



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

### **ECOTURISMO**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HACIENDA  
AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO.”**

---

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciado en  
Ecoturismo

**Autor:**

Zapata Gutiérrez Guido Wladimir

**Tutor:**

Sampedro Arrieta Milton Alberto Ing. Mgs.

**LATACUNGA - ECUADOR**

**Marzo 2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Guido Wladimir Zapata Gutiérrez, con C.C. 0503688798 declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HACIENDA AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO.”, siendo el Mg. Milton Alberto Sampedro Arrieta tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 28marzo de 2022

Guido Wladimir Zapata Gutiérrez  
Estudiante  
C.C. 0503688798

Milton Alberto Sampedro Arrieta  
Tutor  
C.C. 0602636987

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **GUIDO WLADIMIR ZAPATA GUTIÉRREZ**, identificada con cédula de ciudadanía N° **0503688798**, de estado civil soltero y con domicilio en Latacunga, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Ing. Ph.D. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de **Licenciatura en Ecoturismo**, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **Propuesta para la creación de una Hacienda Agroturística en el Rancho el Rosario** la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico.**

Fecha de inicio: marzo 2017 – octubre 2017

Finalización de la carrera: Noviembre 2021 – Marzo 2022

Aprobación en Consejo Directivo: 07 de Enero 2022

Tutor. - Milton Alberto Sampedro Arrieta

Tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HACIENDA AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO

**CLÁUSULA SEGUNDA.** - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.** - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- f) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en las cláusulas cuartas, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 22 días del mes de febrero del 2022.

Guido Wladimir Zapata Gutiérrez

**EL CEDENTE**

Ing. Ph.D. Cristian Tinajero Jiménez

**LA CESIONARIO**

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HACIENDA AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO”**, de Guido Wladimir Zapata Gutiérrez, de la carrera Licenciatura en Ecoturismo considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 28 de marzo del 2022

Ing. Mgs. Milton Alberto Sampedro Arrieta  
**DOCENTE TUTOR**  
C.C. 0602636987

## **AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y por la facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto la postulante: Guido Wladimir Zapata Gutiérrez con el título del proyecto de investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HACIENDA AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 28 de marzo de 2022

Lector 1 (Presidente)  
Lic. Mgs. Freddy Alvarez Lema  
CC:1712930328

Lector 2  
Ing. Mgs. Matius Mendoza  
CC:1710448521

Lector 3  
Lic. Mgs. Manuel Antonio Abarca  
CC: 1103989669

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo ha sido culminado gracias al apoyo constante de mi familia y amig@s por su motivación y consejos de cada día, a mi madre en especial Sra. Cecilia Gutiérrez por ser la persona que está ahí en mis caídas, victorias y por querer siempre lo mejor para mí. También a mis seres queridos que están en cielo como mi Padre mis abuelitos y mi tío que son desde el cielo esos angelitos que cuiden de mí.

Guido Wladimir Zapata Gutiérrez

## **DEDICATORIA**

A mi Madre Cecilia Gutiérrez quien con su amor, esfuerzo y paciencia me apoyado para cumplir hoy uno de mis sueños, en especial a mis angelitos del cielo que siempre me cuidan.

