Transporte a través de recursos del campo.</li> </ul>
<b>Formas de comercialización del servicio.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas Web.</li> <li>• Correos electrónico. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contacto telefónico.</li> <li>○ Celular.</li> </ul> </li> <li>• Convencional.</li> <li>• Folletería.</li> <li>• Convenios con operadoras de turismo</li> </ul>
<b>Precios</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación de 1.50 USD a 10 USD.</li> <li>• Hospedaje de 10 USD a 45 USD.</li> <li>• Guianza de 20 USD a 120 USD/día.</li> </ul>
<b>Segmento de Mercado</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacional y Extranjero.</li> </ul>

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

Al momento de diseñar la planta arquitectónica, es necesario considerar ciertas características en cuanto a las estructura de los establecimientos localizados en el área de estudio; lo cual incluiría la utilización de materiales de la zona, el empleo de energías alternativas y actividades que se podrían implementar en el servicio a ofertar.

## 1.7. Análisis de Precios

**TABLA N° 6**  
**ANÁLISIS DE PRECIOS**

<b>NOMBRE</b>	<b>HABITACIÓN</b>	<b>COSTO</b>
Hotel Internacional	hab. Simples o dobles	\$ 10.00
Hotel Somagg	hab. Individuales, dobles o triples	\$ 10.00
Hotel Montgomery	hab. Dobles y triples matrimoniales	\$ 7.00 \$12.00
Hotel José Ezequiel	hab. Dobles y triples matrimoniales	\$ 10.00 \$16.00
Hotel Su Hotel	hab. Dobles y triples matrimoniales con aire acondicionado matrimoniales con ventilador	\$ 6.00 \$ 15.00 \$12.00
Hotel Cristal	hab. Sencilla sin aire acondicionado individual con ventilador Dobles y Triples con aire acondicionado	\$5.00 \$7.00 \$ 8.00
Hostería El Pedregal	Cabañas x pax	\$ 10.00
Hostería Las Pirámides	hab. Dobles sin aire acondicionado triples con aire acondicionado matrimonial multifamiliar	\$ 10.00 \$ 12.00 \$ 20.00 \$ 12.00
El Complejo Ecológico Somagg	Por hab.	\$ 12.00
Hoteles en Pucayacu (Marina Esquivel)	hab. Sencillas hab. Dobles	\$ 3.00 y \$ 5.00

Hoteles en Pucayacu (Tobias Montenegro)	hab. individuales hab. Matrimoniales	\$ 5.00
--	---	---------

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### TABLA N° 7 COSTOS

Costos
<p>Servicio de alimentación todos los establecimientos que cuentan con este servicio mantienen un precio similar que va desde 1.75 hasta los 2.50 y los costos se elevan cuando ya son platos a la carta.</p> <p>La comercialización de los servicios ofertados se lo realiza a través del Internet, folletería y contactos telefónicos.</p> <p>De los proyectos estudiados la mayor parte de turistas que ingresan son nacionales mientras que en la Hostería La Pirámides capta en un 80% turistas nacionales y el 20% restante son extranjeros.</p>

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## 1.8. Análisis de la Comercialización

Al referirse a la comercialización hablamos de todas las actividades de promoción de ventas sea esta de forma directa o indirecta para persuadir al turista o posible visitante a adquirir el servicio.

La comercialización de forma directa tiene mayor representación debido a que el servicio será vendido en el mismo lugar de operación y ayudara a presentar y promocionar información detallada de todos los servicios y facilidades del centro teniendo como herramienta los medios masivos de comunicación como: Radio,

Vía Telefónica, Prensa Escrita, Trípticos, Afiches, Tarjetas e Internet y así su reservación se realizara de una forma directa de todas las actividades.

La comercialización indirecta se realizara mediante un convenio de comercialización con una agencia de viaje u operadora de turismo al ser considerados una fuerza de venta importante, teniendo una carta de presentación de las actividades a través de folletos explicativos sobre el Centro Agroturístico donde se comisionara un porcentaje de todos los paquetes u otros servicios que sean requeridos.

## **CAPITULO II**

### **2. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **2.1. Introducción**

En los análisis recientes del mundo rural y en la elaboración de propuestas orientadas a promover su desarrollo, se destacan elementos como la multifuncionalidad de la agricultura, los empleos y los ingresos no agrícolas y el territorio como eje de aproximación al análisis y a la acción.

Todos estos conceptos, permiten enmarcar la presentación de este estudio técnico, que basado en el conocimiento científico, pretende aportar reflexiones, puntos de referencia y orientaciones enfocadas a la presentación del agroturismo como alternativa para encontrar nuevos papeles a la agroindustria rural y al agro negocio vinculado, principalmente, con la producción y procesamiento de alimentos.

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, a esto se puede agregar la artesanía, no solo de la elaboración de objetos sino también la forma alternativa de producción.

Existen en el país “paquetes turísticos” que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo descansa y disfruta del

paisaje natural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y de su familia, una experiencia vivencial que puede ser desarrollada en la **HACIENDA LA FLORIDA**

Por otra parte, el agroturismo en las instalaciones del HACIENDA LA FLORIDA se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y pecuarias, con lo cual se beneficia, el propietario y los empleados, ya que por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado.

Existen grandes retos para aprovechar el potencial que se posee para desarrollar esta actividad de Agroturismo: mejora en la descripción y presentación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamiento interesantes para los visitantes y de presentarlas en forma atractiva.

La oferta turística de la Provincia de Cotopaxi podría ser más amplia e interesante si se considerara a este proyecto agroturístico que será incluyente de los pequeños y medianos productores adyacentes, quienes complementarían los servicios y atracciones a ofertar tales como: crianza y venta de tilapia, crianza y venta de animales bovinos, porcinos, extracción de palma, producción lechera entre otras y, que puedan articularse a paquetes que incluyan otros atractivos turísticos, tales como museos, ruinas arqueológicas, monumentos históricos, sitios para realizar deportes, áreas naturales protegidas, centros de esparcimiento en general que se encuentran dentro de la misma provincia, además de servicios de alimentación y hospedaje que rescaten y preserven lo autóctono.

Para que el agroturismo se convierta realmente en una alternativa para la Hacienda La Florida, y se pueda dar mayor valor agregado a las tierras, productos y servicios, debe ser muy bien planificado, ejecutado y controlado, a fin que se produzca los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla.

## **2.2. Tamaño del Proyecto**

### ***2.2.1. Factores condicionantes***

Existe una serie de factores que deben ser considerados, para la realización del proyecto agroturístico a desarrollarse en la Hacienda La Florida, que hagan factible el cumplimiento de los objetivos; es decir, recursos tanto naturales como físicos, que permitan que el turista se siente satisfecho con el servicio que se brinde, considerando los siguientes aspectos:

#### ***Servicios Básicos***

- **Servicio de Agua Potable y Alcantarillado**

La Hacienda La Florida, no dispone de sistema de agua potable ni alcantarillado, el agua que se suministra es proveniente de la Red de Distribución de la Junta de Agua del Río el Tigre (agua entubada).

- **Servicio Eléctrico**

Como en toda la Provincia la energía eléctrica es distribuida por la Empresa Eléctrica Provincial de Cotopaxi (ELEPCO), a través de redes interconectadas.

- **Servicio Telefónico**

La Hacienda La Florida dispone de servicios telefónicos, de la red nacional de CNT, para las líneas convencionales.

- **Transporte público**

Este servicio brinda las Cooperativas de Transportes: San Pablo, 14 de Octubre, Reina de Sigchos, Macuchi, Cooperativa de camionetas.

- Posee el servicio de transporte urbano, del Cantón La Maná hacia la parroquia de Pucayacu, ya que se encuentra dentro de la ruta de acceso, la cooperativa de transporte urbano “San Pablo”.
  - También cuenta con la cooperativa de transporte intercantonal “14 de Octubre” que cubre la ruta Latacunga/ Pucayacu
  - La cooperativa de transportes intercantonal “Reina de Sigchos” que cubre la ruta Sigchos/ Pucayacu
  - La cooperativa de transportes interprovincial “Macuchi” que cubre la ruta Quito/ La Maná/ Pucayacu
  - Cuenta con el servicio de camionetas desde La Maná /Pucayacú que en un futuro formarán una cooperativa de 20 camionetas
- **Vías de acceso (Carreteras)**

Se determinan vías de carácter primario a aquellas que forman parte de la Panamericana, de segundo orden los caminos empedrados y las de tercer orden son las de tierra.

- **Recubiertos de asfalto**

La Maná/ Guayacán/ Guasaganda/ Pucayacú

Latacunga/Zumbahua/Pilaló/ Guayacán/ Guasaganda/ Pucayacú

- **Recubiertos de Lastre**

Pucayacú/ Santo Domingo de los Tsachilas

- **Caminos veraneros**

Para la temporada de verano cuenta con un camino desde Sigchos a Pucayacú.

- **Disponibilidad de agua de riego**

La Hacienda La Florida dispone de agua de riego abastecido por el río Hugshatambo que cuenta con una acequia madre que fluye de oriente a occidente

y se distribuye en 3 acequias las mismas que son utilizadas para las tilapias, ganado, chanchos y para consumo humano, este recurso riega a 222,45 hectáreas aproximadamente.

### ***Recursos Naturales***

- **Características Ecológicas**

Cobertura vegetal cubre la mayor parte de la Hacienda, que corresponden al 95%.

- **Zona de Vida**

Según el diagrama de Holdridge, la zona de Guasaganda se encuentra latitudinalmente, en la zona templada subtropical comprendida entre los 200 y 1150 msnm., y altitudinalmente corresponde al piso premontano medio y bajo (bh.PM). De ahí que la vegetación es mayoritariamente tropical y la subtropical hacia los pisos más altos (1150 msnm.) formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región subandina.

### ***Superficie***

**Según escrituras:** *“Por medio de éste instrumento público el vendedor, Sr. Nelson Segovia, por sus propios y exclusivos derechos venden y dan en perpetua enajenación a favor de los COMPRADORES, los Señores Fausto Sánchez y la Señora María Cecilia Fernández, el inmueble rural llamado “Hacienda La Florida” de la SUPERFICIE DE DOSCIENTOS SETENTA Y DOS HECTÁREAS aproximadamente”.*

#### ***2.2.2. Utilización de la capacidad instalada.***

Actualmente la superficie de la Hacienda es utilizada para el desarrollo de

actividades netamente agropecuarias.

Posteriormente con la ejecución de este proyecto se combinara la actividad turística con la agrícola, y de acuerdo a la demanda y la infraestructura que se obtenga producto de las inversiones y financiamientos, el centro brindara básicamente tres rubros de servicios: Alojamiento, restauración y utilización de las instalaciones para el agroturismo, de acuerdo a las estimaciones dadas por el estudio de mercado.

### ***2.2.3. Tamaño Óptimo***

Al no contar con información de mercado, referente a la demanda insatisfecha del servicio a ofertar, se opta por la aplicación de variables cualitativas apreciables, dadas desde el punto de vista, con mayor rentabilidad, uso, conservación y mínimos costos en el caso de reubicación de instalaciones. Así, el uso del suelo del proyecto y con los antecedentes del Plan de Manejo realizado, so objetivo principal es mejorar el uso de los recursos existentes, fortaleciendo los mecanismos e instrumentos de planificación y la capacidad técnica de conservación y gestión del área. En la propuesta de zonificación del Plan de Manejos se identificó 2 grandes zonas: Zona Superior (Recuperación) que incluye 2 áreas: Área Agrícola y Pecuaria y Área de recuperación y protección (amortiguamiento); la Zona Inferior (Uso Público) en la que se identifica 2 áreas: Área Recreacional y Área de construcciones e instalaciones.

La Hacienda la Florida, ofrece en forma permanente productos de origen pecuario, agrícola, así como sus campos e instalaciones, programas productivos, para el aprendizaje, capacitación y recreación del público de la región.

### **Consideraciones para el Tamaño Óptimo**

La producción de leche es de alrededor de 300 litros diarios con tendencia a incrementarse año a año, también se ofrece, terneros machos, vaquillas, vacas,

toretos a pequeños ganaderos para reproductores, se oferta por épocas animales para faenamiento.

El proyecto de tilapias es destinado directamente para venta en el sector de Pucayacu y la Mana, alrededor de 300 lbs., cada semana, con un peso de media libra por tilapia.

El cultivo de palma es destinado para la venta cada quince días con una cosecha aproximada de 10 toneladas.

El cultivo de pastos y forrajes es destinado para consumo alimenticio de los animales de la hacienda debido a su variedad tales como: maralfalfa, saboya, pasto miel, pasto elefante, bracharia, entre otros.

Las piscinas artificiales de las tilapias, sus ríos, el trapiche y espacios internos de la hacienda, constituyen un importante atractivo turístico para todo tipo de público, pero en especial para niños, jóvenes y estudiantes de colegios y universidades.

La posibilidad de realizar, cursos de capacitación, de recibir visitas de observación en especial por comunidades campesinas, agricultores, ganaderos es permanente, así como también la realización de eventos científicos, técnicos y culturales.

## **Ordenamiento**

### **a) ÁREA RECREACIONAL**

Está compuesto por dos sitios:

- ✓ **Sitio de Esparcimiento.-** Cuenta con una área de 10547,7 m<sup>2</sup> sus límites colindan con el sitio de restauración y está formado por:
  - **Pesca deportiva.-** Posee una piscina destinada para el uso de los visitantes, tiene 12,61 metros de ancho por 6,95 metros de largo.

- **Canchas deportivas.-** Cuenta con tres canchas multiusos las mismas que serán destinadas para realizar diferentes eventos deportivos, sus dimensiones son de 14,30 metros de largo por 7,6 metros de ancho.
- **Piscinas.-** Su diseño está destinado para el uso tanto de personas adultas como de niños, posee un barandal de madera, cuenta adicionalmente con baños, duchas e hidromasaje sus dimensiones son de 11,46 metros de largo por 6,3 metros de ancho.
- **Juegos infantiles.-** Posee diversos elementos para la recreación de los visitantes más pequeños como resbaladera, columpios, sube y baja y escalera china.
- ✓ **Sitio de Camping.-** Es un espacio verde y abierto se encuentra localizado en la parte noreste de la hacienda, al sur se encuentra el camino principal, al norte el Río Hugshatambo y a sus linderos se localizan unos potreros su superficie abarca 1966 m<sup>2</sup>.

## b) **ÁREA AGRÍCOLA Y PECUARIA**

Es el área más extensa del proyecto abarca alrededor del 60% aproximadamente de la superficie total del centro; la superficie de producción agrícola comprende parcelas para el cultivo de productos destinados para el consumo interno incluye:

- ✓ **Huerto Orgánico.-** Este espacio estará destinado para el cultivo de legumbres, hortalizas, tubérculos y frutales como (lechuga, ají, cebolla, frejol, papaya, yuca, etc.), que se hallaran sembradas en parcelas plantadas en pequeñas proporciones y destinadas para la dieta diaria de los visitantes.

Está integrado por 4 parcelas, una para legumbres, una para hortalizas una para tubérculos y una para frutales, localizadas en la parte suroeste del centro, su

extensión es variable ya que depende de la demanda de visitantes y su acogida a esta actividad.

Los espacios de producción tienen por objeto no comprar aquello que se puede producir en el centro, promoviendo una agricultura sana sin el uso de fertilizantes, plaguicidas o cualquier tipo de producto químico.

- ✓ **Palma Africana.-** En este sitio se produce palma africana la misma que es comercializada cada 15 días para la extracción de su aceite.
- ✓ **Pastos.-** El resto de esta área será utilizado como forraje para la alimentación diaria de los semovientes del área.

### c) **ÁREA DE CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES**

Esta área a dado lugar a seis sitios tomando en cuenta aspectos de servicios de hospedaje, restauración, producción, administración y pecuarias (tilapias y establos) requeridos durante la visita.

- ✓ **Sitio de Restauración.-** Diseñado en conjunto con la cocina abarcando una extensión total de 2991 m<sup>2</sup>, comprende con un comedor colectivo cuya distribución está establecido en base a grupos familiares de 6 personas.

El restaurante permitirá prestar servicios con capacidad para 66 plazas con una superficie de 178.5 m<sup>2</sup>.

Adicionalmente a este sitio tenemos el parqueadero, jardinerías, tienda de comercialización y un lugar de servicios para la pesca deportiva.

- **Parqueadero.-** El centro cuenta con un estacionamiento principal localizado en la parte oeste del centro, cuenta con capacidad para 36 autos y 9 motos.

- **Pesca deportiva.-** Posee una piscina destinada para el uso de los visitantes, tiene 12,61 metros de ancho por 6,95 metros de largo.
- **Jardineras.-** Espacios donde el visitante puede hacer uso de su tiempo hasta esperar que su pedido esté listo.
- ✓ **Sitio de Hospedaje.-** Cuenta con 11 cabañas de cuatro modelos diferentes familiar, grupal, cuádruplex y dúplex cada una con una superficie de 49 m<sup>2</sup> con una capacidad para 50 personas distribuidas en sus 20 habitaciones con todos sus servicios.

Se incluye dentro de este sitio un parqueadero.

- ✓ **Sitio de Producción.-** Este sitio está destinado para la manufactura de derivados de la leche y la caña de azúcar, su superficie abarca 5217,9 m<sup>2</sup> en este sitio podemos encontrar:
  - **Trapiche.-** Es hidráulico y funciona también con la fuerza de la caída de agua su dimensión es de 30 m<sup>2</sup>, en este se extrae el jugo de caña que es la materia prima para la elaboración de los derivados de la misma.
  - **Bodega de Almacenamiento.-** Esta destinada para el almacenamiento y producción de los diversos productos lácteos y también cumple la función de cuartos fríos.
  - **Bodega de Procesamiento.-** En este sitio se elaborara los productos de los derribados del jugo de caña como la panela, alcohol.
- ✓ **Sitio de Criadero de Tilapias.-** Posee un total de 21 piscinas (9 grandes y 13 pequeñas) las cuales serán manejadas de forma técnica mediante su preparación y desinfección para evitar que contraigan posibles enfermedades

los peces, su distribución estará de acuerdo a sus etapas desde alevines hasta su etapa de comercialización.

Adicionalmente a esto tenemos la casa del encargado del sitio de tilapias y la casa de los propietarios destinados únicamente para su estadía.

- ✓ **Sitio de Administración.-** En este espacio se ubicara la administración de la hacienda y las casas de los empleados que sean habitadas indispensablemente, su extensión abarca 3086 m<sup>2</sup>.
- ✓ **Sitio de Establos.-** Abarca una superficie de 12.208 m<sup>2</sup> contará con estructuras para albergar animales mayores y menores; conformados por: un establo y una caballeriza.

Como una manera de aprovechar los desechos provenientes de los lavados de establos y excretas de los animales las estructuras también incluyen un biodigestor, de tal forma que los abonos de origen orgánico propicien el mejoramiento de las tierras y cultivos.

- **Establo para Bovinos.-** La instalación está localizada en la parte noreste de la hacienda, acogiendo a los bovinos de 1 día de nacidos hasta los 65 meses durante la noche por un período aproximado de 12 horas; este lugar está destinado para el ordeño, lechería, comederos y bodegas de alimento proporcionando un ambiente sano, permitiendo tener control sobre los complementos nutricionales, facilitando el ordeño y manejo de estiércol, optimizando la eficiencia de la mano de obra.

La instalación es edificada con bloque, cemento, piedra y cubierta con zing para la protección de los animales de los factores ambientales.

- **Caballeriza.-** La instalación está diseñada con materiales sólidos como el cemento, piedra, bloque y cubierta de zing, permitiendo albergar a los animales durante la noche. Para la cama del animal se puede proporcionar

aserrín, heno o algún otro material absorbente. Debe existir un drenaje adecuado para evitar problemas en los cascos y que el animal se ensucie innecesariamente.

Al momento de su alimentación serán preparados para que los visitantes realicen la actividad de cabalgatas.

- **Biodigestor.-** Se trata de un sistema sencillo, que a través del reciclaje de los residuos orgánicos generados en el centro como son los excrementos de los animales puede producir fertilizantes para usos agrícolas.

#### d) **ÁREA DE RECUPERACIÓN Y PROTECCIÓN**

Abarca una extensión de 7,5 hectáreas la cual está destinada a mantener las características ecosistémicas del área mediante la plantación de especies nativas como la teca. Tomando en cuenta el sitio de amortiguamiento destinado para minimizar el impacto de las contaminaciones y demás actividades humanas que se realizan de manera natural en el entorno inmediato al área de la hacienda, con la finalidad de proteger la integridad de la misma.

### **2.3. Localización del proyecto.**

#### ***2.3.1. Factores que Influyen en la Localización***

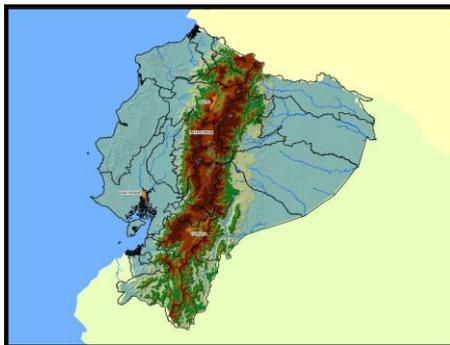
##### ***2.3.1.1. Macro localización.***

- **Continente:** América del Sur
- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** Latacunga

**MAPA N° 4**  
**CONTINENTE AMERICANO**



**MAPA N° 5**  
**FÍSICO DEL ECUADOR**



FUENTE: Avalúos y Catastros de la Especialidad de Ingeniería Agropecuaria

**MAPA N° 6:**  
**FÍSICO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**



FUENTE: Provincia de Cotopaxi (inventario y evaluación de recursos)

La Hacienda la Florida se ubica en el subtrópico de la Provincia de Cotopaxi, entre los 400 y 1.750 msnm. La temperatura es de 18° C y 24° C, se con rica y abundante flora y fauna, característico del bosque húmedo subtropical. Toda la zona es apta para diversos tipos de cultivos y la producción pecuaria, por ende tiene posibilidades en desarrollarse en el ámbito del agroturismo, ya que cuenta con los recursos naturales necesarios y el espacio físico, además es una zona de transición entre las Regiones Sierra y Litoral.

También como otros recursos, comprenden las actividades netamente culturales:

Tradiciones, Folklore y Étnicas, etc.

- a) Acontecimientos Programados.
- b) Ferias.

Y en otro ámbito se cuenta con los sectores aledaños a los predios, cuya actividad es netamente agrícola y ganadera.

En cuanto a los medios de transporte y de acceso, es importante recalcar que se está ejecutando el proyecto de ampliación y apertura del aeropuerto Internacional de Latacunga, lo cual facilitara el arribo de posibles turistas, en los próximos años.

#### ***2.3.1.2. Micro Localización.***

- **Parroquia:** Guasaganda
- **Barrio:** Florida

**MAPA N° 7**  
**FÍSICO DE LA PARROQUIA GUASAGANDA**



FUENTE: [http://www.cedom.gov.ar/cotopaxi\\_imagenes/1264.html](http://www.cedom.gov.ar/cotopaxi_imagenes/1264.html)

Se localiza a 11 km de la Parroquia Guasaganda y a 26 km de La Maná.

La división política territorial (linderos) de la Hacienda se encuentra limitada por:

- Límite norte: Río Quindigua
- Límite sur: Estero el Tigre
- Límite Este: Recinto la Florida
- Límite Oeste: Propiedad del Señor Jácome

Se localiza en las coordenadas Geográficas: Latitud 0°42' 52" Sur y Longitud 79°7'20" Occidental.

Lo que caracteriza a este lugar, son las actividades integrales que se desarrollan como: ganadera, piscicultura, porcicultura, agrícola y la visita de turistas.

### 2.3.1.3. Métodos de Evaluación de la Localización de Proyectos Turísticos

**CUADRO N° 7  
EVALUACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS**

<b>PUNTOS</b>	<b>SIGNIFICADO DEL FACTOR</b>
0	Inexistente
1	Pobre
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente
5	Óptimo

FUENTE: ÁLVAREZ R. José, FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 8  
EVALUACIÓN DE FACTORES DECISIVOS**

<b>EVALUACIÓN DE FACTORES DECISIVOS</b>	
<b>1. Existencia de vías de comunicación</b>	
a) Localización sobre caminos vecinales	2
b) Localización sobre carreteras sin continuidad	0
c) Localización sobre carreteras continuas, pero que no unen directamente polos económicos	0
d) Localización sobre carreteras sin continuidad, pero que unen dos polos económicos	0
e) Localización sobre carreteras continuas que unen varios polos económicos	0
f) Localización sobre carreteras de enlace internacional	0
<b>2. Seguridad de conducción</b>	
a) Vías con trazado y superficies defectuosos, o montañosas	0
b) Vías con trazados defectuosos, superficie normal, montañosas	0
c) Vías con trazado normal, superficies defectuosas, montañosas	0
d) Vías con trazado y superficies defectuosas, topografía variada	2
e) Vías con trazado defectuoso, superficie normal, topografía variada	0
f) Vías con trazado normal, superficie defectuosos, topografía variada	0
g) Vías con trazado y superficie defectuosos, planas	0
h) Vías con trazado defectuoso, superficie normal, planas	0
i) Vías con trazado normal, superficie defectuosa, planas	0
j) Vías con trazado y superficie normales, montañosas	0
k) Vías con trazado y superficies normales, topografía variada	0
l) Vías con trazado y superficie normales, planas	0

<b>3. Intensidad de tránsito</b>	
a) Vías con alto volumen de tránsito diario	0
b) Vías con mediano volumen de tránsito diario	0
c) Vías con bajo volumen de tránsito diario	2
d) Vías con alto volumen de tránsito durante el fin de semana	0
<b>4. Distancia-tiempo a centros urbanos mayores (a sitios potenciales)</b>	
a) Mayores de tres horas	0
b) Entre dos y tres horas	0
c) A noventa en minutos	0
d) A sesenta minutos	0
e) A cuarenta y cinco minutos	2
f) A treinta y cinco minutos	0
<b>5. Disponibilidad de agua</b>	
a) De acueducto con planta	0
b) De acueducto incompleto	0
c) De pozo, río o lago, de difícil tratamiento	0
d) Que requiere tratamiento físico o químico	0
e) Que requiere sólo tratamiento físico	2
f) De pozo de notable profundidad	0
g) De pozo de mediana profundidad	0
<b>6. Disponibilidad de energía eléctrica</b>	
a) Al pie de línea de alto voltaje	0
b) Al pie de línea de alto voltaje	0
c) Hasta 500 metros de una línea	0
d) A 1000 metros de una línea	0
e) A 2000 metros de una línea	2
f) A más de 3000 metros de una línea	0
g) Inexistente	0
<b>7. Disponibilidad de comunicaciones telefónicas</b>	
a) Al pie de línea	0
b) Hasta 500 metros de una línea	0
c) A 1000 metros de una línea	1
d) A 2000 metros de una línea	0
e) A más de 3000 metros de una línea	0
f) requiere equipo radiotelefónico	0
<b>8. Disponibilidad de terrenos</b>	
a) Espacio disponible para desarrollar ampliamente un centro integrado	0

b) Espacio disponible para desarrollar, con ciertas limitaciones, un centro integrado	2
c) Espacio disponible que ya afecta notoriamente el desarrollo de un centro integral	0
d) Espacio disponible sólo para el desarrollo de la instalación hotelera	0
<b>9. Atractivo turístico</b>	
a) Lugares de interés turísticos ya desarrollados	0
b) Lugares de interés turístico especial que ya manifiesta un desarrollo incipiente	0
c) Lugares de interés turístico no desarrollados	2
d) Lugares con escasas posibilidades turísticas	0
e) Lugares monótonos	0
<b>10. Calidad de desarrollos circunvecinos</b>	
a) Presencia de tugurios cercanos	0
b) Desarrollos habitacionales obsoletos cercanos	0
c) Desarrollos industriales nocivos	0
d) Lugares con escasas posibilidades turísticas	0
e) Inexistencia de desarrollos circunvecinos distintos de los recreacionales	1
<b>11. Condiciones sociales</b>	
a) Zona de tranquilidad social	3
b) Zona de frecuente tranquilidad social	0
c) Zona de violencia	0
<b>12. Condiciones de salubridad</b>	
a) Zonas insalubres	0
b) Zonas de marcada humedad y temperatura alta, sujetas a desarrollo de plagas	0
c) Zonas de clima muy riguroso	0
d) Zonas de clima medio	3

FUENTE: ÁLVAREZ R. José, FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 9**  
**EVALUACIÓN DE FACTORES IMPORTANTES**

<b>EVALUACIÓN DE FACTORES IMPORTANTES</b>	
<b>1. Proximidad a las vías principales (visualidad)</b>	
a) Al pie de la vía	0
b) Visible a 500 metros	2
c) Visible a 1000 metros	0
d) Visible a mas de 1000 metros	0
e) No visible a cualquier distancia	0
<b>2. Costos del terreno</b>	
a) Exorbitante	0
b) Muy alto	0
c) Algo más de lo normal	3
d) Bajo	0
e) Cesión gratuita	0
f) Arrendamiento a muy largo plazo por entidad oficial	0
<b>3. Condiciones del subsuelo</b>	
a) Condiciones inestables	0
b) Nivel freático muy alto	0
c) Afloraciones costosas de superar	0
d) Condiciones aptas para cimentación de edificios bajos	3
<b>4. Topografía</b>	
a) Pendiente promedio hasta el 10%	0
b) Pendiente entre el 10% y 15%	3
c) Pendiente entre el 15% y el 20%	0
d) Pendiente entre el 20% y el 30%	0
e) Pendiente entre el 30% y el 40%	0
f) Pendiente de más del 40%	0
g) Terrenos demasiado planos	0

FUENTE: ÁLVAREZ R. José, FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 10**  
**EVALUACIÓN DE FACTORES DESEABLES**

<b>EVALUACIÓN DE FACTORES DESEABLES</b>	
<b>1. Disponibilidad de materiales y mano de obra</b>	
a) Existentes en cantidad y buena calidad	0
b) Existentes en cantidad y calidad aceptables	0

c) Limitados, con sobrecostos normales por transporte	0
d) Escasos, con apreciables sobrecostos	0
e) Prácticamente inexistentes	1
<b>2. Condiciones meteorológicas</b>	
a) Zonas notablemente brumosas	0
b) Zonas de extrema precipitación y notoria frecuencia de tormentas eléctricas	0
c) Normales	3
<b>3. Facilidades de desagües</b>	
a) Desagües por gravedad a servidumbres que no ocasionan perjuicios o molestias, ni externas ni internas	0
b) Desagües por bombeo a servidumbres como las anteriores	0
c) Desagües que requiere tratamiento de aguas	1

FUENTE: ÁLVAREZ R. José, FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 11

#### PUNTUACIÓN

PUTUACIÓN TOTAL	UBICACIÓN
0-15	Descartable
16-35	Malo
36-55	Regular
56-75	Bueno
76-95	Excelente
96-100	Óptimo

FUENTE: ÁLVAREZ R. José, FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 12

#### PORCENTAJES DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

LOCALIZACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICAS	FACTORES DECISIVOS 60%	40%
	FACTORES IMPORTANTES 30%	3,30%
	FACTORES DESEABLES 10%	1%

El proyecto tiene una calificación de **regular** debido a que se encuentra dentro de 36-45 puntos dando así un proyecto viable para ejecutar. Está entre una categoría de aceptación debido a que consta de vías de acceso en buenas condiciones y un ambiente de conservación, lo que permite constatar la factibilidad del proyecto.