Guido Wladimir Zapata Gutiérrez

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA HACIENDA AGROTURÍSTICA EN EL RANCHO EL ROSARIO”**

**Autores:** Guido Wladimir Zapata Gutiérrez

**RESUMEN**

Actualmente la parroquia de Pastocalle no cuenta con destinos turísticos dedicados a ofertar a los turistas nacionales y extranjeros nuevas opciones de visitar y recorrer lugares dentro del entorno natural, Latacunga posee una diversidad de actividades que despertaran el interés de la demanda turística actual la misma que prefiere vivir experiencias interactuando con los recursos naturales y agrícolas, por lo tanto es necesario un proyecto que tenga como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la creación una hacienda Agroturística, en el rancho el Rosario, parroquia Pastocalle, ayudará a explotar las riquezas agrícolas a través del turismo permitiendo que la imagen de la parroquia sea considerada como un potencial destino turístico; dentro de la metodología se utilizó varios tipos de investigación de campo y exploratorio, mediante la evaluación del personal turístico se identificó la oferta actual y se identificaron las actividades turísticas que pueden ser frecuentados por los visitantes. Para tal fin, se realizaron encuestas a los visitantes potenciales se determinó la demanda objetiva donde se utilizó el 20% de la demanda insatisfecha, porcentaje que se estableció de acuerdo con la expectativa del proyecto. En la viabilidad técnica se formuló la estrategia de la empresa, los diseños arquitectónicos de las instalaciones y el estudio del impacto ambiental se realizó la Matriz de Leopold identifico en su evaluación ambiental un puntaje positivo de 221 por lo que es viable desde la perspectiva ambiental el proyecto. Se estructuro la parte organizativa de la empresa mediante manual de funciones, organigrama y reglamentos para empleados y los visitantes. La parte legal del proyecto se sustentó en las leyes ecuatorianas relacionadas con el sector turístico. En el estudio financiero se determinó una inversión total de \$ 146.557,81. Se calcularon los costos, gastos e ingresos, estado de resultados, flujo de caja, depreciaciones y tabla de amortización. Para la evaluación financiera se determinó un VAN de \$ 131.202,4 y una TIR es de 33,32%, que es superior al costo de capital TMAR de 9,45%, el periodo de recuperación a partir del segundo año. De igual manera se evaluaron todas las variables que implican el estudio de factibilidad, analizando los ámbitos ambientales, socioculturales y económicos del entorno, teniendo como horizonte la sostenibilidad, concluyendo que el proyecto es factible y rentable.

**Palabras claves:** agroturística, creación, estudio, factibilidad, hacienda, turismo.

**TECHICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI FACULTY OF AGRICULTURAL  
SCIENCE AND NATURAL RESOURCES**

**THEME:** “FEASIBILITY STUDY OF AN AGROTOURISM FARM IN EL ROSARIO RANCH”

Author: Guido Wladimir Zapata Gutiérrez

**ABSTRACT**

Nowadays, Pastocalle parish does not have tourist destinations dedicated to offering national and foreign tourists new options to visit and tour places within the natural environment; Latacunga has a diversity of activities that will arouse the interest of the current tourists demand that prefers living interacting experiences with natural and agricultural resources; therefore a project is necessary that aims to develop a feasibility study for the creation of an Agrotourism farm in the Rosario ranch, Pastocalle parish; it will help exploit agricultural wealth through of tourism allowing the image of the parish to be considered as a potential tourist destination; concerning methodology, different types of field and exploratory research were used, through the evaluation of the tourist staff, the current offer was identified, and the tourist activities that visitors can frequent were identified. So, surveys were carried out on potential visitors; the objective demand was determined where 20% of the unsatisfied demand was used, a percentage that was established in accordance with the expectation of the project. In the technical feasibility, the company's strategy was formulated, the architectural designs of the facilities and the environmental impact study were carried out, and the Leopold Matrix identified in its environmental evaluation a positive score of 221. The organizational part of the company was structured through a functional manual, organization chart, and regulations for employees and visitors. The legal part of the project was based on Ecuadorian laws related to the tourism sector. In the financial study, a total investment of \$146,557.81 was determined. Costs, expenses, income, income statement, cash flow, depreciation, and amortization table were calculated. For the financial evaluation, an NPV of \$131,202.4 was determined and an IRR of 33.32%, which is higher than the cost of capital TMAR of 9.45%, the recovery period from the second year. In the same way, all the variables that imply the feasibility study were evaluated, analyzing the environmental, socio-cultural, and economic spheres of the environment, with sustainability as a projection, concluding that the project is feasible and profitable.

**Keywords:** creation, study, feasibility, farm, agrotourism, tourism.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xx
1. Información General.....	1
2. Justificación Del Proyecto .....	2
3. Beneficiarios Del Proyecto De Investigación.....	2
4. El Problema De Investigación .....	3
5. Objetivos.....	4
5.1. Objetivo General.....	4
5.2. Objetivos Específicos .....	4
6. Actividades Y Sistema De Tareas Con Relación A Los Objetivos Planteados.....	5
7. Fundamentación Científico-Técnica.....	8
7.1. Marco Legal.....	8
7.2. Marco Conceptual.....	9
8. Validación De Las Preguntas Científicas .....	27
9. Metodologías .....	27
9.1. Protocolo De Investigación .....	28
9.1.1. Objetivo 1 .....	28
9.1.2. Objetivo 2 .....	29
9.1.3. Objetivo 3 .....	30

9.1.4. Objetivo 4 .....	30
10. Análisis Y Discusión De Resultados .....	31
10.1. Estudio De Mercado .....	31
10.1.1. Población .....	31
10.1.2. Tipo De Muestreo .....	32
10.1.3. Tamaño De La Muestra .....	32
10.1.4. Tratamiento Estadístico De Los Datos .....	32
10.1.5. Proyecciones De La Demanda.....	43
10.1.6. Competencia Directa .....	45
10.1.7. Competencia Indirecta.....	53
10.1.8. Competencia Indirecta.....	56
10.1.9. Análisis De La Oferta.....	60
10.1.10. Demanda Insatisfecha.....	60
10.1.11. Actividades Agropecuarias.....	61
10.1.12. Actividades De Recreación .....	63
10.1.13. Canales De Comercialización.....	66
10.1.14. Análisis Del Precio De La Competencia .....	66
10.1.15. Análisis De Medios .....	70
10.2. Estudio Técnico .....	71
10.2.1. Tamaño Del Proyecto .....	71
10.2.2. Capacidad Del Proyecto .....	72
10.2.2.1. Capacidad Total Diseñada.....	72
10.2.2.2. Capacidad Proyectada.....	73
10.2.2.3. Capacidad Instalada.....	73
10.2.3. Evaluación De Factores Importantes .....	76
10.2.4. Evaluación De Factores Deseables.....	76
10.2.5. Análisis De Factibilidad Para La Localización Del Proyecto .....	78

10.2.6. Ingeniería Del Proyecto .....	78
10.2.6.1. Obras Civiles E Infraestructura .....	79
10.2.6.2. Plantilla # 1 Diseño Agropecuario.....	83
10.2.6.3. Huertos Ecológicos.....	85
10.2.6.4. Plantilla # 2 Diseño De Recreación.....	86
10.2.6.5. Reingeniería De Restaurante .....	91
10.2.6.6. Requerimientos.....	92
10.2.7. Paquetes Turísticos.....	98
10.3 . Estudio De Impacto Ambiental .....	99
10.3.1. Situación Actual Del Entorno.....	99
10.3.2. Identificación De Impactos.....	102
10.3.3. Evaluación Del Impacto Ambiental .....	108
10.4. Estudio Administrativo Y Legal .....	110
10.4.1. Planificación .....	110
10.4.1.1 Análisis Foda.....	110
10.4.1.2. Estrategias Para El Proyecto.....	112
10.4.2.1. Organigrama Estructural .....	114
10.5. Estudio Financiero .....	129
10.5.1. Presupuesto De Inversión .....	130
10.5.1.1. Activos Fijos.....	130
10.5.3. Préstamo .....	142
10.5.4. Costos Del Servicio .....	145
10.5.5. Insumos Semovientes Y Peces .....	148
10.5.6. Gastos Administrativos .....	149
10.5.6. Gastos De Ventas .....	153
10.5.7. Gastos Financieros.....	155
10.5.8. Ingresos Del Proyecto.....	156

10.5.9. Flujo De Caja Del Proyecto .....	158
10.5.10. Estado De Resultados .....	160
10.5.11. Evaluación Financiera .....	161
10.5.12. Evaluación Social .....	162
11. Impacto .....	162
11.1. Impacto Económico .....	162
11.2. Impacto Social .....	163
11.3. Impacto Ambiental .....	163
12. Presupuesto .....	164
13. Conclusiones.....	166
14. Recomendaciones .....	167
15. Referencias .....	168
16. Apéndices .....	172