#### ***2.3.1.4. Características Específicas***

- **INVENTARIO DE FLORA.-** Propia, nativa e introducida de la Hacienda. Ver anexo 6
- **INVENTARIO DE FAUNA.-** La Hacienda La Florida, se encuentra en una zona semi – poblada, por lo que la existencia de fauna silvestre es en pequeñas cantidades. Ver anexo 7

## **2.4. Ingeniería del Proyecto**

### ***2.4.1. Diseño de los Servicios a Ofrecer***

El propósito del proyecto de un Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida, parroquia Guasaganda, es brindar a los visitantes una interacción con la naturaleza y un ambiente sano de esparcimiento familiar.

Se busca aprovechar los recursos naturales de una manera eficiente a través de estándares de calidad, para que tanto el turista como el medio ambiente, no se vean perjudicados y los visitantes adquieran una nueva experiencia, que les permita descansar, alejarse del ruido de la ciudad y de las aglomeraciones de los destinos turísticos saturados, como es el caso de las playas.

#### **I. Características.**

##### **Físicas.**

Especialmente esta zona se encuentra latitudinalmente, en la zona templada

subtropical comprendida entre los 200 y 1150 msnm. Y altitudinalmente corresponde al piso premontano medio y bajo (bh.PM). De ahí que la vegetación es mayoritariamente tropical y la subtropical hacia los pisos más altos (1150 msnm.) formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región subandina.

La pluviosidad o precipitación va de los 2000 a los 3000 mm. La temperatura oscila entre los 14 y 24° C en la zona alta de Guasaganda. La luz tiene una duración de 12 horas con nubosidad en el invierno al atardecer. La velocidad de los vientos no sobrepasa en la zona baja de los 20 Km/Hora y en la alta de los 30 Km/Hora. Al no existir ninguna estación meteorológica cercana, estos datos proceden de documentos y anotaciones tomadas por instituciones como el MAG y Técnicos agropecuarios directamente relacionados con el agro del sector.

#### a) Tipo de suelo

El suelo es mayormente limoso que aloja una vegetación exuberante, con la presencia de aéreas de playa con alto contenido de arena y piedras que arrastran los ríos que descienden de las alturas de las cordilleras.

#### c) Calidad del suelo.

La capacidad de recuperación de la tierra es muy importante, el porcentaje de área erosionada obedece a la fuerza con la cual el agua en invierno se presenta en laderas, en las cuales se pueden efectuar actividades de educación ambiental, mediante la aplicación de un programa interno de forestación, dentro de las áreas en recuperación.

#### d) Hidrología.

Los ríos de la Parroquia Guasaganda forman parte de una subcuenca perteneciente

al sistema del Pacífico a través de los ríos Quevedo y Guayas. La mayor parte de los recintos, han fijado sus zonas de vida, junto a los ríos y esteros. El río Guasaganda pasa por la parroquia y nace en los 1 000 msnm aproximadamente. Luego de unos 15 Kilómetros de recorrido de este a oeste, confluye en el Quindigua como afluente.

El río Hugshatambo que nace en los 1800 msnm aproximadamente, es otro de los que componen esta subcuenca. Formando una gran curva se encuentra el Lomapi en el Este de la parroquia, pero que se dirige al río San Pablo que nace lejos con el nombre de río Pilaló.

## **II. *Actividades.***

Según las características específicas de su entorno geográfico, pueden proponerse diferentes actividades, a realizarse en el lugar mismo o utilizándolo como una etapa de un circuito.

La acogida en el agroturismo, en una instalación confortable, integrado en una explotación agraria o cercana a una comunidad, acerca un nuevo e insospechado mundo al viajero: el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, con sus peculiares platos típicos, con sus productos caseros o biológicos, y con las múltiples artesanías que de tal emprendimiento agroturístico se desprenden.

En un marco privilegiado de este centro donde todos los recursos naturales son objeto de un cuidado y protección especial. Para vivir en plena naturaleza, dentro de ella, junto con quienes armonizan con ella, de donde se procuran el sustento; para compartir con agricultores y ganaderos de la localidad, los propietarios y empleados de la Hacienda, las experiencias con los visitantes.

El fin de este conjunto de actividades organizadas específicamente por los propietarios y empleados, es complementar su actividad principal, a las cuales se

invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra.

El proyecto consiste en preparar un sector agrícola y ganadero, para ofrecer tours a los turistas. El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización y una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También en el Centro se puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente.

Las actividades pueden orientarse hacia diversos tipos de clientes: familias con y sin niños, grupos escolares, deportistas "tranquilos" y deportistas "adrenalina", tercera edad, y empleados de empresas, clubes, asociaciones, centros educativos, comunidades, micro empresarios (agrícolas, ganaderos, emprendedores turísticos) y otros, las principales actividades que se pueden realizar, estarán de acuerdo a las características y superficie disponible de la hacienda, las cuales pueden ser las siguientes:

1. **Educación Ambiental.-** Que estará enfocada a la conservación, manejo y aprovechamiento adecuado de los recursos disponibles, a demás se aplicaran programas de recuperación de zona tropicales frágiles, a través de actividades de educación ambiental y serán dirigidos a todo tipo de segmento.
2. **Trekking.-** Conjuntamente con las demás actividades se efectuaran diferentes tipos de recorridos, como: de larga duración, mediana y pequeña, que usualmente se manejaran de acuerdo a la segmentación, donde un grupo de personas son dirigidos por un guía, recorren la extensión de la hacienda por los diferentes proyectos agropecuarios emprendidos y sus alrededores, visitan las haciendas de la zona, al mismo tiempo explicando un poco de historia del sector y poniendo en contacto al turista con el estilo de vida de quienes ahí habitan.

**FOTO N° 1**  
**TREKKING**



3. *Leyendas, tradiciones y prácticas deportivas.*- La siguiente actividad estará conjugada con las programaciones y horarios establecidos, donde se efectuara y practicarán deportes tradicionales, y se expondrán las leyendas autóctonas de la zona, con la participación activa de los miembros de las comunidades aledañas.

**FOTO N° 2**  
**LEYENDAS, TRADICIONES Y PRÁCTICAS DEPORTIVAS**



4. *Preparación de productos Artesanales.*- Preparación de quesillo, preparación de bebidas a base de la fermentación del jugo de caña, horticultura, gastronomía local y otros, bajo la consideración y aprovechamiento de los productos agrícolas y pecuarios.

**FOTOGRAFÍA N° 3**  
**PREPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES**



5. *Pesca Deportiva.*-También se adecuarán las piscinas de criadero de tilapias con infraestructura adecuada, que brinden las seguridades necesarias para el desarrollo de esta actividad, complementándose con el alquiler de cañas de pescar, anzuelos y venta de carnadas.

**FOTOGRAFÍA N° 4**  
**PESCA DEPORTIVA**



6. *Picnic.*-Para aquellos individuos que desean pasar una noche de velada, se situará un área limitada exclusivamente para las actividades de camping, donde se complementarán con una noche cultural y con juegos tradicionales.

**FOTO N° 5**  
**PICNIC**



7. **Prácticas de Ordeño.-** Esta actividad se realiza dentro de los espacios determinados (establos tradicionales), los cuales serán accesibles para todo tipo de segmento.

**FOTO N° 6**  
**PRÁCTICAS DE ORDEÑO**



8. **Cabalgatas.-** Es una actividad dirigida a todo tipo de segmento, el objetivo es conocer paisajes remotos y disfrutar de la naturaleza. En efecto, no solo el tranquilo paso del caballo no distorsiona el ambiente, sino que brinda el tiempo suficiente para disfrutar y apreciar cada detalle del paisaje y su contenido.

**FOTO N° 7  
CABALGATAS**



**REQUERIMIENTOS PARA LAS ACTIVIDADES DE RECREACIÓN**

**CUADRO N° 13**

<b>EQUIPO PARA TREKKING</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Bastón	5	13,50	67,50
Equipo de comunicaciones	2	120,00	240,00
Mapa de la zona	100	0,50	50,00
Linterna	5	6,00	30,00
Casco	5	18,60	93,00
Anteojos para sol	5	23,00	115,00
Guantes flexibles (par)	5	25,00	125,00
			<b>720,50</b>

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 14**

<b>EQUIPOS E INSTRUMENTOS PARA PRODUCTOS ARTESANALES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cocina industrial	1	824,00	824,00
Mesa de trabajo	1	586,00	586,00
Balde	2	1,00	2,00
Bandeja	3	3,00	9,00
Cortadora	1	2,50	2,50
Ralladora	1	2,00	2,00
Licuada pulpeadora	1	31,00	31,00
Olla de acero inoxidable	2	24,00	48,00
Tabla de picar	2	2,00	4,00
Paleta de madera	2	1,00	2,00
Cuchara	5	0,25	1,25
Jarra graduada	2	3,00	6,00
Frasco de vidrio o plástico resistente al calor.	10	1,60	16,00
Balanza	1	21,00	21,00
Refractómetro	1	183,00	183,00
Termómetro	1	4,00	4,00
Reloj o cronometro	1	2,00	2,00

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 15**

<b>JUEGOS INFANTILES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Columpios	2	390,00	780,00
Pasamanos – Escalera china	2	250,00	500,00
Sube y baja para 1 persona	1	150,00	150,00
Sube y baja para 2 persona	1	300,00	300,00
Resbaladera pequeña	1	150,00	150,00
Resbaladera grande	1	250,00	250,00
			<b>2130,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 16**

<b>LEYENDAS Y TRADICIONES DEPORTIVAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Pelota Nacional</b>			
Raquetas artesanales	4	6,00	24,00
Bolas	2	2,00	4,00
<b>Partido de Cocos</b>			
Cocos (paquete - 25 unidades)	1	5,00	5,00
			<b>33,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### **III. Servicios.**

Los servicios que se dispondrán dentro de este emplazamiento, se definen de acuerdo a las actividades que se desarrollen.

#### **i. Servicios complementarios:**

- 1) Recepción.
- 2) De mantenimiento y limpieza.

- 3) De cafetería y comedor.
- 4) Telefónico.
- 5) Asistencia médica.
- 6) Kiosco.
- 7) Servicio de vigilancia las 24 horas.

## **ii. Servicios de recreación:**

Se brindara facilidades con los equipos necesarios para la práctica de las actividades agropecuarias y recreativas, previo abono de su precio respectivo, en las piscinas existirá el servicio de salvamento y de instrucción, al igual que en las actividades de riesgo.

1. Alquiler de equipos para la práctica de actividades diversificadas.
2. Instructor para cada tipo de actividades.
3. Guías nativos y especializados.
4. Manuales de prácticas deportivas.
5. Equipos para las prácticas agrícolas.
6. Atención personalizada para cada actividad.

## **iii. Alimentación.**

Las comidas serán servidas de acuerdo a pedidos, en caso de ser platos especiales, el mismo que será cancelado para su posterior servicio, como mínimo un periodo de dos horas para cada una de las comidas.

Dentro de este horario, deberán establecerse horarios de servicios, los alimentos a disposición permanente serán los de cafetería y aquellos preparados con los productos que se producen conjuntamente con los visitantes en las instalaciones de la hacienda, estos alimentos pueden ser solicitada su preparación por el personal del centro, o se puede disponer de instalaciones para la preparación personal previa reservación.

**CUADRO N° 17**

<b>PLATOS A LA CARTA</b>	
Caldo de gallina criolla	Tilapia Frita
Caldo de bolas de verde	Tilapia ahumada
Pollo al jugo	Tilapia asada
Locro de queso	Tilapia al ajillo
Sacocho de cachama	Empanadas de verde
Locro de papas	Bolón de verde
Guatita	Corviche
Maito de Tilapia	

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 18**

<b>POSTRES Y APERITIVOS</b>	
Dulce de las tres leches	Dulce de leche
Tamal de gallina	Emborrajados
Tamal lojano	Empanadas de morocho
Tamales de mote	Empanadas de viento
Bastones de yuca	Espumilla con frutas
Bolón de verde	Flan de diferentes frutas
Queso de hoja	

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

#### **IV. Enfoque.**

De acuerdo a las características que se reflejan, se puede determina a este modelo como un:

#### **CENTRO AGROTURÍSTICO “LA FLORIDA”**

Por las diversas actividades y por poseer varios recursos, se lo caracteriza como

un centro de desarrollo de actividades agroturísticas y de recreación, las cuales se complementan con la facilidad de acceso y zona de transición entre dos regiones , también como uno de los complementos en cuanto a alojamiento se refiere, se pueden integrar las hospederías y la readecuación de algunas de las casa haciendas que se sitúan alrededor de este centro nos ayudaran, facilitando el hospedaje para quienes deseen pernoctar en cómodas habitaciones y para quienes deseen realizar camping, se dispondrá de algunos servicios que faciliten esta actividad.

## ***V. Tipo del Proyecto***

### ***i. Tipología.***

Principalmente se desarrollaran actividades agropecuarias vivenciales y recreativas, bajo normas y reglamentaciones establecidas por el Ministerio de Turismo, también con las consideraciones ambientales establecidas por el Ministerio del Ambiente.

### ***Determinación de Estándares y Control de Calidad***

Es necesario establecer mecanismos que permitan llevar un control de la actividad agro turística, de tal manera que no se perjudique principalmente el medio natural. Lo que se trata de lograr es un Desarrollo Turístico Sostenible, que se enmarca en cuatro aspectos:

- **Sostenibilidad Ecológica:** Que no se produzcan cambios irreversibles en el ecosistema.
- **Sostenibilidad Social:** Capacidad de la sociedad para absorber el turismo.
- **Sostenibilidad Cultural:** Lucha entre la identidad del habitante y la “cultura del turista”.

- **Sostenibilidad Económica:** Nivel de ganancia para la comunidad local, el Centro “La Florida” y la satisfacción del turista.

Tomando en cuenta estos aspectos, para potencializar este destino turístico como lo es el centro agroturístico de la Hacienda “LA FLORIDA”, los indicadores de sostenibilidad pueden ser usados como herramientas para evaluar la calidad del proyecto, ya que representan datos útiles para la toma de dediciones tanto presentes como futuras, estos indicadores se los puede asimilar en la siguiente tabla, basada en el Plan Estratégico de Agroturismo del Ministerio de Turismo del Ecuador.

**TABLA N° 8**  
**INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD**

<b>Empleo:</b>	Número y porcentaje de nuevos empleos creados en la ruta
<b>Inversión:</b>	(monto) en Infraestructura, capacitación, nuevas tecnologías
<b>Inversión Pública:</b>	(entidad)
<b>Ingresos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montos de nuevos ingresos por estación</li> <li>• Total Ruta</li> </ul>
<b>Perfil del Turista:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Residencia</li> <li>• Edad</li> <li>• Educación</li> <li>• Gasto</li> <li>• Días de Permanencia</li> <li>• Actividades Realizadas</li> </ul>
<b>Rescate de Tradiciones y Valores:</b>	Por Actividades
<b>Comunidad:</b>	Involucramiento.- <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de residentes de la comunidad con empleo en la Ruta</li> <li>• Porcentaje de inversiones nuevas</li> <li>• Monto de nuevas inversiones</li> </ul>
<b>Índices Ecológicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo Ambiental</li> <li>• Tecnologías Limpias</li> <li>• Tratamiento de desechos y energías alternativas.</li> </ul>

FUENTE: Plan Estratégico de Agroturismo del Ministerio de Turismo del Ecuador.

**ii. Categoría.**

Por la diversidad de actividades que se efectúan y, a la vez que, éstas son actividades normadas y reglamentadas, las cuales se reconocen como servicios de calidad, se categorizarán en un rango de 2 estrellas.

**2.4.2. Obras Civiles e Infraestructura**

**2.4.2.1. Descripción de Edificios e Instalaciones y sus Costos.**

Las instalaciones de la hacienda tienen un estilo contemporáneo y algo rústicas propicias para la estadía en el campo costero. Las especificaciones de la construcción son las siguientes.

**CUADRO N° 19**  
**INVENTARIO DE CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES**

Concepto	Superficie m <sup>2</sup>	Año de Construcción	Estado Actual	Materiales			Valor de m2 (USD)	Precio Total
				Piso	Paredes	Techo		
1. Casa Hacienda (2 plantas)	340	2004	Bueno	Baldosa	Hormigón	Cemento	\$81,00	\$27.540,00
2. Casa de Madera	80	1991	Regular	Madera	Madera	Zinc	\$28,00	\$5.925,00
3. Casa de Hormigón	50	2003	Bueno	Cemento	Hormigón	Losa	\$62,00	\$3.100,00
4. Oficina (2 plantas)	96	2011	Bueno	Cemento	Bloque/madera	Madera	\$148,00	\$14.208,00
5. Casa de Empleados (2 plantas)	98	2004	Bueno	Cemento	Hormigón	Zinc	\$73,00	\$7.154,00
6. Establo	2500	2003	Bueno	Piedra/cemento	Hormigón	<b>Zinc</b>	\$12,00	\$30.000,00
<b>TOTAL</b>								<b>\$87.927,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 20**  
**INVENTARIO DE CONSTRUCCIONES NUEVAS**

Concepto	Superficie m <sup>2</sup>	Año de Construcción	Materiales		Valor de m2 (USD)	Precio Total
			Piso	Paredes		
1. Cabañas	539	2011	Cemento	Madera	\$57,14	\$30.798,46
2. Cancha I	108,68	2011	Cemento	_	\$35,00	\$3.803,80
3. Gradería I	28,72	2011	Cemento	_	\$35,00	\$1.005,20
4. Cancha II	108,68	2011	Cemento	_	\$35,00	\$3.803,80
5. Gradería II	28,72	2011	Cemento	_	\$35,00	\$1.005,20
6. Cancha III	108,68	2011	Cemento	_	\$35,00	\$3.803,80
7. Gradería III	23,55	2011	Cemento	_	\$35,00	\$824,25
7. Jardín I	11,73	2011	Tierra	_	\$5,40	\$63,34
9. Jardín II	10,29	2011	Tierra	_	\$5,40	\$55,57
10. Parqueadero I	340,7	2011	Adoquín	_	\$40,00	\$13.628,00
11. Parqueadero II	835,21	2011	Adoquín	_	\$40,00	\$33.408,40
12. Piscicultura (Criadero)	287,5	2011	Tierra	Cemento	\$80,00	\$23.000,00
13. Piscicultura (pesca deportiva)	102	2011	Tierra	Cemento	\$80,00	\$8.160,00
14. Piscina	87,6	2011	Baldosa	Cemento	\$86,00	\$7.536,99
15. Restaurante	178,5	2011	Baldosa	Cemento	\$97,00	\$17.314,50
16. Tienda de comercialización	10,3	2011	Cemento	Madera	\$43,00	\$442,90
17. Room Service (Pesca Deportiva)	15,23	2011	Cemento	Madera	\$43,00	\$654,99
18. Caminos	18.018,24	2011	Piedra	-	\$1,20	\$21.621,89
<b>TOTAL</b>						<b>\$170.931,09</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**TABLA N° 9**  
**DESCRIPCIÓN DE LAS CABAÑAS**

<b>TIPO DE CABAÑA</b>	<b>N° DE CABAÑAS</b>	<b>N° DE HAB</b>	<b>CAP. TOTAL</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>CA P. HA B.</b>
Familiar	2 cabañas / 2 plantas	4	14	Hab. N°: 1	1 cama de 2 plazas	2
				Hab. N°: 2	1 literas de 1 1/2 plaza y 1 cama de 1 ½ plaza	3
				Hab. N°: 3	2 literas de 1 1/2 plaza y 1 cama de 1 ½ plaza	5
				Hab. N°: 4	1 cama de 2 plazas y 1 Litera de 1 1/2 plaza	4
Grupal	4 cabañas	6	15	Hab. N°: 1	2 literas de 1 1/2 plaza	4
				Hab. N°: 2	1 cama de 2 plazas	2
				Hab. N°: 3	1 cama de 1 ½ plaza	1
				Hab. N°: 4	1 cama de 1 1/2 plaza y 1 literas de 1 1/2 plaza	3
				Hab. N°: 5	2 cama de 1 1/2 plaza	2
				Hab. N°: 6	1 cama de 2 plazas y 1 cama de 1 1/2 plaza	3
Cuadruplex	3 cabañas	5	12	Hab. N°: 1	2 cama de 1 1/2 plaza	2

				Hab. N°: 2	3 literas de 1 1/2 plaza	4
				Hab. N°: 3	2 cama de 1 1/2 plaza	2
				Hab. N°: 4	1 litera de 1 1/2 plaza	2
				Hab. N°: 5	1 cama de 2 plazas	2
Duplex	2 cabañas	5	9	Hab. N°: 1	2 cama de 1 1/2 plaza	2
				Hab. N°: 2	1 literas de 1 1/2 plaza	2
				Hab. N°: 3	1 cama de 1 1/2 plaza	1
				Hab. N°: 4	1 cama de 2 plazas	2
				Hab. N°: 5	1 cama de 2 plazas	2
<b>11 cabañas</b>		<b>20 hab.</b>	<b>50 plazas</b>			

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

Las cabañas se caracterizarán por ser lugares muy acogedores, diseñadas para afrontar la variación de la temperaturas en el Centro Agroturístico, se opta por la construcción de cabañas debido a que estas, suele establecerse generalmente en los lugares de similares características a la situación geográfica del proyecto, bajo una selecta elección de materiales confiables, por ejemplo, considerando la calidad de la madera que se va a utilizar, tratada con materiales para exterior, ya que la misma sufrirá las inclemencias del tiempo, el objeto es alargar su vida útil.

Se elegirá para la construcción, piezas hechas en pino patula o radiata, ya que su garantía es de no menos de 10 años; las cabañas de madera tendrán un techo recubierto con tela asfáltica blanca masillada que lo aísla perfectamente de cualquier factor externo y sobre el mismo se revestirán las tejas, dando armonía a la construcción actual.

El suelo de la construcción se diseñará articulado en forma de tarima, esto le permite la circulación del aire, a su vez, evita la entrada de humedad manteniendo la edificación intacta.

#### **2.4.2.2. Descripción de Maquinaria y Equipos utilizados y sus Costos**

Se hace uso de maquinaria y equipos exclusivamente para el trabajo agrícola y pecuario del Proyecto Agroturístico:

**CUADRO N° 21**

**MAQUINARIA Y EQUIPOS**

<b>N°</b>	<b>MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>ESTADO ACTUAL</b>
1	Tractor modelo 85	\$10.000.00	\$10.000.00	Bueno
1	Sembradora	\$3000.00	\$3000.00	Bueno
1	Arado	\$2000.00	\$2000.00	Bueno
1	Rastra	\$3500.00	\$3500.00	Bueno
1	Romplo	\$2500.00	\$2500.00	Bueno
1	Molino	\$5000.00	\$5000.00	Bueno
1	Cosechadora	\$3000.00	\$3000.00	Bueno
1	Clasificadora de granos	\$3000.00	\$3000.00	Bueno
1	Picadora de hierba grande	\$1000.00	\$1000.00	Bueno

1	Picadora de hierba pequeña	\$700.00	\$700.00	Malo
1	Ordeñadora	\$4000.00	\$4000.00	Bueno
1	Bomba de Fumigar	\$2000.00	\$2000.00	Bueno
3	Bomba de fumigar a motor	\$200.00	\$600.00	Bueno
1	Moto guadaña	\$800.00	\$800.00	Bueno
1	Balanza/ Romana	\$300.00	\$300.00	Bueno
8	Machetes	\$3.00	\$24.00	Bueno
10	Palas	\$7.00	\$70.00	Bueno
6	Tanques de aluminio	\$50.00	\$300.00	Bueno
1	Balanza pequeña	\$100.00	\$100.00	Bueno
6	Galápagos	\$1500.00	\$9.000.00	Bueno
6	Juegos de riendas	\$150.00	\$900.00	Bueno
<b>Total</b>		<b>\$42.810.00</b>	<b>\$51.794.00</b>	

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## CUADRO N° 22

### MUEBLES Y ENSERES

Cantidad.	Concepto	Precio de Compra	Valor Total
10	Mesas	50,00	500.00
50	Sillas	25,00	1250.00
8	Camas de 2 plazas	100,00	800.00
25	Camas de 1 ½ Plazas	70,00	1750.00
15	Veladores	15,00	225.00
2	Escritorios	90,00	180.00
1	Computador	893,54	893,54
17	Teléfonos	18,00	306.00
21	Televisores	147,00	3087.00
1	Cocina industrial	824,00	824.00
1	Mesa de trabajo	586,00	586.00
1	Horno de acero inoxidable	450,00	450.00
1	Congelador	630,00	630.00
1	Refrigerador	514,00	514.00
1	Vitrina pastelera	783,00	783.00
1	Lavadora	524,00	524.00
1	Microondas	74,50	74,50
2	Licadoras	57,00	114.00
2	Sanducheras	52,80	105,60
1	Cafetera	48,25	48,25
<b>TOTAL</b>			<b>13644,89</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### 2.4.2.3. *Talento Humano*

Uno de los factores más importantes para que el servicio sea óptimo y de calidad, para los turistas, es sin duda el Talento Humano, de quienes se depende directa e indirectamente.

Para toda empresa es la clave del éxito, puesto que ellos son los ejecutores de los objetivos planteados, y por consiguiente la imagen de esta.