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Beneficiarios directos .....	2
<b>Tabla 2.</b> Beneficiarios Indirectos .....	3
<b>Tabla 3.</b> Sistematización de tareas.....	5
<b>Tabla 4.</b> Población Turística Parque Nacional Cotopaxi año 2020 .....	31
<b>Tabla 5.</b> Genero .....	33
<b>Tabla 6.</b> Ocupación.....	33
<b>Tabla 7.</b> Nivel de Ingresos .....	34
<b>Tabla 8.</b> Edad .....	34
<b>Tabla 9.</b> Convivir en un entorno Natural .....	35
<b>Tabla 10.</b> Frecuencia de un destino turístico .....	36
<b>Tabla 11.</b> Medio de Comunicación.....	36

<b>Tabla 12.</b> Aspectos importantes destino turístico .....	37
<b>Tabla 13.</b> Visita a la Hacienda Agroturística el Rosario .....	38
<b>Tabla 14.</b> Con quien visitaría la hacienda Agroturística .....	38
<b>Tabla 15.</b> Hacienda con paquetes Turísticos .....	39
<b>Tabla 16.</b> Actividades turísticas.....	40
<b>Tabla 17.</b> Tipo de actividad en la hacienda agroturística .....	41
<b>Tabla 18.</b> Precio del servicio .....	41
<b>Tabla 19.</b> Demanda de visitantes históricos al PNC 2015 - 2020 .....	43
<b>Tabla 20.</b> Proyección de la demanda de visitantes entre 2021 - 2025 .....	43
<b>Tabla 21.</b> Páginas de Facebook .....	50
<b>Tabla 22.</b> Páginas de Twitter .....	50
<b>Tabla 23.</b> Página en Facebook.....	52
<b>Tabla 24.</b> Páginas de Twitter .....	53
<b>Tabla 25.</b> Visita a la granja .....	55
<b>Tabla 26.</b> Alojamiento .....	55
<b>Tabla 27.</b> Tipo de Habitaciones .....	58
<b>Tabla 28.</b> Estadísticas de visitantes a TUNAS & CABRAS .....	58
<b>Tabla 29.</b> Cifras en Facebook .....	59
<b>Tabla 30.</b> Cifras en Instagram.....	59
<b>Tabla 31.</b> Oferta Projectada entre 2021 - 2025 .....	60
<b>Tabla 32.</b> Demanda Insatisfecha 2021 – 2025 .....	60
<b>Tabla 33.</b> Tipo de paquetes turísticos para el proyecto .....	65
<b>Tabla 34.</b> Canal, Recorrido, Consumo.....	67
<b>Tabla 35.</b> Capacidad proyectada 2021 - 2025 .....	73
<b>Tabla 36.</b> Capacidad instalada 20% proyectada .....	73
<b>Tabla 37.</b> Existencia de Vías de comunicación .....	75
Los factores importantes para evaluar son los siguientes:.....	76

<b>Tabla 38.</b> Evaluación de factores importantes .....	76
<b>Tabla 39.</b> Evaluación de Factores deseable .....	76
<b>Tabla 40.</b> Cantidad de factores decisivos .....	77
<b>Tabla 41.</b> Cantidad de factores importantes utilizados .....	77
<b>Tabla 42.</b> Cantidad de factores deseables Utilizados.....	77
<b>Tabla 43.</b> Puntuaciones.....	78
<b>Tabla 44.</b> Terreno .....	79
<b>Tabla 45.</b> Casa Hacienda .....	80
<b>Tabla 46.</b> Restaurante .....	80
<b>Tabla 47.</b> Baños .....	80
<b>Tabla 48.</b> Area de Pesca .....	81
<b>Tabla 49.</b> Área de Toreo de Borregos.....	81
<b>Tabla 50.</b> Huertos ecológicos .....	81
<b>Tabla 51.</b> Huertos ecológicos .....	82
<b>Tabla 52.</b> Area de Camping.....	82
<b>Tabla 53.</b> Area de Parqueadero.....	82
<b>Tabla 54.</b> Área de Establo.....	82
<b>Tabla 55.</b> Área Total de instalaciones .....	83
<b>Tabla 56.</b> Equipos de cómputo y oficina .....	92
<b>Tabla 57.</b> Muebles y enseres.....	93
<b>Tabla 58.</b> Maquinaria y Equipos.....	94
<b>Tabla 59.</b> Utensilios.....	96
<b>Tabla 60.</b> Vehículos .....	96
<b>Tabla 61.</b> Semovientes.....	97
<b>Tabla 62.</b> Suministros de Oficina .....	97
<b>Tabla 63.</b> Paquete 1 .....	98
<b>Tabla 64.</b> Paquete 2 .....	98

<b>Tabla 65.</b> Situación Actual del Entorno.....	99
<b>Tabla 66.</b> Planes para los Impactos .....	101
<b>Tabla 67.</b> Impactos Ambientales Generados .....	102
<b>Tabla 68.</b> Actividades de Impactos Generados.....	102
<b>Tabla 69.</b> Matriz de Leopold .....	105
<b>Tabla 70.</b> Magnitud.....	107
<b>Tabla 71.</b> Importancia.....	107
<b>Tabla 72.</b> Planes de impacto .....	109
<b>Tabla 73.</b> Matriz FODA.....	111
<b>Tabla 74.</b> Personal de la hacienda.....	113
<b>Tabla 75.</b> Responsabilidades: administrador .....	114
<b>Tabla 76.</b> Responsabilidades: secretaria .....	115
<b>Tabla 77.</b> Responsabilidades: vendedores .....	116
<b>Tabla 78.</b> Responsabilidades: Chef .....	117
<b>Tabla 79.</b> Responsabilidades: ayudante de cocina.....	118
<b>Tabla 80.</b> Responsabilidades: operativo .....	119
<b>Tabla 81.</b> Responsabilidades: recepcionista .....	120
<b>Tabla 82.</b> Responsabilidades: recepcionista: jardinero.....	120
<b>Tabla 83.</b> Responsabilidad: ayudante de limpieza.....	121
<b>Tabla 84.</b> Responsabilidades: jefe de mantenimiento .....	122
<b>Tabla 85.</b> Activos Fijos.....	130
<b>Tabla 86.</b> Semovientes.....	131
<b>Tabla 87.</b> Vehículos .....	131
<b>Tabla 88.</b> Remodelaciones e infraestructura.....	132
<b>Tabla 89.</b> Adecuación restaurante.....	132
<b>Tabla 90.</b> Remodelación Casa Hacienda .....	133
<b>Tabla 91.</b> Adecuaciones externas .....	133

<b>Tabla 92.</b> Inversiones semovientes .....	134
<b>Tabla 93.</b> Maquinaria y equipo .....	134
<b>Tabla 94.</b> Equipo de Cómputo .....	137
<b>Tabla 95.</b> Muebles y enseres.....	138
<b>Tabla 96.</b> Utensilios .....	139
<b>Tabla 97.</b> Suministros de oficina .....	139
<b>Tabla 98.</b> Gastos de constitución .....	140
<b>Tabla 99.</b> Capital de trabajo.....	140
<b>Tabla 100.</b> Inversión Total.....	140
<b>Tabla 101.</b> Plan de financiamiento .....	141
<b>Tabla 102.</b> Tabla de amortización .....	142
<b>Tabla 103.</b> Depreciación.....	144
<b>Tabla 104.</b> Proyección de la depreciación .....	144
<b>Tabla 105.</b> Costos del servicio.....	145
<b>Tabla 106.</b> Proyecciones de costos de servicio.....	146
<b>Tabla 107.</b> Mano de obra directa .....	147
<b>Tabla 108.</b> Insumos semovientes y peces .....	148
<b>Tabla 109.</b> Gastos administrativos.....	149
<b>Tabla 110.</b> Proyección de Gastos Administrativos.....	150
<b>Tabla 111.</b> Sueldos administrativos.....	152
<b>Tabla 112.</b> Gastos de ventas .....	153
<b>Tabla 113.</b> Proyección de gastos de ventas .....	153
<b>Tabla 114.</b> Sueldos para vendedores .....	154
<b>Tabla 115.</b> Gastos financieros.....	155
<b>Tabla 116.</b> Proyección de ingresos .....	156
<b>Tabla 117.</b> Proyecciones ingresos extras por restaurante .....	157
<b>Tabla 118.</b> Flujo de caja .....	158