Cabe recalcar que el personal requerido en el Centro, en su gran mayoría solo prestara sus servicios eventualmente, motivo por el cual se realizarán sus contratos bajo la modalidad “por hora”, una cifra fijada por la ley vigente; así mismo se contara con personal permanente, bajo este régimen se encontraran los botones, los camareros y la recepcionista.

Dadas las características del proyecto es necesario, contar con personal que tenga la capacidad y disponibilidad, para atender los diferentes requerimientos del Centro Agroturístico, así se menciona el siguiente equipo de trabajo:

**CUADRO N° 23**  
**PERSONAL REQUERIDO**

<b>CANTIDAD.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Gerente Propietario	350,00	350,00
1	Secretaria	270,00	270,00
1	Administrador	300,00	300,00
2	Recepción	270,00	540,00
2	Camareros	270,00	540,00
1	Chef	300,00	300,00
2	Cocineros	270,00	540,00
1	Mesero	270,00	270,00

2	Ayudante de cocina	270,00	540,00
1	Lavandería	270,00	540,00
1	Contador	270,00	540,00
1	Jardinero	270,00	540,00
2	Limpieza	270,00	540,00
8	Jornaleros	270,00	21600,00
2	Porteros	270,00	540,00
1	Ing. Agrónomo	300,00	300,00
1	Ing. Agroindustrial	300,00	300,00
1	Instructor	270,00	270,00
1	Guía especializado	270,00	270,00
<b>TOTAL</b>			<b>9650,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## **2.5. Estudio Administrativo Legal**

### ***2.5.1. Departamentalización del Centro Agroturístico Hacienda La Florida***

En el Centro Agroturístico Hacienda la Florida se han implementado los siguientes departamentos:

#### ***2.5.1.1. Departamento de Hospedaje***

En este departamento se encargan de la administración de la estadía del huésped, para esto se trabaja verificando el orden y limpieza de las habitaciones e instalaciones. Tiene el siguiente personal:

- Recepcionista
- Lavandería
- Mucamas

#### ***2.5.1.2. Departamento de Seguridad***

Se dice que este departamento es la cara del hotel. Es el primer contacto que tiene el huésped con el Centro Agroturístico y también es el último a la salida y durante su estadía. Cuenta con el siguiente personal:

- Guardia

#### ***2.5.1.3. Departamento de Alimentos y Bebidas***

Contribuye al ingreso de huéspedes al Centro Agroturístico; ya que un buen servicio de AA y BB, funciona como llamador para ingreso. Tiene el siguiente personal:

- Chef
- Cocineros
- Ayudante de cocina
- Mesero

#### ***2.5.1.4. Departamento de Contabilidad***

- Contadora
- Cajero

#### ***2.5.1.5. Departamento de Marketing***

- Comercialización
- Promoción y ventas

#### ***2.5.1.6. Departamento de Recreación***

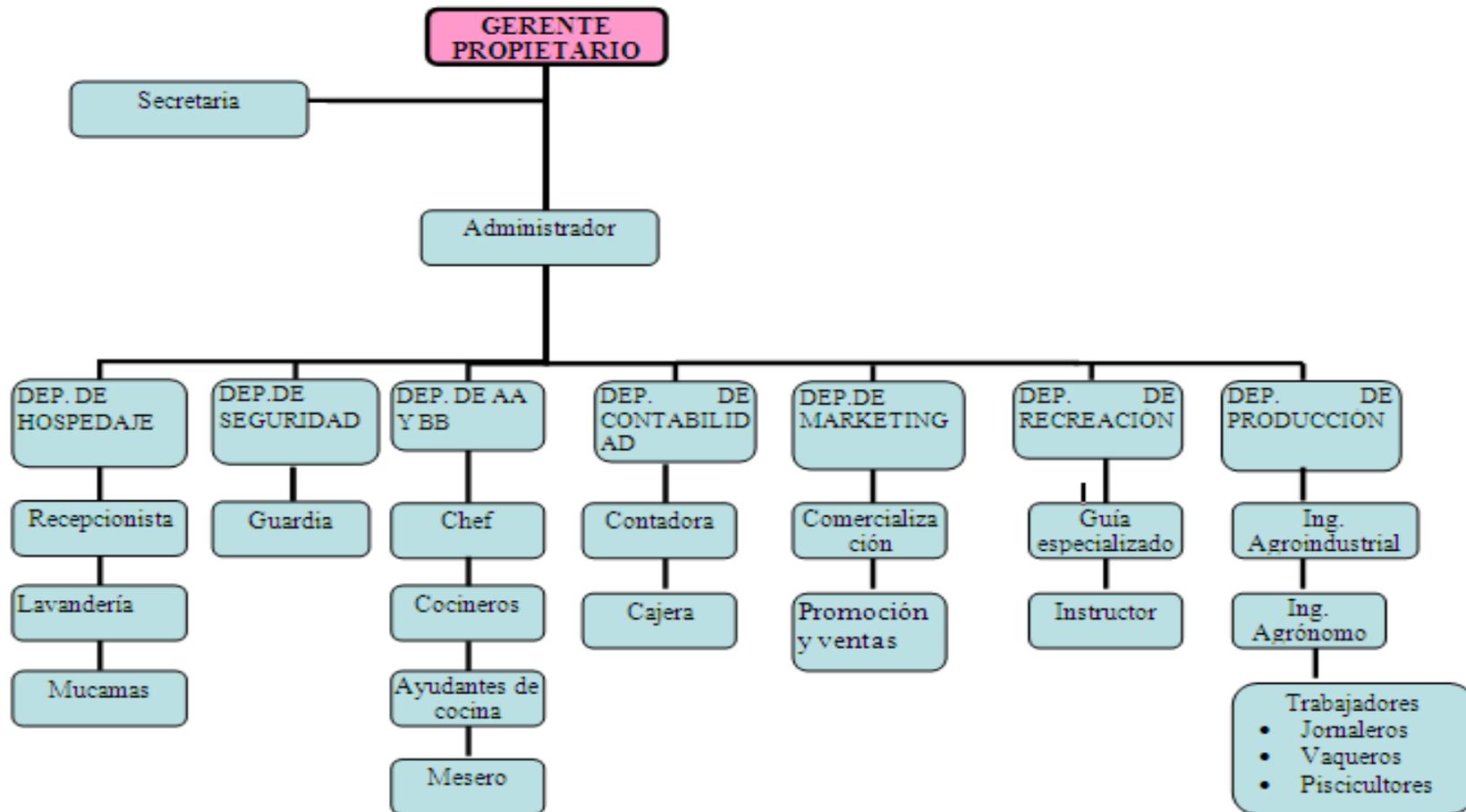
- Guía Especializado
- Instructor

#### ***2.5.1.7. Departamento de Producción***

- Ing. Agroindustrial
- Ing. Agrónomo
- Jornaleros

## 2.5.2. Organigrama Estructural del Centro Agroturístico

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR :Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### *2.5.2.1. Funciones del Organigrama Estructural*

#### **PROPIETARIO**

##### **FUNCIONES DEL PROPIETARIO:**

- Colaborar con la Administración, aconsejando a la misma para atender propuestas, inquietudes o sugerencias con el fin de mejorar u optimizar el uso de los recursos y el estado general del inmueble y sus servicios.
- Dar soluciones a problemas del Centro.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y estados financieros estén llevando correctamente
- Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para otros niveles.

#### **SECRETARIA**

##### **FUNCIONES DE UNA SECRETARIA:**

- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe.

## **ADMINISTRADOR**

### **FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR:**

- Dividir el trabajo, es decir, determinar las actividades para alcanzar los objetivos planeados.
- Coordinar actividades de capacitación para el personal que trabaja en el centro.
- Vigilar el pago puntual de los sueldos al personal.
- Elaborar informes para presentar al propietario.
- Agrupar las actividades en una estructura lógica.
- Designar a las personas las actividades para que las lleven a cabo.
- Asignar los recursos necesarios.
- Compromiso, honestidad, independencia y mentalidad abierta.
- Espíritu de servicio a sus semejantes.
- Respetuoso del medio ambiente.
- Responsabilidad en sí mismo y sus actos.
- Ejemplificador de los valores universales.
- Eficiencia en su quehacer.

## **FUNCIONES DE LOS DEPARTAMENTOS**

### **DEPARTAMENTO DE HOSPEDAJE**

Es el encargado de controlar la estadía del huésped.

### **FUNCIONES DE PERSONAL DE:**

## **RECEPCIONISTA (corregida)**

- Recibe a los huéspedes
- Da información general del centro
- Hace el registro de entrada del huésped
- Revisa el reporte de habitaciones hecho por ama de llaves
- Lleva el control de entrada/salida de huéspedes
- Lleva el control de las llaves de la habitación
- Se encarga de la reservación, distribución de habitaciones.

## **LAVANDERÍA**

- Presta el servicio de lavado a los huéspedes
- Lava las colchas, protectores de colchón, cobertores, toallas faciales, toallas de baño, tapetes de baño.

## **MUCAMAS**

- Se encarga del arreglo y limpieza de las habitaciones
- Limpieza rápida del pasillo: ceniceros, sillones, etc.
- Limpieza a fondo de las escaleras (tramo que le corresponde a cada piso).
- Repaso de las habitaciones libres. Limpieza de las habitaciones de salida.
- Limpieza de habitaciones ocupadas a limpiar.
- Llevar los blancos sucios de las habitaciones a la lavandería.
- Retirar de la lavandería los blancos limpios para armar las habitaciones.
- Limpieza a fondo del pasillo.
- Repasar las escaleras.
- Llenar la hoja de control de pisos.

## **DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD**

Vela por la seguridad y orden del centro

### **FUNCIONES DEL PERSONAL DE:**

#### **GUARDIA**

- Cuida que no sean extraídos objetos del Centro agroturístico
- En caso de existir un problema; evitar la intervención de la policía, proteger a los cajeros, ingreso de personas no deseadas, evitar desórdenes o disturbios.

## **DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Prestara servicios de alimentación con calidad.

### **FUNCIONES DE PERSONAL DE:**

#### **CHEF**

- Fijar conjuntamente con el administrador los precios de alimentos y bebidas a comercializar
- Realiza un inventario de los materiales, equipos y utensilios que se utiliza en la cocina
- Elaboración de menús diarios para el público en general
- Capacitación al personal en la elaboración de platos especiales
- Coordinación en forma constante para la elaboración de los alimentos y reposición de insumos alimentarios en almacén tanto de secos, carnes y verduras.
- Coordinación entre los trabajadores de cocina y nutricionista

## **COCINEROS**

- Almacenar los insumos alimentarios.
- Pesar alimentos y distribuirlos al ayudante de cocina
- Dirigir al ayudante de cocina sobre las tareas a realizar para la preparación de alimentos
- Preparar alimentos de acuerdo a la programación establecida por la nutricionista
- Verificar el estado de conservación de los víveres para su preparación
- Mantener limpio y desinfectado el área de trabajo

## **AYUDANTE DE COCINA**

- Servir los alimentos en el comedor
- Recoger los servicios de las mesas y secar los cubiertos
- Colaborar en el procesamiento de las verduras, tubérculos, carnes, etc.
- Desarrollar actividades de mozo cuando la situación lo requiera
- Preparar el desayuno
- Lavar vajilla y cubiertos
- Mantener limpio y desinfectado los ambientes del comedor
- Otras funciones que le asigne el jefe

## **MESERO**

- Debe manejar etiqueta y protocolo
- Se encarga de llevar y retirar ya sea alimentos y bebidas a la mesa del bar o restaurant.
- Se encarga de receptar los pedidos de los clientes
- Se encarga de llevar la cuenta a los clientes

## **DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD**

Realiza un minucioso control y registro de todas las operaciones que involucren dinero dentro o en nombre de la empresa y elabora los reportes financieros para la toma de decisiones.

### **FUNCIONES DEL PERSONAL:**

#### **CONTADOR**

- Debe poseer conocimientos actualizados de contabilidad
- Se encarga de Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Toma de decisiones cuando el caso lo amerite.
- Se encarga de las compras para evaluación de los costos.
- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

#### **CAJERO**

- Encargado de recibir el dinero que los huéspedes cancelan por el servicio
- Registran el numero de huéspedes que ingresan
- Encargados de caja chica

## **DEPARTAMENTO DE MARKETING**

Se encarga de la planificación en la publicidad, la promoción y ventas de productos.

## **FUNCIONES DEL PERSONAL DE:**

### **COMERCIALIZACIÓN**

- Se encarga de la venta de productos del centro Agroturístico
- Se encarga de las ventas por medio de publicaciones a través de diferentes medios de comunicación.

### **PROMOCIÓN Y VENTAS**

- Se encarga de la Publicidad en Medios de Comunicación auditivos, escritos.
- Diseño de material publicitario
- Soporte comercial.

## **DEPARTAMENTO DE RECREACIÓN**

Se encarga de ofrecer actividades recreativas para el disfrute de los visitantes

## **FUNCIONES DEL PERSONAL:**

### **GUÍA ESPECIALIZADO**

- Se encargara de la guianza en la actividades de Camping, trekking
- Brinda información básica sobre los servicios, facilidades y actividades que se pueden practicar en el centro
- Da recomendaciones a los visitantes para que el tiempo de estadía sea más placentero
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente
- Controlar la calidad de los diferentes servicios utilizados en el recorrido

- Controlara junto al personal destinado el mantenimiento del equipo para diferentes actividades dentro del centro.

## **INSTRUCTOR**

- Se encargara de orientar y controlar el desempeño de las actividades de natación, cabalgata, Leyendas y tradiciones deportivas y Acuáticas.

## **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**

Se encarga de producir y transformar la materia prima en producto elaborado

### **FUNCIONES DEL PERSONAL:**

#### **INGENIERO EN ALIMENTOS**

- Transformación de materias primas de consumo humano en productos con una vida útil más prolongada fundamentada en la comprensión de fenómenos de la química de los alimentos, la biología y la física
- Controlar las operaciones de los procesos industriales de fabricación, transformación o acondicionamiento de materias primas
- Diseñar y controlar sistemas de procesamiento con los menores impactos negativos sobre el medio ambiente
- Utilizar la ciencias de los alimentos para desarrollar, mejorar u ofrecer nuevos productos
- Diseñar sistemas de calidad que contribuyan a asegurar el valor nutritivo, la inocuidad de los alimentos
- Proyectar, planificar, calcular y controlar las instalaciones, instrumentos de establecimientos industriales

- Asegurar al consumidor la inocuidad de cada uno de los productos alimenticios

## **INGENIERO AGRÓNOMO**

- Implementa los más avanzados modelos de producción, utilizando los principios del desarrollo sustentable.
- Agricultura y ganadería sustentable
- Manejo de pos-cosecha
- Agricultura protegida
- Empaques y embalajes
- Bioseguridad e inocuidad alimentaria
- Control de calidad

## **TRABAJADORES:**

### **JORNALEROS**

- Limpieza del área
- Cuidado de los cultivos
- Mantenimiento de los caminos y trochas
- Mantener en buen estado las cercas

### **VAQUEROS**

- Limpieza y mantenimiento de los establos
- Cuidado de los animales (bovino, ovino y caballar)
- Alimentación balanceada
- Registro de la producción
- Proceso de ordeño

- Vigilancia de los animales
- Obtención de pastos

## **PISCICULTORES**

- Limpieza y cuidado de las piscinas
- Control de plagas
- Alimentación balanceada
- Registro de la producción
- Venta del producto
- Control de las especies por edades

### ***2.5.3. Aspectos Administrativos***

#### **A. PLANIFICACIÓN**

##### **Misión**

Desarrollar una alternativa de actividades agroturísticas, transformándolas en herramientas que permitan realizar prácticas sostenibles al medio ambiente y a la vez obtener una retribución económica rentable a través de la prestación de servicios y facilidades agroturísticas.

##### **Visión**

En diez años el Centro Agroturístico desarrollará actividades tomando en cuenta al aprovechamiento de los recursos, sea promocionado, y tenga un posicionamiento en el mercado regional, nacional e internacional.

## Objetivos:

- ♦ Establecer estrategias para la implementación de elementos necesarios, relacionados con la estructura del centro agroturístico, el turismo que se espera, los fines de este y las actividades, servicios y facilidades que el lugar proporcione al visitante.
- ♦ Lograr una excelente relación entre los miembros que conformen el Centro Agroturístico, para garantizar a este, la protección y ayuda necesaria en casos adversos a la actividad, creando ingresos tanto para la empresa y a la vez propiciando el desarrollo socioeconómico del sector.
- ♦ El Centro Agroturístico por sí, creará su propio nicho de mercado basado en los visitantes que acumulará a través del tiempo, que frecuentarán el lugar y que a demás lo recomendaran a sus conocidos.

**a. Infraestructura e insumos** Con el mejoramiento de la infraestructura se buscará dar un servicio de mayor calidad a los visitantes, así como ampliar la capacidad de recepción para lograr aumentar la capacidad instalada y de las actividades a desarrollarse en el Centro Agroturístico.

**b. Capacitación Área de Influencia** La capacitación se plantea dentro de la venta de servicios que tiene como particularidad, revalorizar el conocimiento popular, vivencias, experiencias, en diferentes campos como por ejemplo: la interacción entre el visitante y la naturaleza, manejo adecuado de desechos sólidos, elaboración de abono orgánico, cultivo de plantas alimenticias, medicinales y ornamentales.

**c. Mercadeo** La elaboración de un mecanismo que divulgue, promueva y motive el conocimiento de la zona, su belleza, los servicios que se brinden, para lograr aumentar el número de visitantes la zona, se plantea a través de diferentes medios: la

creación de una página Web, publicaciones en diferentes medios de comunicación, se fortalecerán las relaciones con los tour operadores y se harán actividades propias a nivel local, regional como ferias de productos propios de la zona.

## **B. ORGANIZACIÓN**

### **Estructura organizacional**

Es prioridad del centro Agroturístico contratar a personas que sean de afuera y parte del sector adyacente a este. Por lo tanto se incentivará a personas que tengan deseos de superación por medio de la implementación de cursos que aporten positivamente para el centro agroturístico.

### **Talento Humanos**

**Servicio al cliente.-** Enfocado sobre todo a la atención al cliente, cuando este llegue a la recepción y durante su permanencia, en las habitaciones y áreas distintas al comedor y cocina. Dentro de las actividades de campo, áreas verdes y recreación.

**Servicio de comedor y cocina.-** poseer dos cocineros (chef), y brindar las herramientas necesarias para que puedan desarrollar su trabajo apropiadamente. Es necesario entrenar a las personas en atención a la mesa y trabajo en equipo dentro de la cocina.

**Idiomas.-** Es fundamental que el personal del Centro Agroturístico por lo menos tenga un nivel medio en el idioma inglés; y en el futuro algún otro idioma.

**Agricultura orgánica, elaboración de subproductos.-** Es necesario que las personas que trabajen en esta área tenga conciencia ambiental que sea reflejada en sus

labores diarias, así deben recibir capacitación en el cultivo orgánico, elaboración de diferentes materiales orgánicos, extractos naturales, entre otros.

**Servicios deportivo/aventura.-** se ofrecerá pesca deportiva y actividades de recreación. Es necesario que las personas conozcan el área tanto externa como internamente, deben poseer conocimientos de primeros auxilios y sean personas activas que puedan divertir y enseñar a los turistas del Centro Agroturístico.

### **Código de Ética**

El Centro Agroturístico tendrá la necesidad de responsabilizarse de formar una conciencia sostenible entre los trabajadores y visitantes para conservar y trabajar en conjunto en actividades y acciones que permitan brindar un espacio de tranquilidad y confort al visitante. Por esta razón se tratará de producir servicios y facilidades que no perjudiquen el medio ambiente adoptando prácticas que permitan conservar y no degradar.

El código de ética permitirá promover prácticas sostenibles en tres aspectos: social, ambiental y económico. Por medio de este se plantea responsabilizar tanto a los empleados como a los clientes del centro agroturístico sobre la necesidad de crear una conciencia en la protección de los recursos que se tiene para utilizarlos como una herramienta de recreación.

Todas las prácticas que pueden colaborar con el entendimiento de la ética del centro agroturístico son una forma de transmitir conocimientos y experiencias, puntos importantes que pueden ser adoptados por los trabajadores y visitantes, lo que hará que la gente sea más receptiva a los cambios.

### **Código de Ética para visitantes**

Colaborar con los esfuerzos de conservación por medio del uso racional y eficiente de los recursos. Evitando tomar objetos que pertenezcan al medio natural.

### **Código de Ética para empleados**

Trabajar para lograr un desarrollo agroturístico balanceado donde los objetivos económicos y la protección al medio ambiente, puedan formar un buen equipo que preste servicios de calidad para satisfacción de los visitantes.

### **Formulación de políticas**

Está enfocada a la maximización de la utilización de los recursos con los que el Centro Agroturístico contará. Para esto se elaborará políticas de manejo, que sean el conocimiento e identificación del personal y que se ejecuten y revisen permanentemente por los mismos.

### **Capacitación Interna**

El involucrar a las personas que trabajan en el Centro Agroturístico es de vital importancia, por lo tanto el objetivo con las capacitaciones, radica en que el personal sea un agente activo; este debe sentirse identificado y conforme con el trabajo que está realizando. Razón por la cual se tomará sugerencias y cambios que desee para el beneficio del centro agroturístico.

Se implementará un programa de información dirigido a los empleados con reuniones programadas para discutir las políticas del centro agroturístico, se motivará a los empleados por medio de compensaciones que ahorren esfuerzos y preocupaciones a los mismos. El centro agroturístico debe reconocer los puntos que se necesitan

reforzar entre los empleados para que ellos se sientan capaces de servir al visitante de la mejor forma.

### **Comunicación y participación**

El tener prácticas sostenibles no es solo una forma de mantener un balance entre el medio ambiente y el proyecto que se desea implantar. También es una herramienta que sirve para mercadear al centro agroturístico y por lo tanto proyectar al visitante una imagen diferente, razones por las cuales se desarrollarán una serie de programas, encaminados a ofrecer servicios, actividades y facilidades con un aumento en la calidad y el nivel de satisfacción de las expectativas de los visitantes.

El mismo puede servir como una herramienta básica para reconocer los puntos positivos y áreas que necesiten fortalecerse dentro del centro agroturístico.

Es importante realizar estrategias físicas con respecto a la implementación en las áreas donde esté permanecerá, así como también en las áreas donde el visitante no está, pero que son importantes para el desarrollo del centro agroturístico.

El personal juega un papel muy importante, para transmitir al visitante las ideas que se desean reflejar. Así también la elaboración de material promocional es necesario, para lograr una comunicación directa con el mercado. Para esto la información que se proporcione sobre el lugar debe ser cierta y no crear falsas expectativas. Al visitante se le dará una reseña sobre el lugar para que pueda ubicarse y comprender la verdadera naturaleza del centro.

El visitante será motivado para que participe dentro de las actividades, para lo cual recibirá información sobre la posibilidad de participar en acciones para la protección del medio ambiente, será informado sobre actividades socioculturales, para que participe de las mismas. Así como también, tendrá la responsabilidad de comportarse

y adoptar responsabilidades en los lugares que visite.

### **C. DIRECCIÓN**

Estará direccionado a la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional del centro agroturístico mediante esfuerzos a través de la motivación, la comunicación y la supervisión de todo el personal.

Por medio de la dirección se pondrá en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización. A través de ella se logrará las formas de conducta más detalladas en los miembros del centro agroturístico.

La calidad de la dirección se reflejará en el logro de los objetivos.

La dirección como parte del proceso administrativo del centro agroturístico se compone de varios elementos:

- ⦿ **Toma de decisiones:** Elección de un curso de acción o alternativa. Al tomar decisiones es necesario antes de evaluar las alternativas, definir y analizar el problema, para posteriormente aplicar la decisión o alternativa que mejor se sugiera dentro del centro agroturístico.
- ⦿ **Integración:** Al igual que en la toma de decisiones, también existe un proceso para la adecuada integración en cuanto al personal se refiere, este proceso iniciará con el reclutamiento u obtención de los candidatos que aspiran a un puesto determinado, en seguida se introducirán, o dicho en otras palabras, se les ambientará; para finalmente capacitarlos en el desarrollo de las funciones que habrán de realizar en el centro agroturístico.

- ⊙ **Motivación:** La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logrará la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conducta esperados.
- ⊙ **Comunicación:** La comunicación en cualquier grupo que se trate, es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.
- ⊙ **Supervisión:** Vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

Este aspecto administrativo enmarca los siguientes aspectos:

- ⊙ **Coordinación de intereses.-** los intereses empleados deben ir con los intereses del centro agroturístico.
- ⊙ **Impersonalidad de mando.-** mandar a la gente sin sentir que el administrador del centro agroturístico tiene el poder.
- ⊙ **Supervisión directa.-** el administrador del centro debe supervisar directamente las funciones para evitar malos entendidos, evaluar al personal y convivir con él.
- ⊙ **Vía jerárquica.-** siempre se debe respetar la vía jerárquica para evitar malos entendidos dentro del personal del centro agroturístico.
- ⊙ **Resolución de conflictos.-** gran parte de la vida de un administrador transcurre resolviendo los problemas que suscitarán en el centro agroturístico.

Se trata por medio de la dirección de obtener los resultados que se hayan previsto y planeado.

Existen dos parámetros para obtener éstos resultados:

- ⦿ En el nivel de ejecución (empleados), se trata de hacer "ejecutar", "llevar a cabo", aquéllas actividades que habrán de ser productivas para el centro agroturístico.
- ⦿ En el nivel administrativo, (administrador), tratará de Dirigir no de ejecutar, hace que otros ejecuten, tiene su hacer propio.
- ⦿ Este consiste precisamente en dirigir, implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. La dirección llega al fondo de las relaciones del administrador con cada una de las personas que trabajan con ellos.

El administrador del centro agroturístico dirigirá tratando de convencer a los demás que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización, con el fin de establecer el ambiente adecuado, lo que ayuda a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

#### **D. CONTROL**

Este aspecto administrativo estará encaminado a la evaluación, medición, ejecución y seguimiento de los planes que estén dentro del Centro agroturístico, con el fin de determinar y prever desviaciones para establecer las medidas correctivas necesarias.

A través del Control se podrá establecer medidas para corregir las actividades, se determinará y analizará rápidamente las causas que pueden originar los problemas dentro del Centro Agroturístico, localizando los sitios responsables del problema, lo que permitirá reducir los costos y ahorra tiempo al evitar errores.

Dentro del proceso de Control en el Centro Agroturístico, este se lo desarrollará bajo tres parámetros:

- ❖ **Control preliminar.**-este tipo de control tendrá lugar antes de que inicien las operaciones, la creación de políticas, procedimientos y reglas diseñadas para asegurar que las actividades planeadas serán ejecutadas con propiedad.
- ❖ **Control concurrente.**- este tipo de control se lo realizará durante la fase de dirección, vigilancia y sincronización de las actividades según ocurran, en otras palabras, se garantizará que las actividades se lleven a cabo en el tiempo específico y bajo las condiciones requeridas.
- ❖ **Control de retroalimentación.**- este tipo de control se enfocará sobre el uso de la información de los resultados anteriores para corregir posibles desviaciones futuras.

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que las actividades tengan éxito al detectar desviaciones, al ofrecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales dentro del Centro Agroturístico.

La función de control proporcionará al centro agroturístico, medios adecuados para chequear que las actividades trazadas se implanten en forma correcta, a través de cuatro pasos básicos:

- ❖ Señalar niveles medios de cumplimiento; estableciendo rangos aceptables de producción de los empleados.
- ❖ Chequear el desempeño a intervalos regulares (cada hora, día, semana, mes, año.)
- ❖ Determinar si existe alguna variación de los niveles medios.

- ❖ Si existiera alguna variación, tomar medidas, tales como una nueva capacitación o una mayor instrucción. Si no existe ninguna variación, continuar con la actividad delegada a cada empleado del centro agroturístico.

El proceso de control dentro del centro agroturístico ayudará a vigilar las actividades periódicas de este y la responsabilidad de los empleados, a través de los siguientes parámetros:

- ❖ Comparar el desempeño (resultados reales) con las metas y normas planificadas.
- ❖ Preparar un informe de desempeño que muestre los resultados reales, los resultados planificados y cualquier diferencia entre ambos.
- ❖ Analizar las variaciones y las operaciones relacionadas para determinar las causas subyacentes de las variaciones.
- ❖ Desarrollar cursos de acción opcionales para corregir cualquier deficiencia y aprender de los éxitos.
- ❖ Hacer una selección (acción correctiva) del menú de alternativas y ponerla en práctica.
- ❖ Hacer el seguimiento necesario para evaluar la efectividad de la corrección, con una replanificación.