<b>Tabla 119.</b> Estado de resultados .....	160
<b>Tabla 120.</b> Evaluación Financiera .....	161

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Demanda de visitantes histórica PNC 2015 - 2020.....	44
<b>Figura 2.</b> Proyección de la demanda de visitantes entre 2021 - 2025 .....	45
<b>Figura 3.</b> Hacienda La Ciénega .....	45
<b>Figura 4.</b> Información Facebook .....	49
<b>Figura 5.</b> Información Twitter .....	50
<b>Figura 6.</b> San Agustín de Callo .....	51
<b>Figura 7.</b> Información Facebook .....	53
<b>Figura 8.</b> Localización .....	54
<b>Figura 9.</b> Granja la Estación .....	59
<b>Figura 10.</b> Corrida de Borregos .....	61
<b>Figura 11.</b> Ordeño de vacas .....	61
<b>Figura 12.</b> Pesca Deportiva.....	63
<b>Figura 13.</b> Cabalgata.....	63
<b>Figura 14.</b> Camping .....	64
<b>Figura 15.</b> Logotipo .....	68
<b>Figura 16.</b> Macro localización .....	74
<b>Figura 17.</b> Micro localización .....	75
<b>Figura 18.</b> Hacienda “El Rosario” .....	79
<b>Figura 19.</b> Toreo de borregos Vista 1 .....	84
<b>Figura 20.</b> Toreo de borregos Vista 2 .....	84
<b>Figura 21.</b> Huertos Ecológico Externo Vista 1 .....	85
<b>Figura 22.</b> Huerto Ecológico Externo Vista 2 .....	85
<b>Figura 23.</b> Huerto Ecológico Interno .....	86

<b>Figura 24.</b> Pesca Deportiva Vista 1 .....	86
<b>Figura 25.</b> Pesca Deportiva Vista 2 .....	87
<b>Figura 26.</b> Cabalgata.....	88
<b>Figura 27.</b> Camping Externa.....	89
<b>Figura 28.</b> Camping Vista 1.....	89
<b>Figura 29.</b> Camping Vista 2.....	90
<b>Figura 30.</b> Camping Vista 3.....	90
<b>Figura 31.</b> Restaurante Exterior 1.....	91
<b>Figura 32.</b> Restaurante Exterior 2.....	91
<b>Figura 33.</b> Restaurante Interior.....	92
<b>Figura 34.</b> Organigrama Estructural de la hacienda .....	114

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título**

Estudio de factibilidad para la creación de una hacienda Agroturística en el Rancho el Rosario.

### **Lugar de ejecución**

Barrio El Progreso, parroquia Pastocalle, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Facultad Académica:** Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

### **Nombres de equipo de investigadores**

**Tutor:** Ing. Msg. Milton Sampedro

**Correo electrónico institucional:** Milton.sampedro@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0984509068

**Estudiante - Investigador:** Wladimir Zapata

**Correo electrónico institucional:** guido.zapata8798@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0987146696

**Área de Conocimiento:** Viajes y Turismo

**Línea de investigación:**

**Línea de investigación:** Turístico – Ambiental

**Sub línea de investigación:** Planificación del turismo

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La falta de alternativas Agroturísticas en la parroquia de Pastocalle influye que disminuya la cantidad de turistas, ya que, al momento de visitar esta parroquia, no tengan actividades turísticas a realizar vinculadas con la agricultura; además, que la ganadería y la agricultura son la principal actividad económica del sector.

La gran parte de las actividades ganaderas y agrícolas provienen de pequeños productores o de origen familiar, principalmente desarrolladas para el autoconsumo u obtener un mínimo de ganancia, por estas razones se da paso a la creación de una hacienda Agroturística, para fomentar las actividades y vivenciales que se desarrollan en el campo, dando la oportunidad a los no-agricultores para que valoren, aprendan y puedan apoyar dichas actividades mencionadas.