## **PASOS A SEGUIR PARA LA SELECCIÓN DEL PERSONAL**

### **Planificación del talento humano**

Permitirá estimar la demanda y oferta del personal en el Centro Agroturístico.

## **Análisis y diseño de los puestos de trabajo**

Adquisición de empleados con responsabilidad directa del cumplimiento de la jornada y del horario del trabajo.

## **Reclutamiento del personal**

Son procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro del Centro Agroturístico.

## **El proceso de selección**

Contar con el personal apropiado para cubrir un puesto adecuado a un costo acorde para el centro Agroturístico.

Este proceso consta de los siguientes pasos que son:

- ♦ Análisis de las solicitudes
- ♦ Entrevista preliminar
- ♦ Entrevista de selección
- ♦ Pruebas psicológicas
- ♦ Pruebas de trabajo
- ♦ Investigación laboral y socioeconómica
- ♦ Examen médico
- ♦ Entrevista final
- ♦ Decisión de contratar

## **La incorporación al Centro Agroturístico**

Colocación de las personas seleccionadas en el puesto de trabajo, tomando en cuenta

la ubicación y socialización del empleado.

### **Formación del personal**

Capacitación del personal.

### **Valoración de tareas**

Determinar el rendimiento de las actividades que realizará cada uno de los empleados dentro del centro agroturístico, sacando de esto un aprovechamiento de recursos y capacidades de estos.

### **Motivación del personal**

La motivación es la fuerza que mueve a la persona a realizar las actividades designadas, por tal razón se debe proporcionar motivaciones tanto externa, interna y económica.

### **Control de remuneraciones**

Revisión del sueldo que le corresponde a cada empleado según sus funciones que desempeñe dentro del centro agroturístico.

### **Evaluación del personal**

Esta ayudará a tener a los clientes un conocimiento exacto y cualitativo del recurso humano que conforma el centro agroturístico.

#### ***2.5.4. Aspecto Legal***

Las políticas actuales de Gobierno, brindan apoyo e incentivos para el desarrollo del sector turístico.

En general, el capital de inversión tanto nacional como extranjero recibe el mismo trato y condiciones, las mismas son evaluadas de acuerdo a las regulaciones y disposiciones impuestas por las leyes que puedan regular y aplicar a la actividad en la cual se trabajará, en este caso el Agroturismo.

La Ley de Turismo del Ecuador define que una empresa es turística cuando esta preste servicios directos o parciales relacionados con el turismo y que reúnan las condiciones necesarias para ser calificados como tales.

#### **DE LA ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LA EJERCEN**

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerara parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación,, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

## **Registro y licencia de un negocio turístico**

### **✓ Del Registro ante el MINTUR y su afiliación**

Toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo, deberá registrarse y obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o dependencia que haya transferido sus competencias y su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual no podrá operar.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la Licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley.: En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

### **✓ Licencia anual de funcionamiento**

Toda persona natural o jurídica que prestó servicios turísticos deberá renovar la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el Ministerio de Turismo. En las áreas naturales protegidas además se deberá operar de acuerdo al Reglamento Especial de Turismo en Áreas Protegidas,

Art, 28.- Para realizar operaciones turísticas en áreas del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, excepto en la provincia de Galápagos, se requerirá de la obtención de una patente de operación turística, del registro y la licencia anual de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Turismo y del cumplimiento de todas las formalidades y procedimientos establecidos en este reglamento especial.

### **Sección 1.- De la patente de operación turística**

Art. 30.- La patente de operación turística se solicitara y otorgara para la operación principal en cada área del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas a través de las direcciones regionales forestales del Ministerio del Ambiente. En materia de la categorización de la calidad de los servicios turísticos se respetara lo impuesto por el Ministerio de Turismo.

En el caso de la provincia de Galápagos, las otorgara el Parque Nacional Galápagos.

Esta condición de empresa turística hace que el Centro Agroturístico se libere de atributos sobre tasas que se aplican a la importación o compra local de artículos indispensables para el desarrollo de los servicios de alojamiento y transporte, y una depreciación acelerada de los bienes conforme a la ley del Impuesto a la Renta para esta actividad, considerando que la ley que se enmarca al sector turístico, trata de proteger al máximo los recursos naturales y culturales de todo el territorio, sin embargo no existe un control al momento de ejecutarlas.

### **PROYECTO**

Para el desarrollo del Proyecto Agroturístico, se necesita una Declamatoria Turística, para la construcción y readecuación se requiere la aprobación de la municipalidad, la autorización se referirá explícitamente a la comprobación de que el proyecto respeta

el código de construcción general del país o un particularizado de la provincia, para lo cual se hace necesaria la participación de arquitectos reconocidos en el ámbito de la construcción nacional.

Para lograr la Declaratoria, se necesita elaborar un documento económico sobre el Centro Agroturístico, en el cual constara la información para determinar el impacto económico y social de la inversión que se realizará.

### **CONFORMACIÓN JURÍDICA**

Las instalaciones de la Hacienda La Florida han sido empleadas desde su adquisición para el desarrollo de actividades agrícolas y pecuarias, por lo que no ha tenido una finalidad de compañía o asociación, hasta la actualidad posee una formación jurídica, como entidad privada.

La vocación de Agroturismo que se pretende emprender en las instalaciones obliga a sus administradores a constituirse como una compañía, recomendándose la conformación de una Compañía Civil, con la estructuración de una minuta o estatuto que rija las actividades internas del Proyecto Agroturístico, complementado con la documentación legales y el registro de la propiedad del terreno, además para el aspecto económico se hará la apertura de una cuenta integral en un banco solvente, en lo posible con la mayor tasa de interés en cuanto a cuenta corriente y de ahorros, con lo que se pretenderá a accesos a financiamiento y créditos bancarios.

En los estatutos deberán constar:

1. Nombres de los integrantes del Centro Agroturístico
2. La razón social que será “Centro Agroturístico HACIENDA LA FLORIDA”
3. El capital
4. El nombre de él o los representantes del Proyecto Agroturístico

5. Plazo, cuantos años va a durar esta compañía
6. El domicilio del Proyecto Agroturístico
7. El objetivo del Proyecto Agroturístico, que dado la naturaleza del mismo, tendrá que constar en esta clausula las actividades agrícolas: siembra y cosecha de productos de la zona, los servicios de alojamiento, comida y bebida y las actividades de recreación
8. Los derechos y las obligaciones a los que se comprometen los socios

Luego de recibir el dictamen de Aprobación se hará la respectiva solicitud para categorizarse y clasificarse ante el MITUR, a quien se debe presentar:

- Copia de la Escritura de Constitución
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil, tratándose de personas jurídicas
- Copia del RUC
- Fotocopia de los documentos personales del o los representantes legales
- La lista de precios y los recibos de pago de los permisos que necesita para su funcionamiento.

Al obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento se designara la categoría respectiva, de acuerdo a la Norma Técnica que las instalaciones cumplan.

### **NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

El nombre de la empresa proporcionará una adecuada protección legal; así como también atraerá a un segmento de mercado creando una lealtad a esta organización. Este nombre será identificado con facilidad por el cliente externo.

La empresa que se piensa establecer tendrá como nombre y razón social:

## “Centro Agroturístico HACIENDA LA FLORIDA”

### **POLÍTICAS GENERALES DE LA EMPRESA**

Este apartado se refiere a los lineamientos generales de la empresa, a las normas y responsabilidades, y a las prestaciones. Los puntos que se incluyen son los siguientes:

- Horario general de trabajo.
- Horas de comida, horario de descanso.
- Sanciones correspondientes.
- Día, lugar y hora de pago.
- Políticas en cuanto a tiempo extra, manejo de compensaciones e incrementos.
- Qué se debe hacer cuando se falta. Explicar al empleado a quién debe dirigirse, si necesita un permiso o tiene un problema de salud. Explicar cuál es la sanción correspondiente en caso de faltas no justificadas.
- Vacaciones y días feriados. Cuál es el periodo vacacional y cómo se pide. Especificar los días que no se trabaja y, si existen, en qué días se trabaja únicamente hasta mediodía.
- Normas de seguridad. Cuáles son los lineamientos de seguridad e higiene que existen en la empresa. Dónde está ubicado el botiquín, qué contiene y cuándo se puede hacer uso de él. Lugar de localización de los extinguidores, la escalera de emergencia.
- Áreas de servicio al personal (baño; comedor, sala de descanso, sala de capacitación, casilleros, y demás elementos básico para el empleado)
- Reglamento interior de trabajo. Se recomienda explicar y dale una copia.
- Actividades recreativas de la empresa. (propio equipo de fútbol u otros deportes, o eventos extra para los empleados). Con el objeto de integrar a los miembros que conforman la empresa.

- Se tendrá en cada habitación información sobre las normas de conducta y horarios de limpieza.
- Se utilizará productos de limpieza y aseo personal biodegradables a fin de minimizar el impacto en el agua y el medio ambiente.
- Se ofrecerá un formulario de sugerencias y opiniones con respecto al servicio.

## **POLÍTICA SALARIAL**

Uno de cada diez empleos es generado por el turismo, lo que refleja las oportunidades existentes en este tipo de actividad, permitiendo esto la redistribución de aspecto económico, el fortalecimiento de la identidad y el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales.

Cabe recalcar que el aumento en los ingresos, no implica en todos los casos un aumento en la calidad de vida, para llegar a este lineamiento, se necesita que el remanente sea invertido en educación, vivienda, desarrollo integral de proyectos y no que solo se limite al aumento del consumo. Dentro de los objetivos del Ministerio de Turismo, se encuentra principalmente la generación de empleo, la elaboración y promulgación de políticas claras, que permitan establecer la equidad y solidaridad entre hombres y mujeres dentro de la actividad turística.

Para la implementación del Centro Agroturístico, las remuneraciones que perciban los trabajadores serán las mínimas que por ley se puedan pagar, según lo establecido por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

El personal requerido por la empresa será permanente, los cuales trabajar con contratos indefinidos, bajo este régimen se encontrará todo el personal de administración y servicio, a demás se continuara contratando periódicamente a un número determinado de personas bajo la modalidad “por jornada”, para las diferentes actividades agropecuarias del centro, en el caso que existiere una vacante de empleo

se dará prioridad para que esta sea ocupada por personal del área de influencia, siempre que cumpla los requisitos necesarios.

## ***2.6. Estudio de Impacto Ambiental***

Tiene como objetivo principal predecir los daños o beneficios al medio ambiente que podrían suscitarse en el futuro en la Hacienda la Florida por la creación de un Centro Agroturístico para que de tal manera podamos mitigar los impactos negativos causados en la calidad del medio natural y social. Se empleo la matriz causa-efecto, desarrollada por el Dr. Luna Leopold; herramienta que consiste básicamente en la identificación de los probables efectos por medio de una matriz de interacciones.- en la cual se consideran las acciones que puede tener lugar dentro del proyecto y como estas pueden influir sobre los factores ambientales.

El presente estudio identifica las acciones y los posibles impactos que las mismas pueden ocasionar sobre los factores ambientales durante la fase de construcción y operación de acuerdo a las características del área.

El tratarse de una superficie dedicada a la producción agrícola y ganadera se forma constante, a dado lugar a cambios en su contextura original; adaptando su extensión para la implementación de ciertas instalaciones y espacios irregulares de cultivo, donde se a pretendido integrar las prácticas recreativas bajo la dirección de personal capacitado para este fin.

Los valores de magnitud e importancia que se asignen a los impactos pueden responder a los valores prefijados como los que se detallan a continuación:

**CUADRO N° 24**  
**CALIFICACIÓN**

<b>MAGNITUD</b>			<b>IMPORTANCIA</b>		
<b>Calificación</b>	<b>Intensidad</b>	<b>Afectación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Duración</b>	<b>Influencia</b>
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Regional

CUADRO N° 25

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES SEGÚN LEOPOLD Y OTROS

FACTORES AMBIENTALES		A. MODIFICACIONES					B. TRANSFORMACIONES DEL TERRITORIO Y CONSTRUCCIONES			C. EXTRACCIÓN DE RECURSOS		D. RECURSOS RENOVABLES		E. CAMBIOS EN EL TRÁFICO		F. SITUACIÓN Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS		G. TRATAMIENTO DE QUÍMICOS		EVALUACIONES		
		1. Modificaciones de hábitat	2. Alteraciones de la cobertura terrestre	3. Alteraciones de la hidrología	4. Regadíos	5. Pavimentación de superficies	1. Barreras y paredes	2. Estructuras de ocio	3. Desmontes y rellenos	1. Alimentación	2. Almacenamiento de productos	1. Repoblación forestal	4. Reciclaje de residuos	1. Automóvil	2. Comunicaciones	2. Fosas sépticas comerciales y doméstica	1. Control de malas hierbas y vegetación silvestre	ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS POSITIVOS	AGREGACIÓN DE IMPACTOS		
A. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS	1. TIERRA	a. Materiales de construcción			-2/1		1/1		3/3	1/1							1	3	9			
		b. Suelos	-5/3	-6/2	-6/1	2/3	-6/3		-3/3	-2/1	-1/1		5/1	3/3	-3/6		-2/3	6/1	9	4	-61	
	2. AGUA	a. Subterráneas	-1/3	-3/3	-1/1							1/3	1/3					3	2	-7		
		b. Superficiales																				
	3. ATMÓSFERA	a. Calidad										6/3	4/6	-5/6				1	2	-36		
		b. Clima (macro y micro)												-1/1	-3/1			2	0	-4		
	4. PROCESOS	a. Inundaciones		-2/1	-3/1	-3/1		1/3		-1/1		5/3			-1/1			5	2	8		
		b. Erosiones	-3/2	-3/1	-3/1	-2/1	-3/3	-3/3	-3/3	-2/3	-1/1	3/2	1/3	-6/3			1/1	10	3	-74		
	B. CONDICIONES BIOLÓGICAS	1. FLORA	a. Árboles	-1/1	-1/2		1/2					4/1			-1/1		1/1	3	3	3		
			b. Arbustos	-1/1	-1/2		1/2						1/1				1/1	2	3	1		
			d. Cosechas agrarias		-4/1	-2/1	1/1				1/1		2/1				2/1	2	4	0		
		2. FAUNA	a. Aves	-1/1	-1/2								1/1						2	1	-2	
b. Animales terrestres			-6/1		-3/3	3/2												2	1	-9		
c. Animales acuáticos																						

C. FACTORES SOCIALES	1. USO DEL TERRITORIO	d. Insectos	-2/1	-2/1														2	0	-4		
		a. Zonas húmedas		-6/3								1/1							1	1	-17	
		b. Pastos	-6/2			3/3											2/1		1	2	-1	
		c. Agricultura	-6/2		-4/1	2/1					1/1		2/1				6/1		2	4	-5	
	d. Zona residencial	3/3		-2/1		3/3	2/3		1/3	1/1			3/3		3/6	2/3	3/1	1	9	62		
	2. RECREATIVOS	a. Pesca			-3/2				2/1										1	1	-4	
		b. Baño y natación			-2/1		2/3	3/3	2/1										1	3	15	
		c. Acampada							1/1					2/1			2/1		0	3	5	
		d. Excursionismo							1/1					2/1			2/1		0	3	5	
		e. Zonas recreativas			-1/1	1/1	1/3		3/2					2/3			1/1		1	5	16	
	4. NIVEL CULTURAL	a. Salud y seguridad			-3/1			1/3			1/1	1/1	2/1	3/3		2/6	3/3	1/1	1	8	35	
		b. Trabajo y ocupación laboral							1/1	1/1		2/1	3/1					1/1	0	5	8	
		c. Densidad y población			-2/1				2/1					2/1	6/6	6/6	2/3		1	5	80	
	5. SERVICIOS E INFRA.	a. Estructuras			-2/1		2/3		1/1			1/3				1/3		2/1	1	5	13	
		b. Red de servicios			-3/1										2/3				1	1	-1	
	EVALUACIONES	<b>ASPECTOS POSITIVOS</b>		1	0	0	8	5	4	9	3	4	3	13	10	1	5	3	14			
		<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>		10	10	16	2	2	1	2	3	2	0	0	0	4	3	1	0			
<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>		-50	-56	-51	24	-2	12	7	-4	2	6	63	69	-31	70	15	31			<b>70</b>		

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## ANÁLISIS

Todo proyecto requiere de un Estudio de Impacto Ambiental el mismo que se desarrolla mediante la matriz de Impactos Ambientales Según Leopold la misma que abarca dos aspectos importantes como es las acciones y los factores ambientales que se darán en la operación del proyecto.

El aspecto negativo más relevante dentro de las acciones y que causa afección en el proyecto se encuentra dentro de las modificaciones siendo la alteración de la cobertura terrestre con (-56) siendo el factor más dañino para el proyecto; El aspecto positivo y que ayuda al proyecto es las comunicaciones localizado en cambios en el tráfico con (70) debido a que mejorara las condiciones de telecomunicaciones de la población circundante.

Dentro de los Factores Ambientales se considera como aspecto negativo a los procesos como principal indicador a la erosión con (-74) porque contribuye a la alteración del ambiente y del suelo debido a que se encuentra dentro de las características Físicas y Químicas. En lo que concierne al nivel cultural tenemos la Densidad y población con (80) al ser un factor positivo para el proyecto y para la sociedad optimizando la calidad de vida de los habitantes.

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 3.1. Aspecto Económico

##### CUADRO N° 26

##### 3.1.1. *Inversión Inicial*

No	DETALLE	VALOR
<b>1</b>	<b>Inversión (a+b)</b>	<b>338.893,99</b>
	a) Inversión Fija	<b>326.741,74</b>
	Terrenos	125.000,00
	Construcciones Instalaciones nuevas	170.927,60
	Herramientas	11.494,00
	Muebles y enseres	12.751,35
	Equipo de Computación	1.000,00
	Menaje	861,54
	Equipo Recreacional	4.707,25
	b) Inversión diferida	<b>12.152,25</b>
	Estudios	850,00
	Gastos de Constitución	1.500,00
	Imprevistos (3% activos fijos)	9.802,25
<b>2</b>	<b>Capital de trabajo</b>	<b>14.509,50</b>

Materia prima	135.721,32
Mano de obra directa	2.360,00
Costos generales de fabricación	2.664,00
Gasto de venta y administración	3.600,00
<b><i>Inversión Total (1+2)</i></b>	<b>353.403,49</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 27

No	DETALLE	APORTE PROPIO	APORTE SOLICITADO	TOTAL
<b>1</b>	<b>Inversión (a+b)</b>			338.893,99
	a) Inversión Fija	<b>326.741,74</b>		<b>326.741,74</b>
	Terrenos	125.000,00		
	Construcciones			
	Instalaciones nuevas	170.927,60		
	Maquinaria y equipo	11.494,00		
	Muebles y enseres	12.751,35		
	Equipo de Computación	1.000,00		
	Menaje	861,54		
	Equipo Recreacional	4.707,25		
	b) Inversión diferida	<b>12.152,25</b>		<b>12.152,25</b>
	Gastos de instalación	850,00		
	Gastos de constitución	1.500,00		
	Intereses de pre-operación	9.802,25		
<b>2</b>	<b>Capital de trabajo</b>	<b>14.509,50</b>		<b>14.509,50</b>
	<b><i>Inversión Total (1+2)</i></b>	<b>353.403,49</b>		<b>353.403,49</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUDRO N° 28**  
**3.1.2. Depreciaciones**

	<b>INVERSIONES</b>			
	<b>Depreciación</b>	<b>Mantenimiento</b>	<b>Seguros</b>	<b>Depreciación</b>
	<b>PORCENTAJE</b>			<b>USD</b>
Terreno	0,00%		0,00%	
Cabañas	5,00%		0,00%	8.546,38
Muebles y enseres	20,00%		0,00%	2.298,80
Herramientas	20,00%		0,00%	2.550,27
Menaje	50,00%		0,00%	500,00
Equipo Recreacional	20,00%		0,00%	172,31
Equipos de computo	33,30%			1.553,39
				<b>15.621,15</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 29**  
**3.1.3. Ventas**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Desayunos</b>	108.047,84	113.812,59	119.577,35	125.342,10	125.342,10
<b>Almuerzos</b>	46.857,48	49.357,50	51.857,52	54.357,54	56.857,56
<b>Cena</b>	41.896,10	44.131,41	46.366,73	48.602,04	50.837,35
<b>Platos a la carta</b>	71.664,39	75.487,95	79.311,51	83.135,07	83.135,07
<b>Hospedaje</b>	281.144,90	296.145,02	311.145,36	326.145,26	341.145,38
<b>Pesca Deportiva</b>	23.153,11	24.388,41	25.623,72	26.859,02	28.094,33
<b>Ventas de Productos Agropecuarios</b>	85.997,26	90.585,53	95.173,81	99.762,08	104.350,35
<b>Pago de ingreso al centro</b>	88202,32	92908,24	97614,16	102320,08	107026,00
<b>Total ventas</b>	<b>746.963,40</b>	<b>786.816,66</b>	<b>826.670,15</b>	<b>866.523,18</b>	<b>896.788,13</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 30**

**3.1.4. Matera Prima**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Desayunos</b>	81.035,88	85.359,45	89.683,01	94.006,57	94006,57
<b>Almuerzos</b>	33.737,39	35.537,40	37.337,42	39.137,43	39137,43
<b>Cenas</b>	20.948,05	22.065,71	23.183,36	24.301,02	24301,02
<b>Productos elaborados</b>	42.998,63	45.292,77	47.586,90	49.881,04	49881,04
<b>TOTAL</b>	<b>135.721,32</b>	<b>142.962,55</b>	<b>150.203,79</b>	<b>157.445,02</b>	<b>207326,06</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 31**

**3.1.5. Suministros y Servicios**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Energía eléctrica</b>	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1200,00
<b>Agua</b>	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
<b>Gas</b>	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
<b>Teléfono</b>	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
<b>Otros (Limpieza)</b>	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.664,00</b>	<b>2.664,00</b>	<b>2.664,00</b>	<b>2.664,00</b>	<b>2.664,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 32**

**3.1.6. Mano de Obra Directa**

<b>N°</b>	<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
2	Gerente Propietario	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
2	Secretaria	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
2	Recepción	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00
2	Camareros	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
1	Chef	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
1	Cocineros	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
1	Mesero	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
2	Ayudante de cocina	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00
8	Lavandería	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
2	Contador	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
1	Jardinero	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
1	Limpieza	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00
1	Jornaleros	51.840,00	51.840,00	51.840,00	51.840,00	51.840,00
1	Porteros	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00

<b>1</b>	Instructor	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
1	Guía Especializado	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
<b>TOTAL</b>		<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 33

#### 3.1.7. Mano de Obra Indirecta

N°	RECURSO HUMANO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2	Personal de Mantenimiento	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
1	Diseñador Gráfico	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
1	Ing. Agrónomo	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.360,00</b>	<b>2.360,00</b>	<b>2.360,00</b>	<b>2.360,00</b>	<b>2.360,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 34

#### 3.1.8. Personal Administrativo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.600,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### CUADRO N° 35

#### 3.1.9. Otros Gastos del Centro

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de oficina	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00
Publicidad	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Permisos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Auditoría	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.104,00</b>	<b>2.104,00</b>	<b>2.104,00</b>	<b>2.104,00</b>	<b>2.104,00</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 36**  
**3.1.10. Costos de Producción**

	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>DETALLE DE COSTOS</b>					
<b>1. Costos Fijos</b>	<b>184.149,15</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>
<u>Mano de Obra Directa</u>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>	<b>157.800,00</b>
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	<b>20.645,15</b>	<b>19.942,25</b>	<b>19.942,25</b>	<b>19.942,25</b>	<b>19.942,25</b>
Mano de Obra Indirecta	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00
Suministros y servicios	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00
Depreciaciones	15.621,15	14.918,25	14.918,25	14.918,25	14.918,25
Amortizaciones de la Inversión Deferida	-	-	-	-	-
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	<b>5.704,00</b>	<b>5.704,00</b>	<b>5.704,00</b>	<b>5.704,00</b>	<b>5.704,00</b>
Sueldos y salarios	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Publicidad y promoción	2.104,00	2.104,00	2.104,00	2.104,00	2.104,00
<u>Gastos Financieros:</u>	-	-	-	-	-
Intereses	-	-	-	-	-
<b>2. Costos Variables</b>	<b>135.721,32</b>	<b>142.962,55</b>	<b>150.203,79</b>	<b>157.445,02</b>	<b>207.326,06</b>
Materia prima	135.721,32	142.962,55	150.203,79	157.445,02	207.326,06
<b>TOTAL</b>	<b>319.870,47</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>	<b>183.446,25</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 37**

**3.1.11. Estado de Pérdidas y Ganancias**

Cuentas	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	<b>746.963,40</b>	<b>786.816,66</b>	<b>826.670,15</b>	<b>866.523,18</b>	<b>896.788,13</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Costo de producción</b>	<b>319.190,47</b>	<b>325.728,80</b>	<b>332.970,04</b>	<b>340.211,27</b>	<b>390.092,31</b>
Materia Prima	135.721,32	142.962,55	150.203,79	157.445,02	207.326,06
Suministros y Servicios	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00
Mano de obra indirecta	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00
Mano de obra directa	157.800,00	157.800,00	157.800,00	157.800,00	157.800,00
Costo general de fabricación	20.645,15	19.942,25	19.942,25	19.942,25	19.942,25
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>427.772,93</b>	<b>461.087,85</b>	<b>493.700,11</b>	<b>526.311,90</b>	<b>506.695,81</b>
<b>Gastos de operación</b>	<b>5.704,00</b>	<b>30.003,80</b>	<b>32.219,08</b>	<b>34.620,22</b>	<b>37.222,82</b>
Personal Administrativo	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Otros Gastos del Centro	2.104,00	26.403,80	28.619,08	31.020,22	33.622,82
<b>UTILIDAD OPERACIONAL.</b>	<b>422.068,93</b>	<b>431.084,05</b>	<b>461.481,03</b>	<b>491.691,68</b>	<b>469.472,99</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.</b>	<b>422.068,93</b>	<b>431.084,05</b>	<b>461.481,03</b>	<b>491.691,68</b>	<b>469.472,99</b>
15% Participación trabajadores	63.310,34	64.662,61	69.222,15	73.753,75	70.420,95
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>358.758,59</b>	<b>366.421,44</b>	<b>392.258,87</b>	<b>417.937,93</b>	<b>399.052,04</b>
Impuesto a la renta 25 %	89.689,65	91.605,36	98.064,72	104.484,48	99.763,01
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>269.068,94</b>	<b>274.816,08</b>	<b>294.194,15</b>	<b>313.453,45</b>	<b>299.289,03</b>
5% Reserva legal	13.453,45	13.740,80	14.709,71	15.672,67	14.964,45
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>255.615,49</b>	<b>261.075,28</b>	<b>279.484,45</b>	<b>297.780,77</b>	<b>284.324,58</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 38**  
**3.1.12. Estado de Situación**

Cuentas	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>14.509,50</b>	<b>173.584,24</b>	<b>451.952,93</b>	<b>751.938,08</b>	<b>1.070.191,60</b>	<b>1.486.773,85</b>
<b>Disponibles</b>						
Caja-Bancos	14.509,50	173.584,24	451.952,93	751.938,08	1.070.191,60	1.486.773,85
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>326.741,74</b>	<b>264.337,95</b>	<b>248.716,80</b>	<b>233.095,64</b>	<b>217.474,49</b>	<b>82.204,02</b>
<b>No depreciable</b>						
Terrenos	125.000,00	82.579,99	82.579,99	82.579,99	82.579,99	82.579,99
<b>Depreciable</b>						
Construcciones e instalaciones nuevas	170.927,60	162.381,22	153.834,84	145.288,46	136.742,08	8.546,38
Equipo de computación	1.000,00	(553,39)	(2.106,79)	(3.660,18)	(5.213,57)	(6.766,96)
Muebles y enseres	12.751,35	10.452,55	8.153,75	5.854,95	3.556,15	1.257,35
Herramientas	11.494,00	8.943,73	6.393,46	3.843,19	1.292,92	(1.257,35)
Menaje	861,54	361,54	(138,46)	(638,46)	(1.138,46)	(1.638,46)
Equipo Recreacional	4.707,25	172,31	-	(172,31)	(344,62)	(516,92)

<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>12.152,25</b>	<b>2.030,00</b>	<b>1.710,00</b>	<b>1.390,00</b>	<b>1.070,00</b>	<b>750,00</b>
<b><u>Diferidos</u></b>						
Estudios	850,00	730,00	610,00	490,00	370,00	250,00
Gastos de construcción	1.500,00	1.300,00	1.100,00	900,00	700,00	500,00
Fondos	9.802,25	-	-	-	-	-
Gastos de pre –operación						
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>353.403,49</b>	<b>439.952,18</b>	<b>702.379,73</b>	<b>986.423,72</b>	<b>1.288.736,09</b>	<b>1.569.727,87</b>
<b>PASIVO</b>						
<b><u>A corto plazo</u></b>						
15% Participación Trabajadores	-	63.310,34	64.662,61	69.222,15	73.753,75	70.420,95
<b><u>A largo plazo</u></b>						
Documentos por pagar						
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>63.310,34</b>	<b>64.662,61</b>	<b>69.222,15</b>	<b>73.753,75</b>	<b>70.420,95</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	353.403,49	121.026,35	121.026,35	121.026,35	121.026,35	121.026,35
Utilidad acumulada		0	255.615,49	516.690,77	796.175,22	1.093.955,99
Utilidad del ejercicio						284.324,58

		255.615,49	261.075,28	279.484,45	297.780,77	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>353.403,49</b>	<b>376.641,84</b>	<b>637.717,12</b>	<b>917.201,57</b>	<b>1.214.982,34</b>	<b>1.499.306,92</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>353.403,49</b>	<b>439.952,18</b>	<b>702.379,73</b>	<b>986.423,72</b>	<b>1.288.736,09</b>	<b>1.569.727,87</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 39**  
**3.1.13. Estado de Fuentes y Usos**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>746.963,40</b>	<b>786.816,66</b>	<b>826.670,15</b>	<b>866.523,18</b>	<b>896.788,13</b>
Ingresos por Ventas		746.963,40	786.816,66	826.670,15	866.523,18	896.788,13
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>304.249,32</b>	<b>311.490,55</b>	<b>318.731,79</b>	<b>325.973,02</b>	<b>375.854,06</b>
Materia Prima		135.721,32	142.962,55	150.203,79	157.445,02	207.326,06
Mano de Obra Directa		157.800,00	157.800,00	157.800,00	157.800,00	157.800,00
Mano de Obra Indirecta		2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00
Costos Indirectos de fabricación		2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00
Gastos Administrativos		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Gastos de Ventas		2.104,00	2.104,00	2.104,00	2.104,00	2.104,00
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>0</b>	<b>442.714,08</b>	<b>475.326,10</b>	<b>507.938,36</b>	<b>540.550,15</b>	<b>520.934,06</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>353.403,49</b>	<b>15.621,15</b>	<b>15.621,15</b>	<b>15.621,15</b>	<b>15.621,15</b>	<b>189.543,79</b>
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo						

Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	353.403,49					
Depreciación		15.621,15	15.621,15	15.621,15	15.621,15	15.621,15
Amortización		0	0	0	0	0
Saldo Remanente						173.922,64
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>353.403,49</b>	<b>152.999,99</b>	<b>156.267,97</b>	<b>167.286,87</b>	<b>178.238,23</b>	<b>170.183,96</b>
Pago de intereses						
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo						
Pago participación de utilidades		63.310,34	64.662,61	69.222,15	73.753,75	70.420,95
Pago de impuestos		89.689,65	91.605,36	98.064,72	104.484,48	99.763,01
Adquisición de activos fijos	326.741,74					
<i>Terrenos</i>	<i>125.000,00</i>					
<i>Construcciones e instalaciones nuevas</i>	<i>170.927,60</i>					
<i>Equipos de computación</i>	<i>1.000,00</i>					
<i>Muebles y enseres</i>	<i>12.751,35</i>					
<i>Menaje</i>	<i>861,54</i>					
<i>Equipo Recreacional</i>						

	4.707,25					
<i>Herramientas</i>	11.494,00					
<i>Cargos diferidos</i>	12.152,25					
<i>Capital de Trabajo</i>	14.509,50					
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>0</b>	<b>(137.378,84)</b>	<b>(140.646,82)</b>	<b>(151.665,72)</b>	<b>(162.617,08)</b>	<b>19.359,83</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>0</b>	<b>305.335,24</b>	<b>334.679,29</b>	<b>356.272,64</b>	<b>377.933,07</b>	<b>540.293,89</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>14.509,50</b>	<b>319.844,74</b>	<b>654.524,03</b>	<b>1.010.796,67</b>	<b>1.388.729,74</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>319.844,74</b>	<b>654.524,03</b>	<b>1.010.796,67</b>	<b>1.388.729,74</b>	<b>1.929.023,63</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### 3.2. Evaluación Financiera

**CUADRO N° 40**  
**3.2.1. Valor Actual Neto**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS ACUMULADOS</b>
0	(353.403,49)	1,000	(353.403,49)	(353.403,49)
1	305.335,24	0,913	278.844,97	(74.558,52)
2	334.679,29	0,834	279.126,19	204.567,67
3	356.272,64	0,762	271.356,43	475.924,10
4	377.933,07	0,696	262.880,53	738.804,63
5	540.293,89	0,635	343.209,63	<b>1.082.014,26</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**CUADRO N° 41**  
**3.2.2. Tasa Interna de Retorno**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>
0	(353.403,49)
1	305.335,24
2	334.679,29
3	356.272,64
4	377.933,07
5	540.293,89

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

$$\frac{\text{VAN 1} * 0.1 - \text{VAN 2} * 0,08}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

**TIR= 90,73%**

### 3.2.3. Periodo de Recuperación de la Inversión

PRI= Ultimo año flujo negativo + valor flujo acumulado del primer año positivo

Inversión Inicial

**PRI= 1.58**

CUADRO N° 42

#### 3.2.4. Relación Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS POR VENTAS	COSTOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	746.963,40	319.870,47	0,913	682.158,35	292.119,15
2	786.816,66	183.446,25	0,834	656.213,72	152.996,18
3	826.670,15	183.446,25	0,762	629.636,50	139.722,54
4	866.523,18	183.446,25	0,696	602.731,25	127.600,50
5	896.788,13	183.446,25	0,635	569.664,63	116.530,13
				<b>3.140.404,45</b>	<b>828.968,51</b>

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**R B/C = INGRESOS ACTUALIZADOS/COSTOS ACTUALIZADOS**

**R B/C =3,79**

## CUADRO N° 43

### 3.2.5. Sensibilidad del Proyecto

VARIABLES	TMAR	TIR	VAN	PRI	B/C	RESULTADO
Proyecto	9,50%	90,73%	1.082.014,26	1,58	3,79	VIABLE
Precio de venta (-10%)	9,50%	72,50%	950.000,50	2,80	2,30	SENSIBLE
Volumen de ventas (-10%)	9,50%	65,00%	670.000,80	3,80	1,80	SENSIBLE
Costo de mano de obra y salarios (+10%)	9,50%	52,30%	530.540,30	4,10	1,50	POCO SENSIBLE
Costo de Materias Primas (+10%)	9,50%	46,30%	480.589,20	4,50	1,30	POCO SENSIBLE

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### INTERPRETACIÓN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Todo proyecto de inversión requiere de una evaluación, el mismo que abarca varios aspectos para dicho elemento en los cuales se tiene que: el Valor Actual Neto (**VAN**) es positivo, la Tasa Interna de Retorno (**TIR**) tiene un porcentaje considerable, el Periodo de Recuperación de la Inversión (**PRI**) es corto, la Relación Costo Beneficio (**RC/B**) es aceptable y la Sensibilidad del Proyecto es considerable, por lo expuesto se puede manifestar que el proyecto es **FACTIBLE**.

### 3.3. Aspecto Social

La evaluación social del proyecto tiene como objetivo evaluar el impacto del proyecto en el entorno social, regional donde se aplicara.

Una forma de realizar ésta evaluación consiste en considerar las variables del proyecto que puede ayudar al desarrollo del área donde se creara el Centro Agroturístico.

### **Contribución al crecimiento económico (CCE)**

El desarrollo económico será notable ya que el Centro Agroturístico contribuirá con la creación de fuentes de empleo involucrando a familias aledañas al proyecto, indicando así que el proyecto aporta al crecimiento de la región.

### **Contribución con empleo (CE)**

Con los datos del estudio técnico se puede medir la cantidad del talento humano que requiere el Centro Agroturístico.

El proyecto a través del ingreso económico y por ende de las utilidades generadas durante la fase de operación contribuirá a mejorar la calidad de vida de la comunidad inmersa.

### **Contribución de la balanza de pagos (CBP)**

El proyecto generará ingresos y egresos lo que significa que el proyecto tendrá que pagar impuestos de funcionamiento y servicios básicos, lo que crearía más ingresos para el desarrollo del cantón, permitiendo así a la mejora de vías de acceso y servicios básicos acordes a la necesidad de la comunidad.

### **Contribución a la inversión (CI)**

Con los datos obtenidos del estudio técnico, administrativo legal y económico financiero se puede conocer el personal que se requiere para laborar en las distintas áreas que posee el Centro Agroturístico.

### **Contribución al ingreso (valor agregado) por persona (CY)**

El Centro Agroturístico genera recursos económicos lo que es favorable para el personal que se encuentra dentro del proyecto, remunerándoles puntualmente sus sueldos y salarios acorde a lo establecido por la ley.

### **Contribución al desarrollo regional (CDR)**

El proyecto contribuirá al desarrollo local, aportando un valor determinado de sus utilidades generadas, lo cual permitirá mejorar la educación de la zona, conjuntamente al progreso en lo referente a las vías de acceso y a los servicios de telecomunicación.

La conservación de flora y fauna, cuyo valor es difícil de tangibilizar, en este caso se usa la disposición al pago para estimar el ahorro generado en la conservación de zonas o el potencial turístico futuro de ser el caso, no tanto como pago directo del turista, sino como el incremento de la venta de servicios en la zona.

### **Contribución al consumo (CC)**

El proyecto está ligado a ser partícipe del consumo que se generará en la localidad, beneficiando de manera directa a los productores.

Cualquier otro beneficio que genere bienestar en el consumidor o eleve su calidad de vida, siempre que pueda ser trasladable a valores monetarios.

## CONCLUSIONES

- La Provincia de Cotopaxi mantiene una línea de oferta turística tradicional, creando así un mercado saturado enfocado a prácticas deportivas, descuidando las nuevas tendencias del mercado orientadas hacia la práctica de actividades alternativas como el agroturismo; modalidad que aún no se ha logrado desarrollar pese a la disponibilidad y potencialidad de recursos existentes.
- Debido a la ubicación geográfica en la que se encuentra el Centro Agroturístico, sus atracciones principales serán las prácticas agrícolas y pecuarias basadas en el respeto a la naturaleza y al aprovechamiento racional de los recursos
- La ingeniería del proyecto busca aprovechar los recursos disponibles con que cuenta el mismo, a través de acciones y prácticas ambientales y conservacionistas mediante la incorporación de actividades cotidianas de producción siendo el motivante de visitación del sector.
- La propuesta del Centro pretende variar las actividades agropecuarias creando nuevas fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de los pobladores; incrementado los ingresos de la población, de la misma forma conservando la variedad natural a reconocerla como valiosa y digna de protección.
- La evaluación del proyecto permite determinar si es una alternativa viable y optima de inversión el Centro Agroturístico para tomar una decisión de ejecución o no.
- La Hacienda La Florida es rica en naturaleza, extensión de terreno, hidrografía y clima; todos estos elementos contribuirán a que se desarrolle el turismo tomando en cuenta el equilibrio ecológico y la sostenibilidad social.

## **RECOMENDACIONES**

- En el proceso de construcción de obras de infraestructura se debe emplear materiales alternativos y resistentes de la zona los mismos que se adapten a las condiciones climáticas presentes.
- Para el equipamiento de las instalaciones y la contratación del personal se debe dar preferencia a la mano de obra local, de modo de que se contrarreste el desempleo y la migración hacia las grandes ciudades.
- La promoción turística debe ser a través de herramientas promocionales manejadas de una manera técnica y competente sin exagerar la realidad en los servicios que se pretende ofertar.
- El talento humano a ser contratado deberá relacionarse con las actividades de las distintas áreas a implementarse en el proyecto.
- Solicitar a los gobiernos seccionales la mejora en la calidad de los servicios básicos y construcción de los inexistentes para optimizar las condiciones de vida de los pobladores.
- Se debería tomar en cuenta este estudio para que los futuros estudiantes de la carrera continúen con la investigación y pongan en marcha el estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ÁLVAREZ, R. José. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
2. SOSA, Clifort. Como Elaborar un Proyecto de Inversión Turístico. Lima-Perú: San Marcos, Pp. 25-45.
3. ASCAZUBI, Néstor. Pucayacu un Testimonio Propio.
4. CANADÁ, Chris y Just. Aves Comunes de la Amazonía. Quito- Ecuador: Megagraf S.A.,
5. YUCTA, Patricio. Documento Ciclos de Proyectos Turísticos. Riobamba - Ecuador: 2003
6. Constitución Política del Estado. Ecuador, 2008.
7. Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador IGM, 2007.
8. Manual Agropecuario. Bogotá- Colombia: Hogares Juveniles Campesinos,
9. Ministerio del Ambiente. Proyecto SNAP-GEF. Términos de referencia para la actualización del Plan estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Quito- Ecuador: 2005. Pp 2.33p
10. BOYLE, S. Planificar e Interpretar: un proceso efectivo y eficiente. Jornadas Internacionales de Turismo. Federación, Entre Ríos, 2000.
11. ACERENZA, Miguel. Promoción turística: Un Enfoque Metodológico. México: Editorial Trillas, 1996.
12. CANDO Y CHILIQUNGA. Diseño de un sistema de Estudio de Impacto Ambiental en el Cantón Latacunga en Base al Sistema único de manejo ambiental. Latacunga – Ecuador: 2003.
13. CAPTUR. Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, Inventario de Servicios Turístico de la Provincia de Cotopaxi.
14. DILLÓN, Renato. Manual de Ornitología y Ecoturismo.
15. HERNÁNDEZ, Edgar. Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación. Tercera edición. México: Editorial Trillas, 2001.

## PAGINAS WEB

1. <http://www.ambiente.gob.ec/userfiles/51/file/turismo/PARQUE%20NACIONAL%20COTOPAXI.pdf> [fecha de consulta: 10 de Diciembre de 2 009].
2. [http://www.captur.com/Docs/Reglamento\\_General\\_de\\_Actividades\\_Turisticas.pdf](http://www.captur.com/Docs/Reglamento_General_de_Actividades_Turisticas.pdf) [fecha de consulta: 14 de Enero de 2 010].
3. [http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/publicaciones/publi\\_reinos/fauna/vaca/vaca.htm](http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/publicaciones/publi_reinos/fauna/vaca/vaca.htm) [fecha de consulta: 16 de Febrero de 2 010].
4. <http://www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Plan%20de%20Manejo%20y%20Gestion%20Participativa%20de%20la%20Reserva%20Ecologica%20Mache%20Chindul.pdf> [fecha de consulta: 27 de Febrero de 2 010].
5. <http://www.cotopaxi.gov.ec/archivos/Menu/PlanGuasaganda.pdf> [fecha de consulta: 18 de Marzo de 2 010].
6. <http://www.reeme.arizona.edu/materials/Mordeduras%20de%20serpiente%20CIATOX.pdf> [fecha de consulta: 10 de Mayo de 2 010].
7. <http://www.tourism.co.cr/plan-manejo-refugio-nacional-iguanita-spanish-/6.-zonificacion-del-refugio-iguanita/6.2.-zonas-de-uso-publico.html> [fecha de consulta: 23 de Noviembre de 2 010].

# **ANEXOS**

## ANEXO 2

### MODELO DE ENCUESTA

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

La presente encuesta tiene la finalidad de identificar los servicios y/o facilidades para desarrollar actividades encaminadas al agroturismo a través de la creación de un centro agroturístico, su opinión es muy importante y contribuirá de manera significativa en la investigación, marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

**1. Sexo**      Hombre                       Mujer

**2. Edad**  
 Adolescente       Adulto       Adulto mayor   
 (13/18 años)      (19/39 años)      (40/65 años)

**3. Procedencia:** \_\_\_\_\_

**4. Medio de Transporte**  
 Propio       Rentado       Público

**5. Forma de viaje**  
 Solo     Pareja     Familiares     Grupo  #

**6. Qué tiempo usted permanece en un sitio cuando sale de viaje:**  
 1 día     2 días     3 días     más de 3 días

**7. Qué región del Ecuador es de su preferencia al momento de visitar atractivos turísticos**  
 Costa     Sierra     Amazonia

**8. Le gustaría visitar el Cantón La Maná**  
 Si       No

**9. Sus perspectivas de visita son preferentemente: (escoja una alternativa).**  
 a) Sitios de Campo     b) Sitios de Cuidad

**10. Existiría el interés por llegar a: (escoja una alternativa). (escoja una alternativa).**

a) Una **GRANJA DE CAMPO** de construcción típica rural, provistas de servicios que permitan el disfrute de una estancia tranquila, recibiendo un trato familiar y conociendo los procesos de producción agropecuaria.

b) Un **HOTEL DE CAMPO** diseñado armoniosamente con el ambiente permitiendo el conocimiento con la naturaleza y la cultura tradicional.

**11. Es de interés para Ud. Visitar un Centro Agroturístico**  
 Si       No

Porque \_\_\_\_\_

**12. Qué actividades le gustaría desarrollar en el Centro agroturístico. (escoja una alternativa).**

- Natación
- Deportes                       Pesca
- Cabalgatas                       Acampar
- Caminatas por senderos naturales
- Observación de flora y fauna
- Conocer acerca de la práctica del ordeño
- Degustar y aprender labores de siembra y cosecha de productos orgánicos
- Aprender sobre el cuidado de animales menores

**13. ¿Cuáles de estas opciones pueden ser adoptadas para dar factibilidad al agroturismo en la Hacienda La Florida? (escoja una alternativa).**

- Invitar a los visitantes a participar en la actividad agrícola que se desarrolla en La Hacienda
- Desarrollar alternativas turísticas que permitan ofrecer a los consumidores algo más que cosechas
- Ofrecer productos agrícolas a precios bajos

**14. ¿Bajo qué criterio debería desarrollarse el agroturismo para mantener un mínimo impacto ambiental y un equilibrio ecológico en el la Hacienda La Florida? (escoja una alternativa).**

- a) Económicamente rentable
- b) Ecológicamente equilibrado
- c) Socialmente justo

**15. De acuerdo a la unidad de servicio usted busca encontrar:**

**ALOJAMIENTO: (escoja una alternativa).**

- Hab. Individuales (\$10.00)
- Hab. Dobles (\$7.00)
- Hab. Grupos 6 pax (\$5.00)

**ALIMENTACIÓN: (escoja una alternativa).**

- Desayuno (\$2.50)
- Almuerzo (\$ 3.00)
- Cena (\$2.50)
- Platos a la carta (\$ 5.00 en adelante)

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar una visita al Centro Agroturístico en La Hacienda La Florida?**

2 \$     4 \$     Otros .....

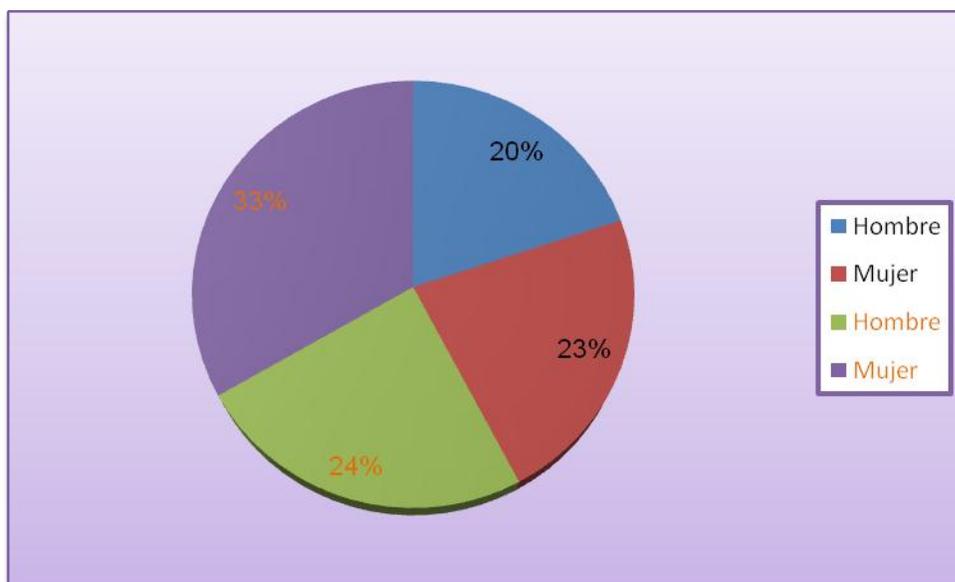
**17. ¿Estaría dispuesto a desarrollar actividades adicionales y pagar un valor por la práctica de las mismas dentro del Centro Agroturístico?**

Si       No

**ANEXO 3**  
**TABULACIÓN DE ENCUESTAS EN EL PARQUE NACIONAL**  
**COTOPAXI**

<b>1. Sexo</b>	<b>Nº de personas extranjeras</b>	<b>Nº de personas nacionales</b>
Hombres	31	38
Mujeres	35	52
<b>subtotal</b>	66	90
<b>total</b>	<b>156</b>	

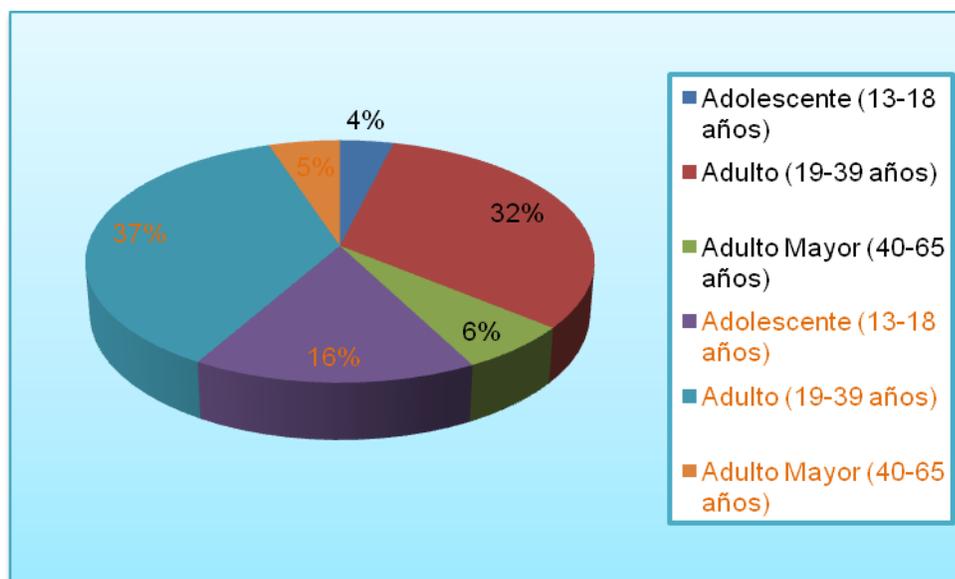
**GRAFICO N° 2**



La fluencia de visitantes que llega la Parque Nacional Cotopaxi comprende grupos de personas de los dos géneros siendo así que el turismo receptivo en el género femenino alcanzado el 23%, seguido del género masculino con el 20% es decir que el género femenino supera con el 3 % al género masculino; El turismo interno se lo representa por un 33% del género femenino y un 24% por el masculino existiendo una diferencia de 9% que es a favor del género femenino.

2. Edad	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Adolescente (13-18 años)	6	25
Adulto (19-39 años)	50	57
Adulto Mayor (40-65 años)	10	8
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO Nº 3**



Los visitantes que más acuden al Parque a nivel de turismo receptivo son personas adultas entre los 19 y 39 años lo cual corresponde al 32%, seguidos de un grupo de adultos mayores entre los 40 y 65 años que representa un 6% y por ultimo con un 4% un grupo de adolescentes entre los 13 y 18 años de edad. En lo referente al turismo interno tiene un 37% con personas adultas entre los 19 y 39 años seguida de los adolescentes entre los 13 y 18 años de edad con un 16% y por ultimo tenemos a los adultos mayores entre los 40 y 65 años que representa un 5%

<b>3. Procedencia</b>			
<b>Continente</b>	<b>País</b>	<b>Nº de personas</b>	<b>Total</b>
Europa	Australia	8	41
	Alemania	15	
	Inglaterra	9	
	Holanda	6	
	España	3	
América	Colombia	5	25
	USA	11	
	Canadá	9	
Ecuador	Latacunga	20	90
	Salcedo	10	
	Quito	35	
	Ambato	14	
	Riobamba	11	
Total			<b>156</b>

**GRAFICO Nº 4**

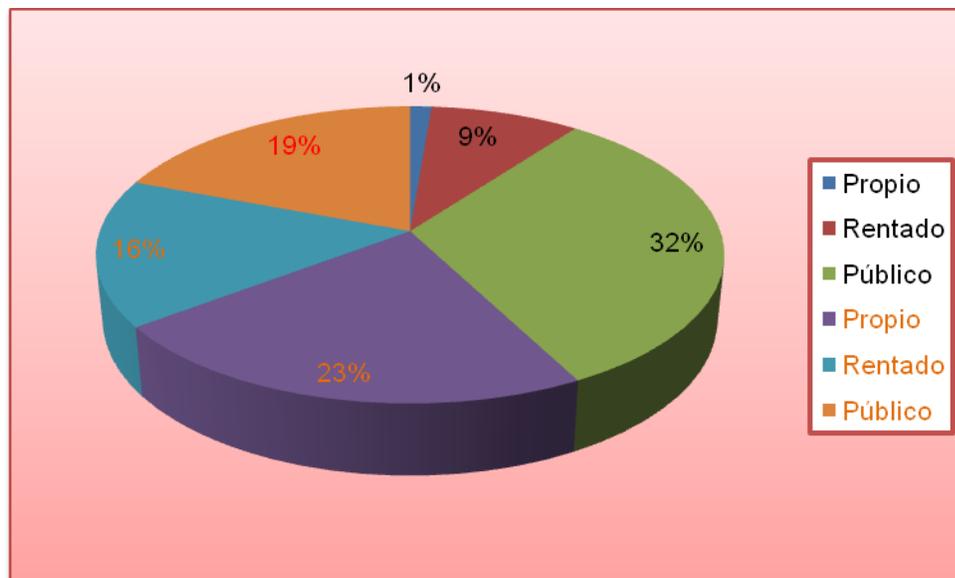


En lo que se refiere a la procedencia es necesario tomar muy en cuenta que el 58% de visitantes que llega la Parque Nacional Cotopaxi son nacionales y que el 42% son extranjeros, el número de encuestas que se aplicaron fueron 66 para

extranjeros y 90 para nacionales del total de 156 encuestas. En lo que concierne al segmento de mercado extranjero en un gran porcentaje son procedentes del continente Europeo, Alemania con un 10% y en menor grado otros países como Australia con el 5%, Inglaterra con el 6%, Holanda con el 3%, España con el 2% y en lo referente al Continente Americano, USA con el 7%, Canadá con el 6% y Colombia con el 3%. En lo que se refiere al segmento nacional en un gran porcentaje son provenientes de la ciudad de Quito con el 23%, en menor porcentaje se encuentra Latacunga con el 13%, Ambato con el 9%, Riobamba con un 7% y Salcedo con el 6%.

4. Medio de Transporte	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Propio	2	35
Rentado	14	25
Público	50	30
<b>subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

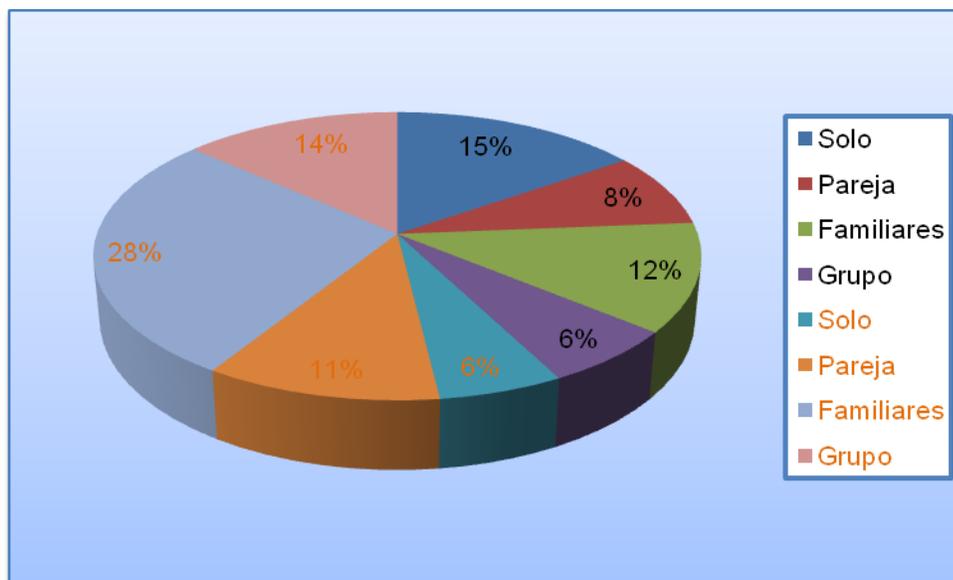
**GRAFICO Nº 5**



Uno de los medios de transporte más utilizado por el turismo receptivo es el público con el 32% debido a que los visitantes son extranjeros, mientras que en menor grado se movilizan en vehículos rentados el cual representa un 9% y son pocos visitantes que tiene vehículo propio que es el 1%. El turismo interno en cambio por ser residentes tienen vehículo propio lo que representa el 23% seguido de visitantes que hacen uso de vehículos públicos con un 19% y por último tenemos a los visitantes que utilizan vehículos rentados con el 16%.

5. Forma de Viaje	N° de personas extranjeras	N° de personas nacionales
Solo	24	9
Pareja	13	17
Familiares	19	43
Grupo	10	21
<b>subtotal</b>	<b>66</b>	<b>90</b>
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO N° 6**

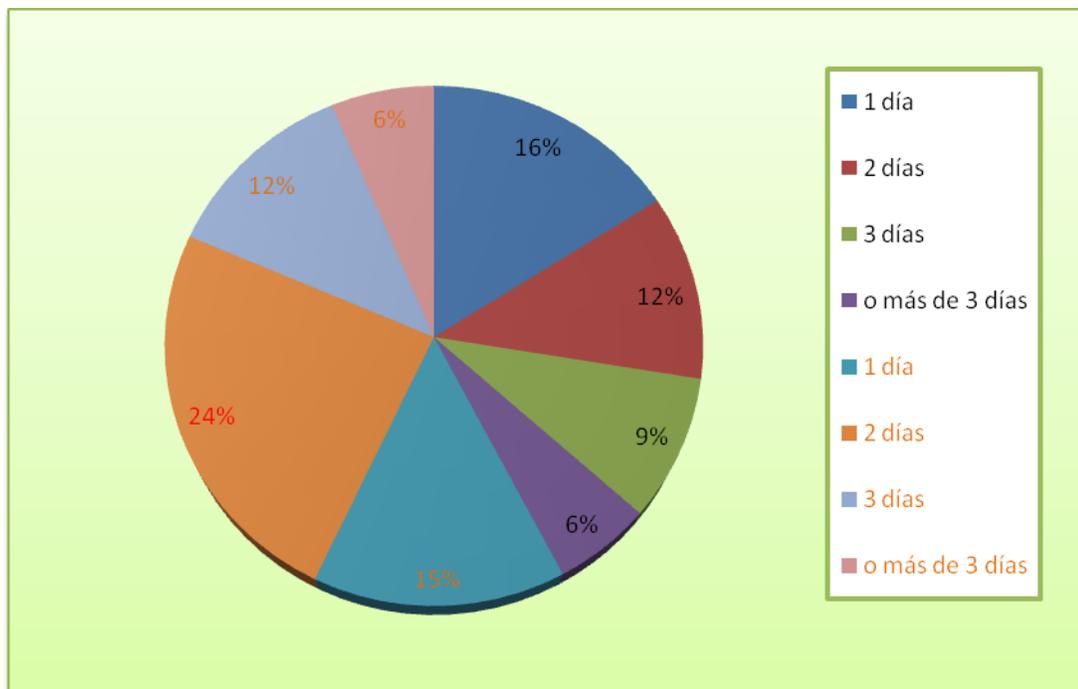


Una de las formas de viaje que escogen los turistas receptivos que llegan al Parque Nacional Cotopaxi es viajar solitariamente alcanzando un 15% sin existir tanta diferencia de turistas que viajan a través de la conformación de grupos destacándose aquellos que están conformados por miembros de una misma familia lo que representa el 12%, posteriormente se ubican aquellos que les gusta viajar en pareja con un 8% y por último los tenemos los que viajan en grupos superiores a 8 personas generalmente compañeros de clase o amigos alcanzando un 6%.

El turismo interno es más selectivo en cuanto a su preferencia por viajar con su familia por el hecho de compartir momentos agradables con la misma es por eso que representa el 28% seguido de personas que les gusta viajar con sus compañeros de clase o trabajo con un 14%, seguidos de quienes prefieren viajar con su pareja con un 11% y por último a los que les gusta viajar solos con el 6%.

6. Permanencia	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
1 día	25	23
2 días	18	38
3 días	14	19
más de 3 días	9	10
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO N° 7**

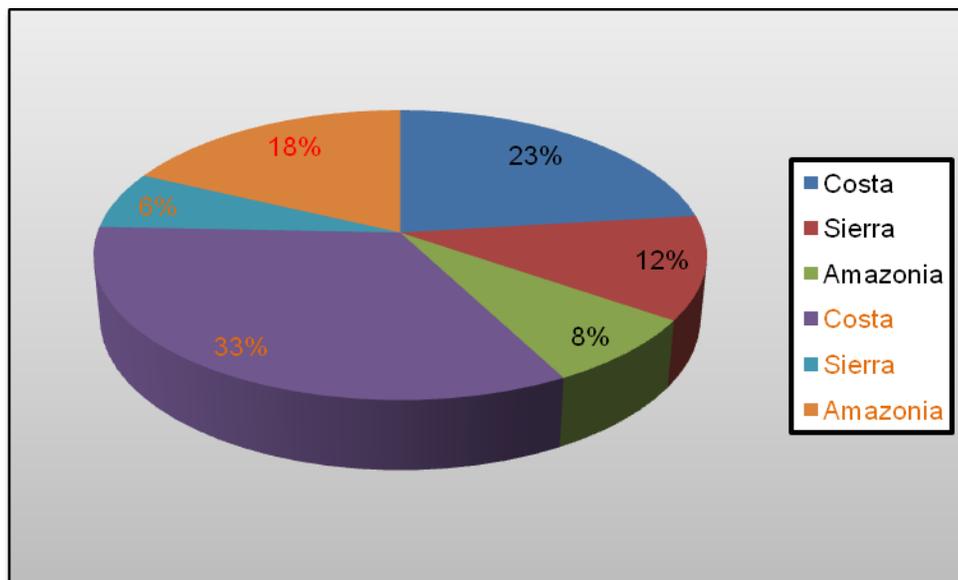


En lo concerniente a la permanencia en el turismo receptivo la gran mayoría permanece en un sitio 1 día representando en 16%, seguida de 2 días con un 12%, posteriormente tenemos 3 días que equivale al 9% y por ultimo más de 3 días con el 6%.

El turismo Interno es diferente por la situación económica que atraviesa el país debido a que no pueden viajar a diferentes lugares deben permanecer en ese sitio 2 días representando así un 24%, seguido de los que prefieren permanecer en el sitio 1 día con un 15%, posteriormente tenemos a los que permanecen 3 días con el 12% y por último a los que permanecen más de 3 días con el 6%.

7. Región de preferencia	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Costa	36	52
Sierra	18	10
Amazonia	12	28
<b>subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO N° 8**

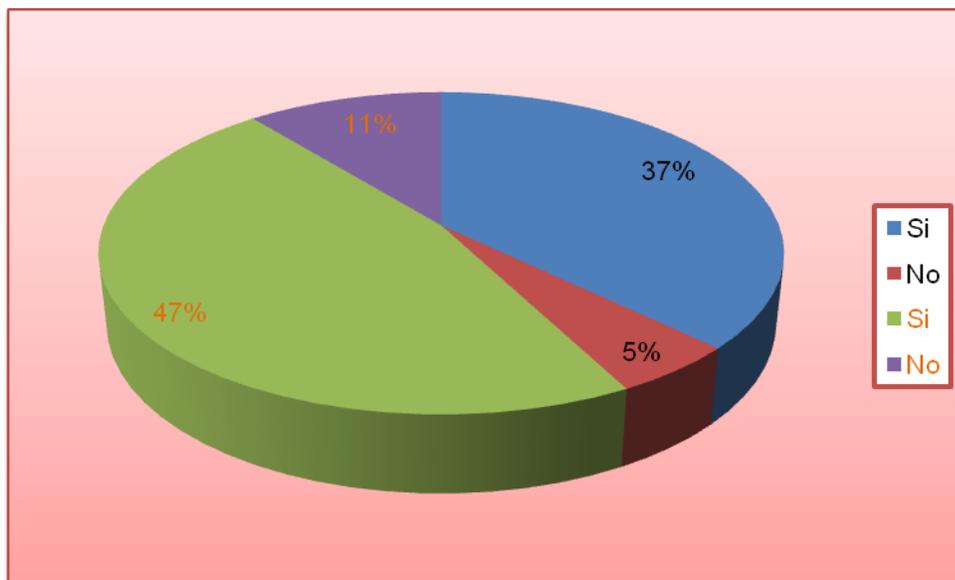


El turismo Receptivo arroja información relevante sobre qué región del Ecuador prefiere visitar siendo la Costa por la variedad de atractivos turísticos y su clima alcanzando el 23%, posteriormente tenemos la Región Sierra con el 12%, ultimo tenemos la Región Amazónica con un 8% lo cual no tiene tanta diferencia con sierra.

El turismo interno se inclina más por el clima cálido es por eso que prefiere visitar la costa con un 33% luego la amazonia con un 18% y por último la región sierra con el 6%.

8. Visitaría La Maná	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Si	58	73
No	8	17
<b>subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO N° 9**

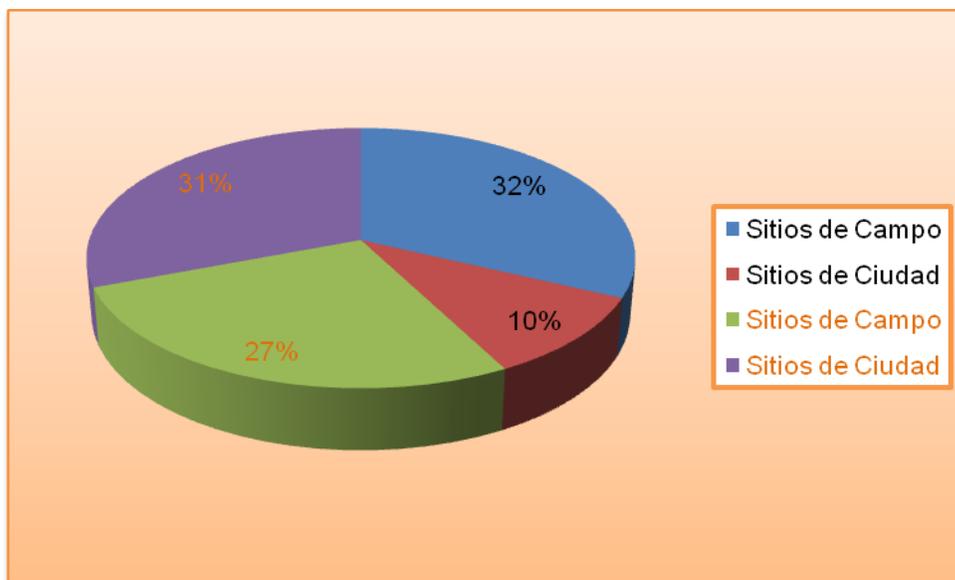


El turismo receptivo al no conocer el Cantón La Mana y por sus características generó un interés en conocer el lugar teniendo una aceptación así representada en un 37% y un 5% no estuvo tan interesado en conocer el cantón.

El turismo interno si desea visitar el cantón la Mana por su corta distancia y por su variedad de atractivos representado así con un 47% y un 11% no desea conocer.

9. Perspectivas de visita	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Sitios de Campo	50	42
Sitios de Ciudad	16	48
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

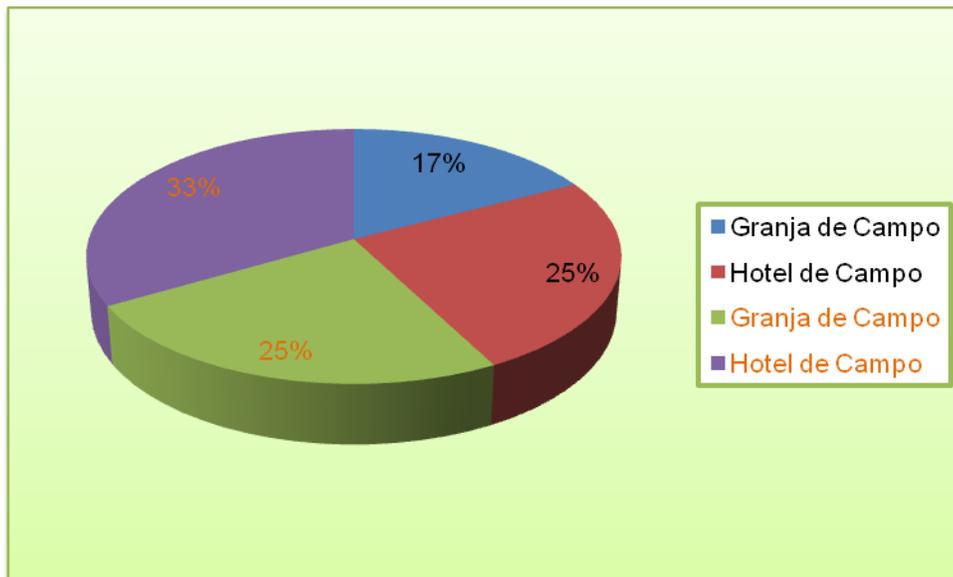
**GRAFICO N° 10**



Hoy en día las preferencias de los turistas tanto extranjeros como nacionales son visitar lugares que se encuentre alejados del sector urbano pero que a su vez ofrescan al visitante la posibilidad de adquirir coconiminetos sobre la practica de las diferentes actividades que se desarrolla en el campo es por eso que la opción mas aceptada por el turismo receptivo son los sitios de campo con un 32% y un 10% prefiere visitar los sitios de ciudad, y el turismo interno prefiere los sitios de ciudad con un 31% seguido de los que les gusta los sitios de campo con un 27%.

<b>10. Interés por llegar a</b>	<b>N° de personas extranjeras</b>	<b>N° de personas nacionales</b>
Granja de Campo	27	38
Hotel de Campo	39	52
<b>subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

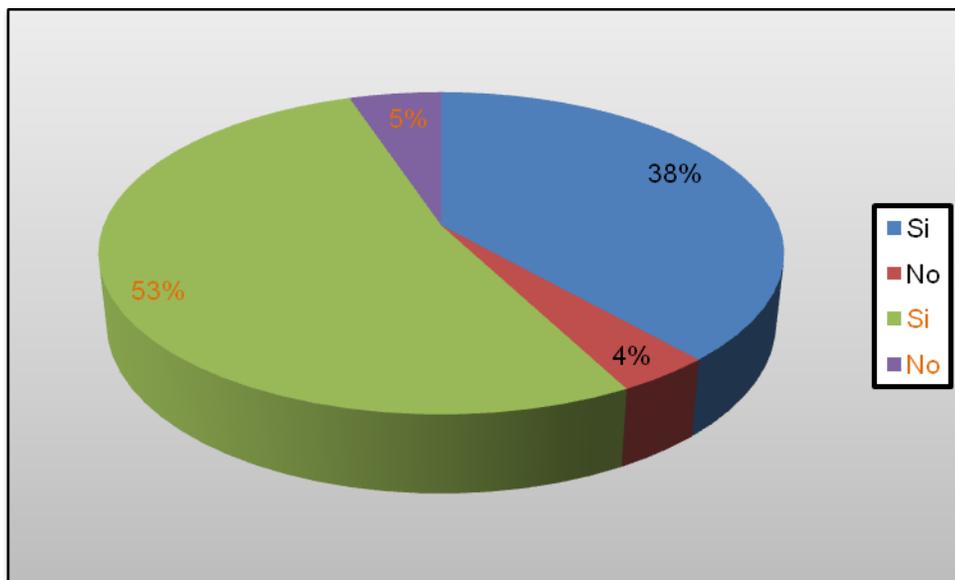
**GRAFICO N° 11**



La preferencia que tienen los turistas nacionales y extranjeros es que el establecimiento permita el contacto con la naturaleza y la cultura tradicional es decir el turismo receptivo desee un hotel de campo con el 25% y con un 17% una granja de campo en la que se puede practicar diversas actividades vivenciales permitiendo al visitante tener una relación directa con el agro. El turismo interno elige al igual que el turismo receptivo un hotel de campo con el 33% y luego desearia una granja de campo con el 25% sin existir gran diferencia que es de 8%.

11. Es de interés visitar un Centro Agroturístico	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Si	60	82
No	6	8
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO Nº 12**



El segmento extranjero y nacional si tiene interés por visitar un Centro Agroturístico lo que representa el 38% extranjero y un 53% nacional que si desean visitar el sitio y un 4% de extranjeros y un 5% de nacionales no está interesado en visitar el Centro Agroturístico.

12. Actividad que le gustaría desarrollar en el Centro Agroturístico	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Deportes	4	8
Cabalgatas	9	14
C. Senderos N.	9	5
O. flora y fauna	11	6
Practica del ordeño	8	17
Siembra y cosecha	5	3
Cuidado de animales menores	4	10
Pesca	6	12
Acampar	7	8
Natación	3	7
<b>Subtotal</b>	<b>66</b>	<b>90</b>
<b>Total</b>	<b>156</b>	

GRAFICO Nº 13



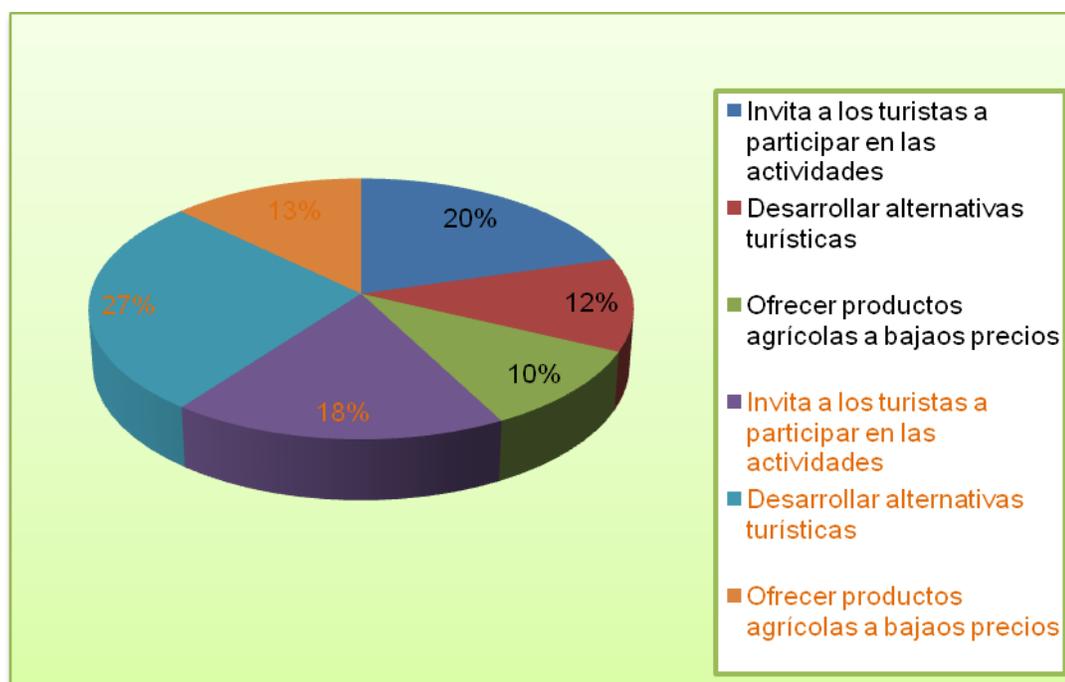
Entre las actividades que prefieren realizar el segmento de mercado extranjero a la

hora de visitar el Centro Agroturístico, sobresalen aquellas que se desarrolla en espacios abiertos como la observación de flora y fauna que representa por un 7%, seguido de cabalgatas, caminatas por senderos naturales con un 6%, la práctica del ordeño con un 5%, con 4% acampar y la pesca, con el 3% tenemos a quienes les gusta conocer y aprender labores de siembra y cosecha, cuidado de animales menores y la práctica de deportes y por último con un 2% a quienes les gusta practicar natación.

El segmento nacional en cambio prefiere aprender sobre la práctica de ordeño con un 11%, con un 9% en lo que se refiere a cabalgatas, seguido de un 8% de los visitantes que se inclinan por la pesca, con un 6% se inclinan al cuidado de animales menores, en igual porcentaje tenemos a los que le gusta acampar y practicar deportes con un 5%, en igual porcentaje del 4% tenemos observación de flora y fauna y natación, con un 3% se encuentran los visitantes que les gusta practicar caminatas por senderos naturales y por último con un 2% tenemos a visitantes que realizan actividades de siembra y cosecha.

<b>13. Opciones para dar factibilidad al agroturismo</b>	<b>Nº de personas extranjeras</b>	<b>Nº de personas nacionales</b>
Invita a los turistas a participar en la actividad agrícola que se desarrolla en la Hacienda	32	28
Desarrollar alternativas turísticas que permitan ofrecer a los consumidores algo más que cosechas	18	42
Ofrecer productos agrícolas a bajos precios	16	20
<b>Subtotal</b>	<b>66</b>	<b>90</b>
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO Nº 14**



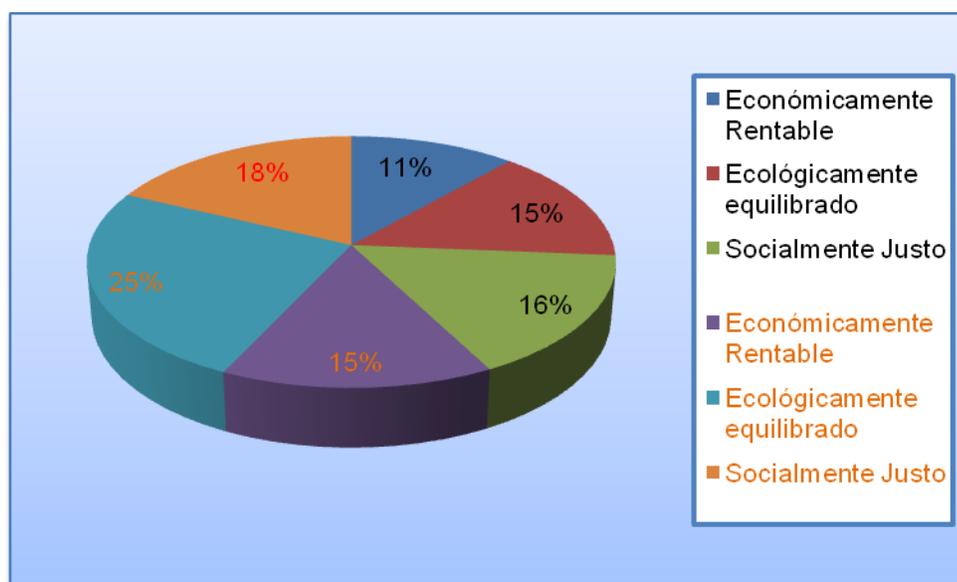
El segmento extranjero encuestado sugiere que la opción más idónea para dar factibilidad al agroturismo en la Hacienda La Florida es de invitar a los turistas a participar en la actividad agrícola que se desarrollara en la Hacienda lo cual representa un 20%, seguido de un 12% que es el desarrollar alternativas turísticas que permitan ofrecer a los consumidores algo más que cosechas y por ultimo con un 10% ofrecer productos agrícolas a precios bajos.

El segmento nacional sugiere que se debería desarrollar alternativas turísticas que

permitan ofrecer a los consumidores algo más que cosechas con un 27%, seguido de invitar a los turistas a participar en la actividad agrícola que se desarrollara en la Hacienda lo cual representa un 18% y por ultimo con un 13% ofrecer productos agrícolas a precios bajos.

14. Criterio de desarrollo al agroturismo	Nº de personas extranjeras	Nº de personas nacionales
Económicamente Rentable	18	23
Ecológicamente Equilibrado	23	39
Socialmente Justo	25	28
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

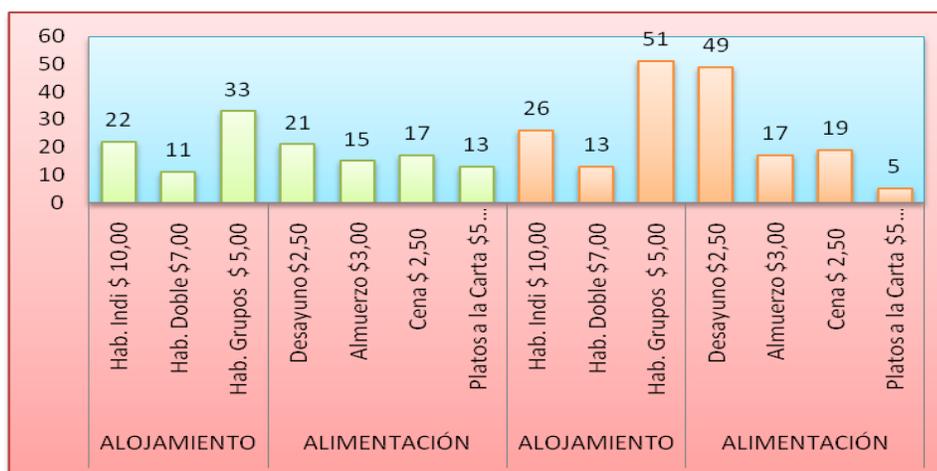
**GRAFICO Nº 15**



El criterio bajo el cual se debería desarrollar el agroturismo para mantener un mínimo impacto ambiental y un equilibrio ecológico en la hacienda La Florida sugerido por el segmento extranjero es que debería ser socialmente justo con un 16% sin existir mayor diferencia es que debe ser ecológicamente equilibrado es decir representa el 15% y por ultimo con un 11% que sea económicamente rentable. El segmento nacional sugiere que el criterio bajo el cual se debe desarrollar el agroturismo es que sea ecológicamente equilibrado con 25% sin existir mucha diferencia y con un 18% socialmente justo y Económicamente Rentable con el 15%.

15. De acuerdo a la unidad de servicio Ud. busca encontrar		N° de personas extranjeras		N° de personas nacionales		Total
ALOJAMIENTO	Hab. Indi \$ 10,00	22	66	26	90	156
	Hab. Doble \$7,00	11		13		
	Hab. Grupos \$ 5,00	33		51		
ALIMENTACIÓN	Desayuno \$2,50	21	66	49	90	156
	Almuerzo \$3,00	15		17		
	Cena \$ 2,50	17		19		
	Platos a la Carta \$5 en adelante	13		5		

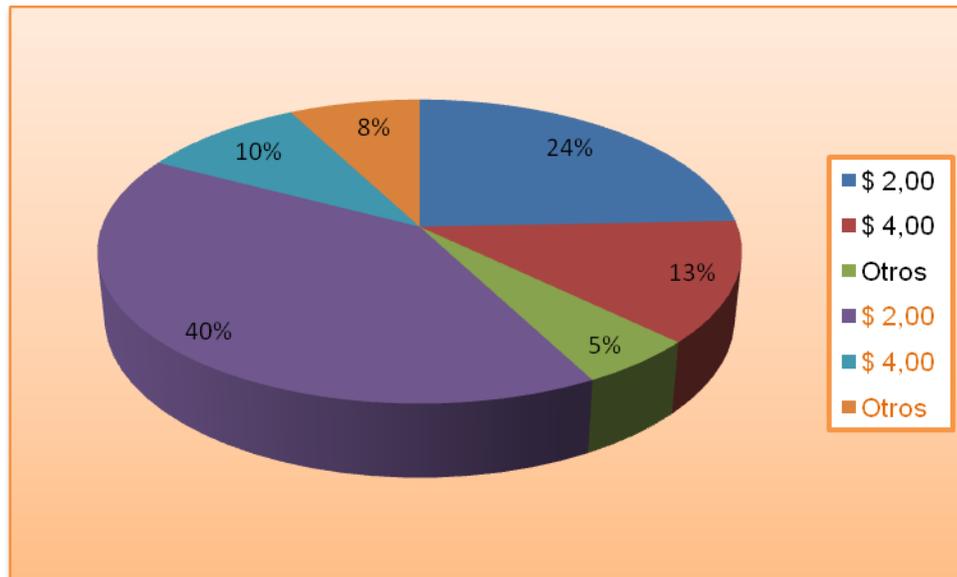
**GRAFICO N° 16**



En cuanto a la unidad de servicio en lo que respecta a alojamiento el segmento extranjero requieren 22 personas de habitaciones individuales, 11 personas de hab. Dobles y 33 personas prefieren de hab. De grupos para 6 personas; En el segmento nacional 26 personas de habitaciones individuales, 13 personas de hab. Dobles y 51 personas prefieren de hab. De grupos para 6 personas En lo que concierne al servicio de alimentación el segmento extranjero está de acuerdo a que se cobre \$ 2.50 por el Desayuno representado por 21 personas, 15 personas prefieren de contratar ese servicio en la hora del almuerzo que tiene un costo de \$ 3.00, para la hora de la cena 17 personas necesitan y están de acuerdo con que se cobre \$ 2.50 y 13 personas prefieren consumir platos a la carta que tendrá un valor de \$ 5.00 en adelante. El segmento nacional está de acuerdo a que se cobre \$ 2.50 por el Desayuno representado por 49 personas, 17 personas prefieren de contratar ese servicio en la hora del almuerzo que tiene un costo de \$ 3.00, para la hora de la cena 19 personas necesitan y están de acuerdo con que se cobre \$ 2.50 y 5 personas prefieren consumir platos a la carta que tendrá un valor de \$ 5.00 en adelante.

<b>16. Entrada a la Hacienda</b>	<b>N° de personas extranjeras</b>	<b>N° de personas nacionales</b>
\$ 2.00	38	63
\$ 4.00	20	15
Otros	8	12
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

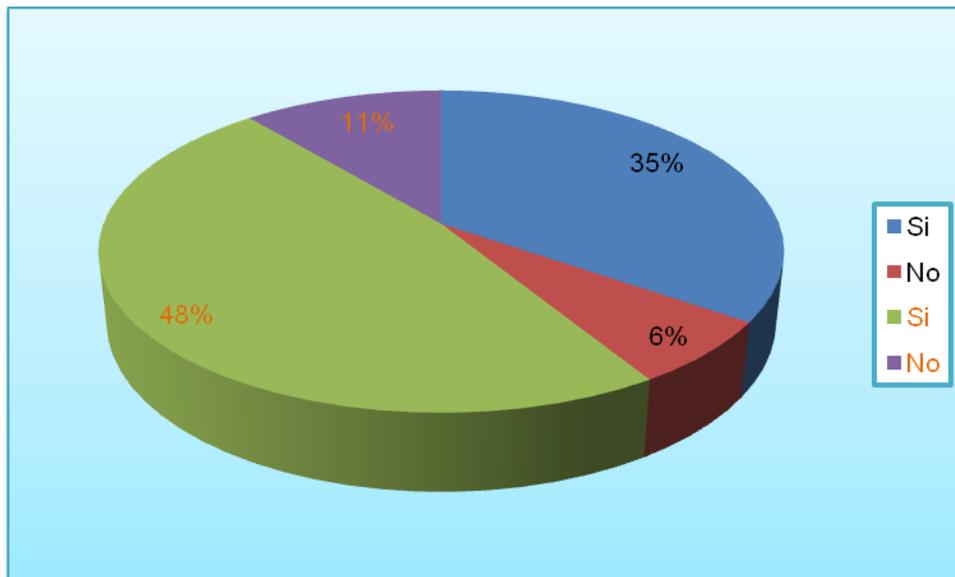
**GRAFICO N° 17**



El segmento extranjero en un 24% estarían dispuestos a pagar por realizar una visita al Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida \$ 2.00, posteriormente con un 13% tenemos que pagarían \$ 4.00 y con un 5% otro valor que no lo estipulan mientras que el Segmento Nacional en un 40% estarían dispuestos a pagar por realizar una visita al Centro Agroturístico en la Hacienda La Florida \$ 2.00, posteriormente con un 10% tenemos que pagarían \$ 4.00 y seguido de un 8% pagaría otro valor.

17. Prácticas adicionales y pagar el valor de las mismas	N° de personas extranjeras	N° de personas nacionales
Si	56	73
No	10	17
<b>Subtotal</b>	66	90
<b>Total</b>	<b>156</b>	

**GRAFICO N° 18**



El segmento extranjero en un 35% si estarían dispuestos a pagar un valor adicional por desarrollar actividades del Centro Agroturístico y un 6% no están dispuestos a pagar un valor adicional por el desarrollo de actividades. El segmento nacional en un 48% si estarían dispuestos a pagar un valor adicional por desarrollar actividades del Centro Agroturístico y un 11% no están dispuestos a pagar un valor adicional por el desarrollo de actividades.

**ANEXO 4**  
**INVENTARIO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS**

**TABLA N° 10**  
**HOTEL INTERNACIONAL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>													
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la Av. 19 de Mayo y Sacarías Pérez, Diagonal al Instituto Tecnológico la Mana, su construcción es con material de cemento y ladrillo. El propietario es el Sr. Enrique Sánchez.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de Baño Privado, Agua Caliente, Tv Cable, Aire Acondicionado, Internet, Restaurant, Sala de Conferencias, Garaje para Autos y Camiones.</p>												
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Habitaciones</th> <th style="width: 30%;">Cantidad</th> <th style="width: 40%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Simple</td> <td style="text-align: center;">24</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">16</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>40</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Simple	24	Privado	Dobles	16	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño											
Simple	24	Privado											
Dobles	16	Privado											
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>												
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El restaurant tiene una capacidad para 32 personas.												
<b>PRECIOS</b>													
<b>Servicios</b>													
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Habitaciones</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Simple</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Simple	\$ 10.00	Dobles	\$ 10.00						
Habitaciones	Precios												
Simple	\$ 10.00												
Dobles	\$ 10.00												
<b>Alimentación</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Menú</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.00</td> </tr> <tr> <td>Almuerzo</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.00</td> </tr> <tr> <td>Cena</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.00</td> </tr> </tbody> </table>	Menú	Precios	Desayuno	\$ 2.00	Almuerzo	\$ 2.00	Cena	\$ 2.00				
Menú	Precios												
Desayuno	\$ 2.00												
Almuerzo	\$ 2.00												
Cena	\$ 2.00												
<b>ACTIVIDADES</b>													
El hotel presta servicios de alojamiento, alimentación.													

## FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032695122
- Se ha elaborado material promocional como tarjetas
- A través de internet al sitio web: [www.hotelinternacionalambato.com](http://www.hotelinternacionalambato.com) o a [www.paginasamarillas.sec.com](http://www.paginasamarillas.sec.com)

## DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional en su mayoría y las épocas altas para el hotel son en épocas festivas como carnaval, fin de año, navidad o la cantonización de La mana.

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 8

#### VISTA LATERAL DEL HOTEL INTERNACIONAL



Referencia: Su construcción es de cemento y ladrillo

Investigadoras:  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

Fecha: 11-05-2010

FUENTE: Trabajo de Campo

**TABLA N° 11**  
**HOTEL SOMAGG**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la Av. Carlos Lozada # 213 Y Quito (esquina) para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de restaurante, salón de para actos sociales, bar, parqueadero privado, teléfono, TV cable, aire acondicionado, baño privado y habitaciones confortables.</p>															
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Habitaciones</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Individuales</td> <td style="text-align: center;">58</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">14</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>78</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Individuales	58	Privado	Dobles	14	Privado	Triples	6	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño														
Individuales	58	Privado														
Dobles	14	Privado														
Triples	6	Privado														
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>															
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El restaurant tiene una capacidad para 50 personas.															
<b>PRECIOS</b>																
<b>Servicios</b>																
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Habitaciones</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Individuales</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Individuales	\$ 10.00	Dobles	\$ 10.00	Triples	\$ 10.00							
Habitaciones	Precios															
Individuales	\$ 10.00															
Dobles	\$ 10.00															
Triples	\$ 10.00															
<b>Alimentación</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Menú</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.00</td> </tr> <tr> <td>Almuerzo</td> <td style="text-align: center;">\$ 1.75</td> </tr> <tr> <td>Cena</td> <td style="text-align: center;">\$ 1.75</td> </tr> </tbody> </table>	Menú	Precios	Desayuno	\$ 2.00	Almuerzo	\$ 1.75	Cena	\$ 1.75							
Menú	Precios															
Desayuno	\$ 2.00															
Almuerzo	\$ 1.75															
Cena	\$ 1.75															
<b>ACTIVIDADES</b>																
El hotel presta servicios de alojamiento, alimentación.																
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032688731 / 032688534</li> </ul>																

- Se ha elaborado material promocional como tarjetas
- A través de internet al sitio <http://somagg.com/index.html>

### DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 9

### VISTA LATERAL DEL HOTEL SOMAGG



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 12**  
**HOTEL MONTGOMERY**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la Av. 19 de Mayo Y Eugenio Espejo para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de servicio de bar, garaje, teléfono, TV cable, agua caliente y fría, aire acondicionado, baño privado y habitaciones confortables.</p>															
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Habitaciones</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: left;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">12</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>28</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Dobles	6	Privado	Triples	12	Privado	Matrimoniales	10	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño														
Dobles	6	Privado														
Triples	12	Privado														
Matrimoniales	10	Privado														
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>															
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El servicio de alimentación si se lo requiere es ocasional dependiendo de las necesidades de los turistas															
<b>PRECIOS</b>																
<b>Servicios</b>																
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Habitaciones</th> <th style="text-align: left;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td>\$ 7.00</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td>\$ 7.00</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td>\$ 12.00</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Dobles	\$ 7.00	Triples	\$ 7.00	Matrimoniales	\$ 12.00							
Habitaciones	Precios															
Dobles	\$ 7.00															
Triples	\$ 7.00															
Matrimoniales	\$ 12.00															
<b>Alimentación</b>	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Menú</th> <th style="text-align: left;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno</td> <td>\$ 2.00</td> </tr> <tr> <td>Almuerzo</td> <td>\$ 2.50</td> </tr> <tr> <td>Cena</td> <td>Platos a la carta</td> </tr> </tbody> </table>	Menú	Precios	Desayuno	\$ 2.00	Almuerzo	\$ 2.50	Cena	Platos a la carta							
Menú	Precios															
Desayuno	\$ 2.00															
Almuerzo	\$ 2.50															
Cena	Platos a la carta															
<b>ACTIVIDADES</b>																
El hotel presta servicios de alojamiento, alimentación y tiene un consorcio que es el la																

Hostería el Pedregal

### FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032687209
- Se ha elaborado material promocional como tarjetas
- A través de internet al sitio web: [www.hotelmontgomery.com](http://www.hotelmontgomery.com) o a [www.paginasamarillas.sec.com](http://www.paginasamarillas.sec.com)
- Radio y TV

### DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 10

### VISTA FRONTAL DEL HOTEL MONTGOMERY



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 13**  
**HOTEL JOSÉ EZEQUIEL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la Av. Eugenio y 19 de Mayo para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de servicio de bar, garaje, TV cable, aire acondicionado, baño privado y restaurant.</p>															
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Habitaciones</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">13</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>20</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Dobles	13	Privado	Triples	2	Privado	Matrimoniales	5	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño														
Dobles	13	Privado														
Triples	2	Privado														
Matrimoniales	5	Privado														
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>															
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El servicio de alimentación tiene capacidad para 40 personas.															
<b>PRECIOS</b>																
<b>Servicios</b>																
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Habitaciones</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td style="text-align: center;">\$ 16.00</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Dobles	\$ 10.00	Triples	\$ 10.00	Matrimoniales	\$ 16.00							
Habitaciones	Precios															
Dobles	\$ 10.00															
Triples	\$ 10.00															
Matrimoniales	\$ 16.00															
<b>Alimentación</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Menú</th> <th style="width: 40%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.50</td> </tr> <tr> <td>Almuerzo</td> <td style="text-align: center;">\$ 1.75</td> </tr> <tr> <td>Cena</td> <td style="text-align: center;">\$ 1.75</td> </tr> </tbody> </table>	Menú	Precios	Desayuno	\$ 2.50	Almuerzo	\$ 1.75	Cena	\$ 1.75							
Menú	Precios															
Desayuno	\$ 2.50															
Almuerzo	\$ 1.75															
Cena	\$ 1.75															
<b>ACTIVIDADES</b>																
El hotel presta servicios de alojamiento y alimentación.																
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>																

- Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032695481 / 080950770
- Se ha elaborado material promocional como tarjetas

### DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 11

### VISTA FRONTAL DEL HOTEL JOSÉ EZEQUIEL



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 14**  
**HOTEL SU HOTEL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																
<b>Generales</b>	Se encuentra localizado en la Av. 19 de Mayo Y San Pablo para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque. El establecimiento cuenta con servicios de garaje, TV nacional y satelital, agua caliente, ventilación, aire acondicionado, baño privado, internet y teléfono.															
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Habitaciones</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: left;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>20</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Dobles	4	Privado	Triples	10	Privado	Matrimoniales	6	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño														
Dobles	4	Privado														
Triples	10	Privado														
Matrimoniales	6	Privado														
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>															
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El servicio de alimentación tiene capacidad para 60 personas.															
<b>PRECIOS</b>																
<b>Servicios</b>																
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Habitaciones</th> <th style="text-align: left;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td>\$ 6.00</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td>\$ 6.00</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td>\$ 15.00 con aire acondicionado y \$ 12.00 con ventilador</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Dobles	\$ 6.00	Triples	\$ 6.00	Matrimoniales	\$ 15.00 con aire acondicionado y \$ 12.00 con ventilador							
Habitaciones	Precios															
Dobles	\$ 6.00															
Triples	\$ 6.00															
Matrimoniales	\$ 15.00 con aire acondicionado y \$ 12.00 con ventilador															
<b>Alimentación</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Menú</th> <th style="text-align: left;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno Completo</td> <td>\$ 1.00</td> </tr> <tr> <td>Ejecutivo</td> <td>\$ 1.75</td> </tr> <tr> <td>Almuerzo</td> <td>\$ 2.00</td> </tr> <tr> <td>Cena</td> <td>\$ 2.00</td> </tr> </tbody> </table>	Menú	Precios	Desayuno Completo	\$ 1.00	Ejecutivo	\$ 1.75	Almuerzo	\$ 2.00	Cena	\$ 2.00					
Menú	Precios															
Desayuno Completo	\$ 1.00															
Ejecutivo	\$ 1.75															
Almuerzo	\$ 2.00															
Cena	\$ 2.00															
<b>ACTIVIDADES</b>																
El hotel presta servicios de alojamiento y alimentación.																

## FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032688056 / 032687731 / 089703344
- A través de internet al sitio web: [www.paginasamarillas.sec.com](http://www.paginasamarillas.sec.com)
- Se ha elaborado material promocional como tarjetas

## DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional en un 90 % y extranjero en un 10 %.

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 12

#### VISTA FRONTAL DEL HOTEL SU HOTEL



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 15**  
**HOTEL CRISTAL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																			
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la Av. 19 de Mayo 877 y Acacias, Vía a Quevedo, para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de parqueadero privado, TV cable, aire acondicionado, baño privado, ventilador y mini bar.</p>																		
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Habitaciones</th> <th style="width: 30%;">Cantidad</th> <th style="width: 40%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sencilla</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Individuales</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>22</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Sencilla	2	Privado	Individuales	10	Privado	Dobles	6	Privado	Triples	4	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño																	
Sencilla	2	Privado																	
Individuales	10	Privado																	
Dobles	6	Privado																	
Triples	4	Privado																	
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>																		
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	No cuenta con servicio de alimentación																		
<b>PRECIOS</b>																			
<b>Servicios</b>																			
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;">Habitaciones</th> <th style="width: 60%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sencilla</td> <td>\$ 5.00 sin aire acondicionado</td> </tr> <tr> <td>Individuales</td> <td>\$ 7.00 con ventilador</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td>\$ 8.00 con aire acondicionado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Sencilla	\$ 5.00 sin aire acondicionado	Individuales	\$ 7.00 con ventilador	Dobles	\$ 8.00 con aire acondicionado	Triples									
Habitaciones	Precios																		
Sencilla	\$ 5.00 sin aire acondicionado																		
Individuales	\$ 7.00 con ventilador																		
Dobles	\$ 8.00 con aire acondicionado																		
Triples																			
<b>ACTIVIDADES</b>																			
El hotel presta servicios de alojamiento y alimentación.																			
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar a los teléfonos 032688331 /</li> </ul>																			

032688394

- Se ha elaborado material promocional como tarjetas

### DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 13

### VISTA FRONTAL DEL HOTEL CRISTAL



Referencia: Su construcción es de cemento y ladrillo

Investigadoras:  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

Fecha: 11-05-2010

FUENTE: Trabajo de Campo

**TABLA N° 16**  
**HOSTERÍA EL PEDREGAL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>	
<b>Generales</b>	Se encuentra localizado a diez minutos del centro, en la vía a Valencia. El establecimiento cuenta con servicios de Restaurante, Piscina, Salón de Recepciones, lagos, canchas múltiples, cabañas, áreas de reposo, paseo a caballo.
<b>Hospedaje</b>	Dispone de Cabañas con una capacidad para 25 personas.
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El restaurant ofrece una variedad de comita nacional e internacional
<b>PRECIOS</b>	
<b>Servicios</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento es de \$ 10.00 por persona</li> <li>• Alimentación depende de los platos que desee consumir</li> <li>• El valor de ingreso es de \$ 1.50</li> </ul>	
<b>ACTIVIDADES</b>	
La hostería presta servicios de alojamiento, alimentación, piscinas y cabalgatas si el turista los requiere.	
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar a los teléfonos 099002729 / 086614485</li> <li>• Se ha elaborado material promocional como trípticos y tarjetas</li> </ul>	
<b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b>	
El segmento de mercado con el que trabaja es nacional.	

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**FOTO N° 14**  
**VISTA FRONTAL DE LA HOSTERÍA EL PEDREGAL**



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 17**  
**HOSTERIA LAS PIRÁMIDES**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																			
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado a dos kilómetros de la vía a Quevedo para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como hormigón y madera.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de Restaurante, Piscina de Niños y Adultos, Discoteca – Karaoke, Salón de Recepciones y Conferencias, Bar, Parqueadero Privado, Toboganes, Canchas deportivas, Sala de Billar, Mesa de Futbolines, Agua Caliente, TV por Cable.</p>																		
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Habitaciones</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">8</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">7</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Matrimonial</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Multifamiliar</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>25</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Dobles	8	Privado	Triples	7	Privado	Matrimonial	6	Privado	Multifamiliar	4	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño																	
Dobles	8	Privado																	
Triples	7	Privado																	
Matrimonial	6	Privado																	
Multifamiliar	4	Privado																	
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>																		
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	El restaurant tiene una capacidad para 150 personas, en los cuales se puede encontrar platos a la carta y platos con precios cómodos.																		
<b>Transporte y Guianza</b>	Posee una furgoneta que es utilizada para el traslado de los turistas hacia lugares de interés turístico. Además cuenta con un guía y el valor del mismo es de acuerdo a los lugares que se desee visitar y el número de pax para el viaje.																		
<b>PRECIOS</b>																			
<b>Servicios</b>																			
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Habitaciones</th> <th style="width: 50%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">\$ 10.00 sin aire acondicionado</td> </tr> <tr> <td>Triples</td> <td style="text-align: center;">\$ 12.00 con aire acondicionado</td> </tr> <tr> <td>Matrimonial</td> <td style="text-align: center;">\$ 20.00</td> </tr> <tr> <td>Multifamiliar</td> <td style="text-align: center;">\$ 12.00</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Menú</th> <th style="width: 30%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desayuno</td> <td style="text-align: center;">\$ 2.50</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Dobles	\$ 10.00 sin aire acondicionado	Triples	\$ 12.00 con aire acondicionado	Matrimonial	\$ 20.00	Multifamiliar	\$ 12.00	Menú	Precios	Desayuno	\$ 2.50				
Habitaciones	Precios																		
Dobles	\$ 10.00 sin aire acondicionado																		
Triples	\$ 12.00 con aire acondicionado																		
Matrimonial	\$ 20.00																		
Multifamiliar	\$ 12.00																		
Menú	Precios																		
Desayuno	\$ 2.50																		

<b>Alimentación</b>	Almuerzo	\$ 3.00
	Cena	\$ 3.00
<b>ACTIVIDADES</b>		
La hostería presta servicios de alojamiento, alimentación, piscinas y toboganes, cabalgatas y campamentos si el turista los requiere. Sirviendo como punto de partida para realizar excursiones hacia la Laguna del Quilotoa o a la ciudad de Latacunga.		
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar al teléfono 032687476 / 094355788</li> <li>• Se a elaborado material promocional como trípticos y tarjetas</li> <li>• A través de internet al sitio web: <a href="http://www.hoteriaspiramides.com">www.hoteriaspiramides.com</a></li> </ul>		
<b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b>		
El segmento de mercado con el que trabaja es nacional, que representa 80% y extranjero un 20%.		

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 15 HOSTERÍA LAS PIRÁMIDES



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 18**  
**COMPLEJO ECOLÓGICO SOMAGG**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>	
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la vía a Valencia km 5 Recinto El Moral.</p> <p>“Complejo ECOLÓGICO Somagg” ofrece sus servicios a turistas nacionales y extranjeros en un ambiente tranquilo y acogedor, que hará de su estadía una experiencia inolvidable.</p> <p>Es un complejo ecológico, rodeado por árboles frutales, áreas de recreación, canchas deportivas, piscinas, baños turcos, pista de baile, restaurant con los mejores platos típicos de la zona y además contamos con habitaciones confortables para hacer de su estadía un lugar inolvidable.</p> <p>Cuenta con instalaciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabañas</li> <li>• Piscinas</li> <li>• Baños de vapor</li> <li>• Hidromasaje, etc</li> </ul>
<b>Hospedaje</b>	Cuenta con 15 habitaciones con TV Cable, Agua caliente, Aire acondicionado y Baño privado.
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	<p>Restaurant D'TATO</p> <p>Ofrece platos típicos de la zona:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chuletas asadas</li> <li>• Tilapias asadas</li> <li>• Tilapias fritas</li> <li>• Secos de gallina</li> </ul> <p>Carnes asadas</p>
<b>PRECIOS</b>	

<p><b>Servicios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La habitación tiene un costo de \$ 12.00 por persona y tiene una capacidad para 30 personas</li> <li>• El servicio de alimentación tiene un valor desde \$ 2.50</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ACTIVIDADES</b></p>
<p>La hostería presta servicios de alojamiento, alimentación, piscinas y toboganes, Sauna, Turco, Hospedaje, Bar Restaurant, Pista de Baile, Canchas deportivas, Caminata al Río y un lago de patos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar a los teléfonos 032695118 / 032688534</li> <li>• Se ha elaborado material promocional como tarjetas</li> <li>• A través de internet al sitio web: <a href="http://somagg.com/index.html">http://somagg.com/index.html</a></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b></p>
<p>El segmento de mercado con el que trabaja es nacional.</p>

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**FOTO N° 16**  
**COMPLEJO ECOLÓGICO SOMAGG**



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**FOTO N° 17**  
**COMPLEJO ECOLÓGICO SOMAGG**



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

## HOTELES EN LA PARROQUIA PUCAYACU

**TABLA N° 19**

### HOTEL

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>													
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la calle 24 de Mayo parte central de la plaza de la Parroquia Pucayacu, para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>La propietaria del establecimiento es la Señora Marina Esquivel.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de baño privado 3 hab. Sencillas y una doble las demás tienen baño general, la Tv es para todos los huéspedes del Hotel.</p>												
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Habitaciones</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sencilla</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td>3 privado</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td>1 privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td style="text-align: center;"><b>12</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Sencilla	9	3 privado	Dobles	3	1 privado	<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	
Habitaciones	Cantidad	Baño											
Sencilla	9	3 privado											
Dobles	3	1 privado											
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>												
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	No cuenta con servicio de alimentación, si el turista requiere del servicio se lo puede contratar.												
<b>PRECIOS</b>													
<b>Servicios</b>													
<b>Alojamiento</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Habitaciones</th> <th style="width: 50%;">Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sencilla</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">\$ 3.00 por persona</td> </tr> <tr> <td>Dobles</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Sencilla	\$ 3.00 por persona	Dobles							
Habitaciones	Precios												
Sencilla	\$ 3.00 por persona												
Dobles													
<b>ACTIVIDADES</b>													
El hotel presta servicios de alojamiento													
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>													
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reservaciones se las puede realizar a los teléfonos</li> </ul>													

## DATOS GENERALES DE OPERACIÓN

El segmento de mercado con el que trabaja es nacional igualmente cuenta con segmento extranjero cada 3 meses.

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**ELABORACIÓN:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### FOTO N° 18

#### VISTA FRONTAL HOTEL



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 20**

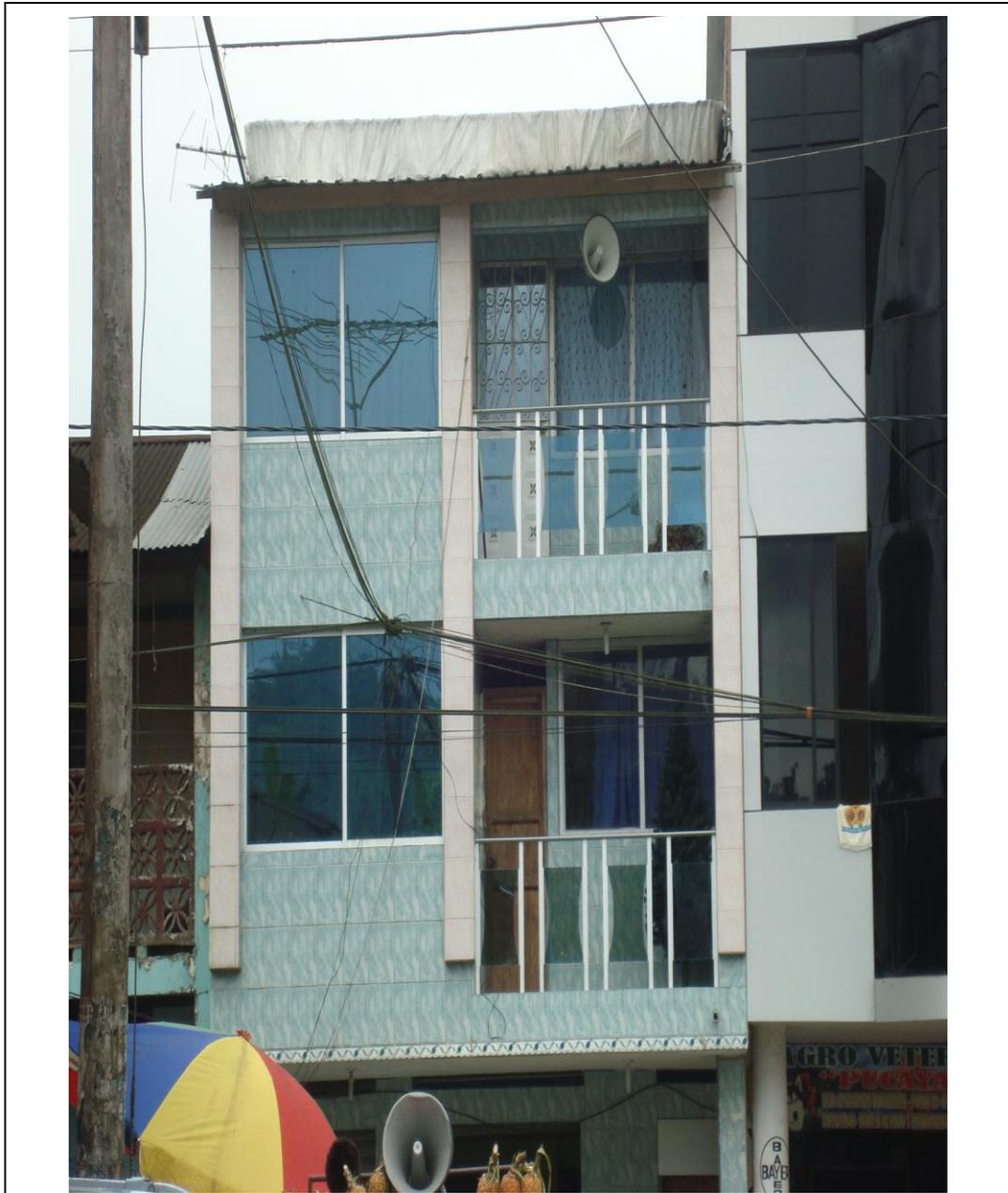
**HOTEL**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>													
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizado en la calle 24 de Mayo parte central de la plaza de la Parroquia Pucayacu, para la construcción del establecimiento se ha empleado materiales como cemento y bloque.</p> <p>La propietaria del establecimiento es el Sr. Tobías Montenegro Hace 25 años atrás el hotel se llamaba pensión Marianita luego paso a llamarse Residencial Familiar.</p> <p>El establecimiento cuenta con servicios de baño privado, la Tv es para todos los huéspedes del Hotel.</p>												
<b>Hospedaje</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Habitaciones</th> <th>Cantidad</th> <th>Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Individuales</td> <td>4</td> <td>privado</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> <td>3</td> <td>privado</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>7</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Cantidad	Baño	Individuales	4	privado	Matrimoniales	3	privado	TOTAL	7	
Habitaciones	Cantidad	Baño											
Individuales	4	privado											
Matrimoniales	3	privado											
TOTAL	7												
<b>Alimentación Y Bebidas</b>	No cuenta con servicio de alimentación												
<b>PRECIOS</b>													
<b>Servicios</b>													
<b>Alojamiento</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Habitaciones</th> <th>Precios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Individuales</td> <td rowspan="2">\$ 5.00 por persona</td> </tr> <tr> <td>Matrimoniales</td> </tr> </tbody> </table>	Habitaciones	Precios	Individuales	\$ 5.00 por persona	Matrimoniales							
Habitaciones	Precios												
Individuales	\$ 5.00 por persona												
Matrimoniales													
<b>ACTIVIDADES</b>													
El hotel presta servicios de alojamiento													
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las reservaciones se las puede realizar a los teléfonos 032670007 / 032670001</li> </ul>													
<b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b>													
El segmento de mercado con el que trabaja es nacional													

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**FOTO N° 19**  
**VISTA FRONTAL HOTEL**



**Referencia:** Su construcción es de cemento y ladrillo

**Investigadoras:**  
Alexandra Gallardo  
Victoria Zapata

**Fecha:** 11-05-2010

**FUENTE:** Trabajo de Campo

**TABLA N° 21**

**PROYECTO GRANJA COMUNITARIA EL BOLICHE**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>	
<b>Generales</b>	<p>Proyecto que se encuentra localizado en la Comunidad el Boliche de la Parroquia de Pastocalle, localizado a una hora veinte minutos al sur de la ciudad de Quito y a 40 minutos al norte de la ciudad de Latacunga. Su ingreso se ubica a la altura de la gasolinera el Chasqui lugar del cual hay que recorrer 1km desde la panamericana principal por un camino de tercer orden. El Proyecto cuenta con el apoyo de organizaciones tales como: FEDECOX, Asociación Comunal "Camino a la Esperanza Pastocalle" y Christian Children's Fund-CCF. Se ha logrado desarrollar diferentes cultivos, principalmente de hortalizas, y verduras así como (forrajes para la crianza de especies menores. La propuesta se basa fundamentalmente en la recuperación de la cultura agrícola andina aun presente en la zona. Se trata de una organización conformada por 40 socios que bajo la dirección del MAG desde el año 2005 llevan a cabo en una superficie de 1 hectárea actividades agrícolas y pecuarias, propiciando su diversificación con el objeto de alcanzar como prioridad, el autoabastecimiento y comercializar los excedentes en el mercado.</p>
<b>Distribución del Área</b>	<p><b>Invernadero.</b> Comprende un espacio de 143, 42 m2. destinados para la obtención de pequeñas plántulas de especies tales como la retama, quishuar y polilepis las cuales posteriormente serán trasplantadas en las canias o platabandas.</p> <p><b>Vivero.</b> Abarca una superficie de 170 m2 integrados por cinco platabandas las cuales tienen un 1 metro ancho por 26 metros de largo separadas por un andén de 50cm. actualmente se producen plantas de yagual, retama Sacha, capulí y tilo; especies empleadas para crear cercas vivas o rompevientos con el fin de realizar un manejo de microclimas que favorece para la producción de ciertos productos.</p> <p><b>Área de Cultivo.</b> Alcanza una extensión de 9.250.55 m2. destinados al cultivo de hortalizas y Legumbres orgánicas. Adicionalmente también se cultivan pastos para la alimentación de los animales menores con los que cuenta la granja.</p> <p><b>Criadero de Porcinos (Media Agua).</b> Construcción de 50</p>

	<p>m2 cuadrados, presenta cinco divisiones internas cada una de 2 metros de ancho por 4 de largo; dejando un corredor de 1 metro de ancho por 10 de largo para realizar la limpieza. Actualmente cuenta con 4 hembras reproductoras 1 macho y 15 lechones los cuales una vez cumplido el periodo de destete serán destinados para la venta.</p> <p><b>Sala de Reuniones (Media Agua).</b> Construcción de 30 m2 empleada para llevar a cabo reuniones con los socios y los padres de familia de los niños que forman parte de los proyectos de ayuda que dirige el CCF.</p> <p><b>Cuyera (Media Agua).</b> Alcanza un área de 32 m2 distribuidos en 11 fosas, construidas a base de mallas; alcanzando dimensiones que van desde los 1.16x2 metros hasta los 1.16 x 2 metros.</p> <p><b>Bodega (Media Agua).</b> Integrada por 12 m2 de construcción, destinado para guardar los insumos agrícolas y herramientas que se utilizan en las diferentes actividades de la granja.</p> <p><b>Pollera (Media Agua).</b> Compuesta por un construcción de 24 m2. actualmente se encuentra bacía pero a futuro será empleada para la crianza de aves.</p> <p><b>Lombricultura.</b> Comprende una superficie de 115.5 m2 en donde los desechos orgánicos son degradados a través de las lombrices para posteriormente luego de cada año.</p>
<p><b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b></p>	
<p>No existen registros que permitan identificar con precisión la rentabilidad de la granja, sin embargo los conocimientos en agricultura y pecuaria de los socios se han fortalecido, se comparten experiencias, criterios y los productos son comercializados entre los integrantes del proyecto.</p>	

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**TABLA N° 22**  
**“ÁREA RECREACIONAL EL BOLICHE”**

<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS</b>																									
<b>Generales</b>	<p>Se encuentra localizada a una hora diez minutos al sur de la ciudad de Quito y a cincuenta minutos al norte de la ciudad de Latacunga. Su ingreso principal está ubicado aproximadamente a 15 Km. al sur de la ciudad de Machachi posteriormente se sigue un recorrido de 3 km. hacia el lado este a través de una vía de primer y tercer orden.</p> <p>El sitio en la parte principal de ingreso cuenta con espacios donde se concentran estructuras del área administrativa, centro de interpretación, taller de carpintería, baterías sanitarias, restaurante y parqueadero, a los lados nor-oeste y nor-este cuenta con espacios para pic-nic, espacios verdes, cabañas para Alojamiento y 2 estructuras de construcción medianamente rustica destinadas para reuniones de los visitantes.</p> <p>Es necesario mencionar que dichas estructuras se encuentran reconstruidas y en condiciones para uso de los visitantes.</p> <p>Adicionalmente el área cuenta con dos senderos: Quishuar y Romerillos; el primero permite conocer las principales especies de flora existentes en el área, mientras que el segundo conduce al mirador de Sunfana localizado en la parte norte del sector: pudiéndose visualizar el valle de Machachi y las principales elevaciones que circundan el área.</p>																								
<b>Hospedaje</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">Cabañas</th> <th style="width: 15%;">Cantidad</th> <th style="width: 15%;">Capacidad/u</th> <th style="width: 10%;">Total</th> <th style="width: 10%;">Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Triple</td> <td>11</td> <td>3</td> <td>33</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td>Familiar</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>Privado</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>12</b></td> <td><b>--</b></td> <td><b>38</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Cabañas	Cantidad	Capacidad/u	Total	Baño	Triple	11	3	33	Privado	Familiar	1	5	5	Privado	<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>--</b>	<b>38</b>	
Cabañas	Cantidad	Capacidad/u	Total	Baño																					
Triple	11	3	33	Privado																					
Familiar	1	5	5	Privado																					
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>--</b>	<b>38</b>																						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<p>Cuenta con un restaurante con capacidad para 40 personas el cual funciona los fines de semana</p>																								
<b>PRECIOS</b>																									

<b>Servicio</b>		
Alojamiento	<b>Cabañas</b>	<b>Precio</b>
	Triple	\$ 5
	Familiar	\$ 5
Alimentación	1.50 USD	
Alquiler de caballos	1 USD el cuarto de hora	
<b>FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>		
<p>Se puede acceder a información sobre el área a través de diferentes páginas webs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/does/areas/bolicho.htm">http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/does/areas/bolicho.htm</a></li> <li>• <a href="http://www.mmrec.gov.ec/mre/documentos/turismo/n_recreacion_bolicho.htm">http://www.mmrec.gov.ec/mre/documentos/turismo/n_recreacion_bolicho.htm</a></li> <li>• <a href="http://www.explored.com.ec/ecuador/guia/sierra/bolides.htm">http://www.explored.com.ec/ecuador/guia/sierra/bolides.htm</a></li> <li>• <a href="http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1052">http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1052</a></li> </ul>		
<b>DATOS GENERALES DE OPERACIÓN</b>		
<b>Mercado</b>	El mayor número de turistas que llegan al área son nacionales de las ciudades de Quito, Latacunga y Ambato constituyéndose en un 98% y el 2% restante corresponden al segmento extranjero.	

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**ANEXO 5  
INVENTARIO DEL CAMPO PECUARIO**

**RAZA HOLSTEIN- JERSEY**

Cantidad	Descripción	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
43	Vacas	1.500	64.500
4	Vaonas	1.000	4.000
9	Vaquillas	600	5.400
23	Ternas	300	6.900
1	Macho reproductor	1.500	1.500
1	Torete	1.000	1.000
13	Terneros	40	520
<b>TOTAL</b>			<b>83.820</b>

**FUENTE:** Datos proporcionados vía e-mail por la Asociación Holstein del Ecuador — Machachi

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**RAZA BROWN SWISS**

Cantidad	Descripción	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
22	Vacas	1.000	22.000
12	Vaonas	1.000	12.000
15	Vaquillas	500	7.500
25	Ternas	200	5.000
1	Macho reproductor	1.500	1.500
27	Terneros	600	16.200
<b>TOTAL</b>			<b>64.200</b>

**FUENTE:** Datos proporcionados vía e-mail por la Asoc. Brown Swiss del Ecuador

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### RAZA BRAHMAN

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor U (\$)</b>	<b>Valor Total (\$)</b>
39	Vacas	2.300	89.700
19	Vaonas	2.000	38.000
18	Vaquillas	1.200	21.600
30	Ternas	700	21.000
1	Macho reproductor	1.700	1.700
1	Torete	1.000	1.000
38	Terneros	650	24.700
<b>TOTAL</b>			197.700

**FUENTE:** Datos tomados como referencia las actas de entrega de la Contadora

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### ENGORDE

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor U (\$)</b>	<b>Valor Total (\$)</b>
9	Vaquillas	700	6.300
2	Ternas	350	700
3	Toro	1,200	3.600
6	Torete	800	4.800
3	Terneros	75	225
<b>TOTAL</b>			15.625

**FUENTE:** Datos tomados como referencia las actas de entrega de la Contadora

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### GANADO LANAR, CABALLAR

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Color</b>	<b>Valor U (\$)</b>	<b>Valor Total (\$)</b>
14	Borregos	Café	52,50	735,00

	Africanos			
10	Caballos	Varios	150,00	1500,00
<b>TOTAL</b>				<b>2235,00</b>

**FUENTE:** Datos tomados como referencia las actas de entrega recepción

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### TILAPIA

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Color</b>	<b>Valor U (\$)</b>	<b>Valor Total (\$)</b>
250.000	Tilapia	Rojo	1.70ctv por lbs.	425000.00
70.000	Alevines	Rojo	0.10 ctvs.	7,00
<b>TOTAL</b>				<b>425007,00</b>

**FUENTE:** Datos tomados como referencia las actas de entrega recepción

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**ANEXO 6**  
**INVENTARIO DE FLORA**

<b>NONBRE COMÚN</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>FAMILIA</b>	<b>USO</b>
Achotillo			
Aguacate	<i>Persea Americana Mill</i>	Lauráceas	Sirve para preparar aceites de mesa y cocina o para preparar shampoo y jabones
Algodón	<i>Gossypium sp.</i>	Malvácea	Elaboración de textiles, colchones, tapicería, muebles y automóviles, es de uso medicinal ya que combate las enfermedades del pecho y pulmones
Arazá	<i>Eugenia Stipitata</i>		Alimenticio
Bijao			Sirve para realizar cubiertas para los techos de las casas
Braquiaria	<i>Brachiaria Decumbens</i>	Gramináceae	Siembra de forrajes para animales
Brasil			
Cacao	<i>Theobroma Cacao L.</i>		Para la elaboración de chocolates, aceites, manteca y manjares
Cade			Maderable y comercial
Canelo	<i>Ocotea Oblonga</i>		Maderable y comercial
Caña de azúcar	<i>Saccharum Officinarum</i>	Graminaceae	Para la fabricación de azúcar, melaza y panela,

			forraje
Caña guadua	<i>Bambusa Guadua H.</i>	Graminaceae	Protege fuentes de agua, suelos y fauna, barrera rompevientos, se utiliza en la construcción de diques.
Caucho	<i>Hervea Brasiliensis Muell. Arg.</i>	Euphorbiaceae	Extracción del látex destinado para la fabricación industrial de llantas, correas, calzado, chicles, etc.
Cedro	<i>Cendrela Montana Turczaninov</i>	Meliaceae	Se utiliza agroforestación para construcciones livianas, enchapados, muebles y otros.
Chilcas	<i>Braccharis polianta</i>	Composite	Forraje y cercas vivas
Guaba	<i>Inga sp.</i>		Alimenticio
Guayaba	<i>Psidium Guajaba L.</i>	Myrtaceae	Alimenticia
Guayacán	<i>Tabebuia Chrysantha</i>	Bignoniaceae	Útil en el tratamiento del reumatismo crónico, neuralgias y enfermedades del vientre. En forma externa se usa en caso de golpes confusiones y caídas.
Hierba luisa	<i>Cymbopogon citratus</i>	Gramineae	Aromática y medicinal
Jhonfri			Alimenticio
Kikuyo	<i>Pennisetum Clandestinum</i>	Graminaceae	Siembra de forrajes para animales
Kingras morado			Siembra de forrajes para

			animales
Laurel	<i>Laurus Nobilis</i>		Excelente para tratar parálisis, debilidad, agotamiento nervioso y abatimiento general del cuerpo, es una especie maderable
Limón	<i>Citrus Lemon</i>		Contiene vitamina C excelente para las gripes, amigdalitis y la diarrea.
Mandarina	<i>Citrus Nobilis</i>		Posee cualidades medicinales para la tos, bronquitis y el asma.
Maní forrajero	<i>Arachis Pintoi</i>		Siembra de forrajes para animales
Maralfalfa		Graminaceae	Siembra de forrajes para animales
Matarraton	<i>Gliricidum Cepium</i>		Se utiliza como cerca viva.
Nacaderos	<i>Trichanthera Gigantea</i>		Se utiliza como cerca viva.
Naranja	<i>Citrus Aurantium</i>		Posee excelentes propiedades nutricionales y refrescantes
Noni			Alimenticio y medicinal
Ortiga	<i>Urtica Urens</i>	Urticaceae	Es diurética y descongestionante.
Pachacos			Maderables y comercial
Paico	<i>Chenopidium Ambrosioides</i>		Excelente para la dispepsia atónica, debilidad del estómago, mala digestión,

			catarro y lombrices.
Palma africana			Industrial y comercial
Papa china			Alimenticio
Papaya	<i>Carica Papaya</i>		Rica en azúcares y vitaminas que ayudan al buen funcionamiento del organismo y a protegerlo de enfermedades.
Pasto elefante	<i>Pennisetum Purpureum</i>	Graminaceae	Siembra de forrajes para animales
Pasto micay	<i>Axonopus Micay</i>	Graminacea	Siembra de forrajes para animales
Pasto miel		Graminaceae	Siembra de forrajes para animales
Pasto miyuri		Graminaceae	Siembra de forrajes para animales
Pasto Saboya			Siembra de forrajes para animales
Plátano	<i>Musa Paradisiaca</i>		Es altamente nutritivo en féculas y se utiliza en culinaria: posee vitaminas A,B,C y rico en sales minerales. Es medicinal.
Teca	<i>Teutona Grandis L.F.</i>	Verbenaceae	Se utiliza en carpintería fina, pisos, etc.
Toquilla			Sirve para cubiertas en los techos y para la elaboración de sombreros.
Verbena	<i>Verbena Officinalis</i>	Verbenaceae	Sirve para el hígado,

			riñones, curar granos, hinchazones y abscesos
Yuca	<i>Manihot sp.</i>	Euphorbiaceae	Fines industriales y alimenticios.
Yuca de ratón			Se utiliza como cercas vivas
Zapote	<i>Quararibea Cordata</i>		Fines alimenticios

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

**ANEXO 7  
INVENTARIO DE FAUNA**

**INSECTOS**

<b>FAMILIA</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>
Gryllidae	<i>Gryllus campestris</i>	Grillo
Lampyridae	<i>Lampyris noctiluca</i>	Luciérnaga
		Cucuya
	<i>Siproeta stelenes</i>	Mariposas
Bacillidae	<i>Clonopsis gallica</i>	Palitos
Cicadidae	<i>Cicada orni</i>	Cigarra
	<i>Aedes albifasciatus</i>	Zancudos
		Chinicuros
		Churos
	<i>Achatina fúlica</i>	Caracoles
Ixódidos	<i>Ixodes ricinus</i>	Garrapatas
Formícidos	<i>Formica rufa</i>	Hormiga roja
Gryllotalpidae	<i>Gryllotalpa grillotalpa</i>	Grillo topo
		Arenillas
Scolopéndridos	<i>Scolopendra cingulata</i>	Ciempiés
Julidae		Milpiés
Mántidos	<i>Mantis religiosa</i>	Mantis religiosa
Arácnidos	<i>Pisaura mirabilis</i>	Arañas

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## AVES

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
		Azulejos
Picidae	<i>Compephilus Magellanicus</i>	Carpintero
	<i>No identificados</i>	Corraleros
Ciconidae	<i>Corayps atratus</i>	Gallinazos
Crotophagidae	<i>Crotophaga mayor</i>	Garrapateros
Ardeidos	<i>Bubulcus ibis</i>	Garzas
Hirundidae	<i>Hirundo rustica</i>	Golondrinas
Momotidae	<i>Monatus momota</i>	Jurgo
		Longi
Pstácidas	<i>Psittacus erithacus</i>	Loras
	<i>No identificados</i>	Pacharacas
Colúmbidos	<i>Columba livia</i>	Palomas
	<i>Anas platyrhynchos</i>	Patos
	<i>Penelope purpurance</i>	Pava de monte
Phasianidae	<i>Pavo cristatus</i>	Pava real
	<i>No identificados</i>	Plataneros
	<i>No identificados</i>	Predicador
	<i>No identificados</i>	Sombrero
	<i>No identificados</i>	Tilingos
Colúmbidos	<i>Streptopedia decaocto</i>	Tórtolas
	<i>No identificados</i>	Verde pise
	<i>No identificados</i>	Vieja

**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### SERPIENTES

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Colubridae	<i>Clelia clelia</i>	Chonta
Elapidae	<i>Micrurus sp</i>	Coral
Viperidae	<i>Bothrops asper</i>	Equis
Boidae	<i>Boa constrictor</i>	Mata caballos
	<i>No identificados</i>	Otonga
	<i>No identificados</i>	Ramera
	<i>Spilotes pullatus</i>	Sayama
Viperidae	<i>Lachesis muta muta</i>	Verrugosa

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### REPTILES

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Cameleonidae	<i>Chamaleo chamaleon</i>	Camaleón
	<i>Anolis gacilipes</i>	Lagartija
		Tortuga mordedora

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

### ANFIBIOS

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Bufónidos	<i>Bufo bufo</i>	Sapo común

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## PECES

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
	No identificados	Barbudos
	No identificados	Bocachico
	No identificados	Cachama
	No identificados	Cachuela
	No identificados	Campeche
	No identificados	Chahuingo
	No identificados	Cholia
	No identificados	Dama
	No identificados	Montañera
	No identificados	Moradillas
	<i>Oreochromis niloticus</i>	Tilapia roja
	No identificados	Vieja
	No identificados	Viyu

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

## MAMÍFEROS

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Equidae	<i>Equus ferus caballus</i>	Caballos
		Ovejas africanas
Canidae		Perros
	<i>Rattus rattus</i>	Rata negra
	<i>Mus musculus</i>	Ratón común
Bóvidos (Bovidae)	<i>Bos taurus</i>	Vacas

FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Alexandra Gallardo- Victoria Zapata

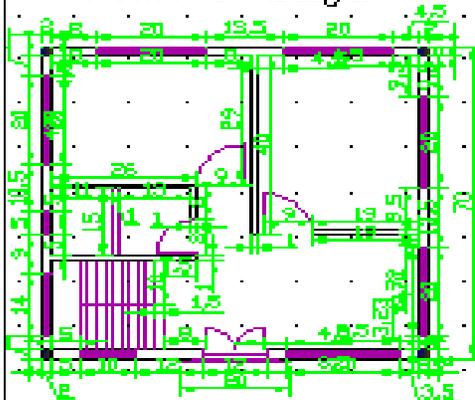
**ANEXO 8**  
**BOSQUEJO DE INTENSIONES**

# PLANO HACIENDA LA FLORIDA

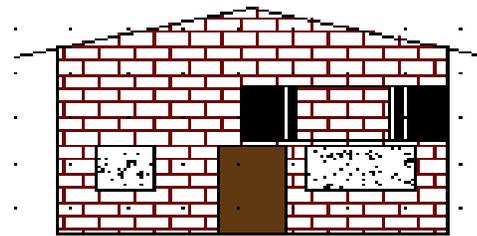
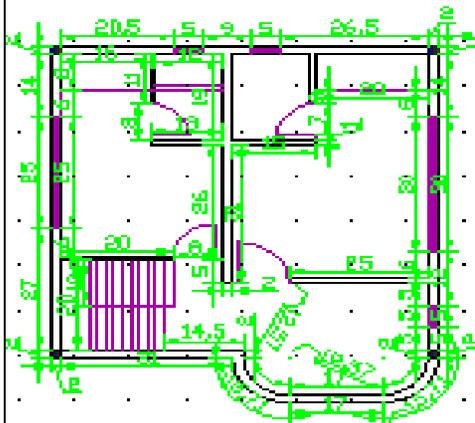


# CABANA FAMILIAR

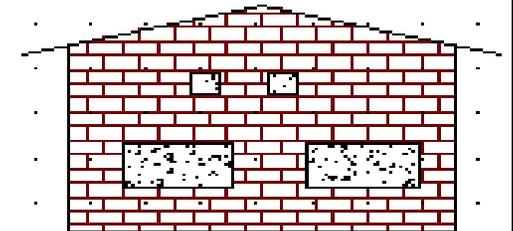
Planta baja



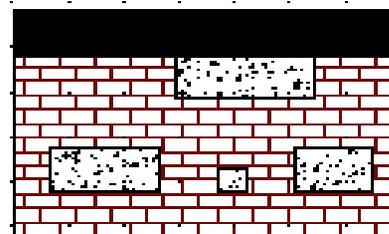
Planta alta



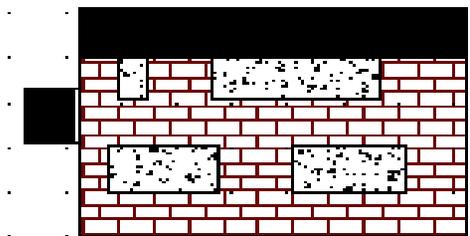
fachada frontal



fachada posterior



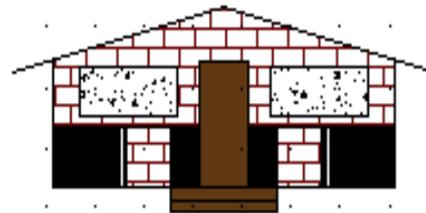
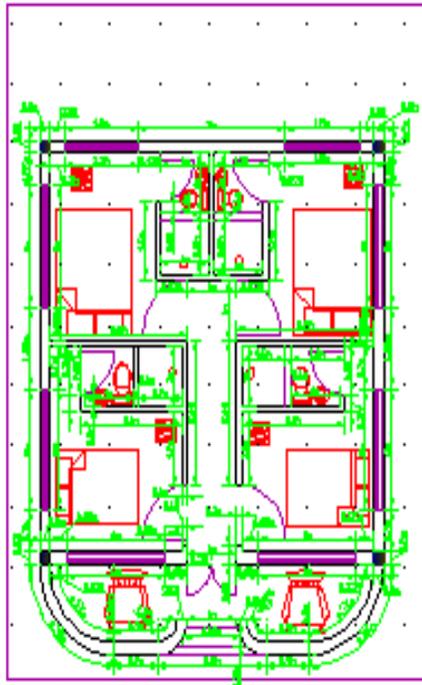
fachada lateral derecha



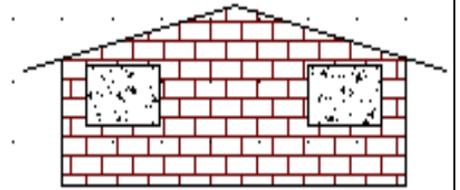
fachada lateral izquierda



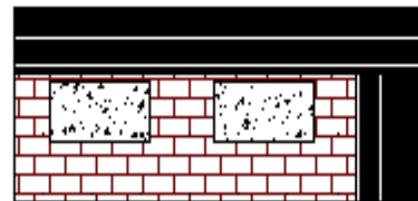
# CABAÑACUADRUPLE



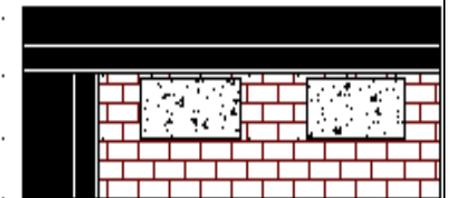
fachada frontal



fachada posterior

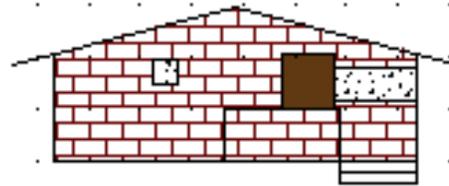


fachada lateral  
derecha

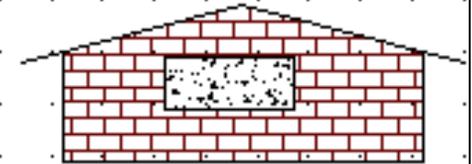


fachada lateral  
izquierda

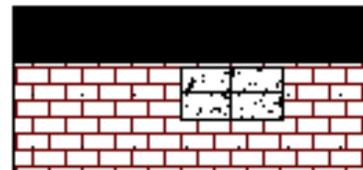
# CABAÑA DOBLE



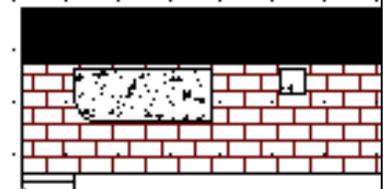
fachada frontal



fachada posterior



fachada lateral derecha



fachada lateral izquierda

# RESTAURANT