La creación de la hacienda Agroturística contribuye al desarrollo de la Parroquia de Pastocalle debido a la acogida de turistas que se pueda generar, con la venta de los productos locales, como helados, hallullas, artesanías en madera y su diversa gastronomía típica del sector.

## 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios directos son todo el personal que residen en la hacienda el Rosario, ya que, por su experiencia, su capacidad de conocer el lugar y el conocimiento suficiente para realizar las actividades diarias.

**Tabla 1.** *Beneficiarios directos*

---

### HACIENDA EL ROSARIO

---

El propietario

El administrador

Accionistas

Trabajadores de la Hacienda

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Wladimir Zapata.

Los beneficiarios indirectos son los habitantes de la parroquia de Pastocalle con sus respectivos barrios, porque son parte primordial del entorno de la hacienda agroturística.

**Tabla 2.** *Beneficiarios Indirectos*

<b>Poblados aledaños a la Parroquia</b>	
<b>Parroquia de Pastocalle</b>	11.449 habitantes

**Nota:** Los datos fueron obtenidos (INEC, 2020). Fuente: Wladimir Zapata.

#### **4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La provincia de Cotopaxi por décadas se ha caracterizado por ser una zona agrícola y ganadera de excelencia. Su economía esta cimentada en el trabajo de campo que su gente a diario ha venido realizando como parte de su cultura ancestral. El cantón de Latacunga, tiene la posibilidad para el desarrollo turístico gracias a sus paisajes escénicos y recursos naturales, así como la cultura de su gente y el sabor único de su gastronomía.

Es, por ello que el agroturismo en esta parroquia se perfila como un tipo de actividad turística factible para ofrecer al turista la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales, además de su artesanía.

Así, más específicamente, la parroquia Pastocalle cuenta con extensas superficies agrícola-ganaderas, eje principal de su economía, y recursos naturales óptimos para el desarrollo del agroturismo; la parroquia tiene una falta de alternativas ecoturísticas por ello este proyecto pretende impulsar el desarrollo de nuevas actividades que vinculen tanto la agricultura con la ganadería y así poder impulsar el desarrollo social, económico y cultural de su gente involucrada de manera directa y ser la mano de obra experimentada que enseñe a los turistas el día a día de la vida en el campo; por lo tanto esta la inexistencia de estudio para la creación de un emprendimiento agroturístico en la parroquia de Pastocalle ya que a sus alrededores se ha caracterizado por ser una zona agrícola y ganadera de excelencia.

En la zona agropecuaria de la parroquia de Pastocalle las fincas privadas poseen atributos agroturísticos pero que no son valoradas y desarrolladas para tales fines, esta situación produce poca iniciativa para el emprendimiento del agroturismo, produciendo la carencia de servicios e instalaciones agroturísticos y poca participación de sus propietarios y de las comunidades en el emprendimiento del agroturismo. La poca motivación de emprendimiento

y participación de los propietarios de la hacienda El Rosario produce que no se valore su potencial agroturístico y consecuentemente se manifieste poca iniciativa para la implementación de instalaciones y servicios turísticos para los visitantes.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

- Elaborar un Estudio de factibilidad para la creación de la hacienda Agroturística en el Rancho el Rosario ubicado en la Parroquia de Pastocalle, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Ejecutar un estudio de mercado basado en encuestas para precisar el panorama actual y futuro, tanto de la oferta como de la demanda de actividades que satisfagan las necesidades de los clientes.
- Desarrollar la ingeniería de la hacienda Agroturística, mediante el estudio técnico y ambiental, para determinar el ordenamiento de los espacios dentro del inmueble
- Elaborar un estudio administrativo/legal de la hacienda Agroturística, por medio de un diseño organizacional y la revisión y aplicación de las disposiciones de ley vigentes en la materia.
- Realizar un estudio financiero mediante una evaluación financiera para establecer la viabilidad en términos monetarios del proyecto.

## 6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS CON RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Tabla 3.** *Sistematización de tareas*

OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESULTADO ESPERADO	METODOLOGÍA			
			TIPO DE INVERSIÓN	MÉTODOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Ejecutar un estudio de mercado basado en encuestas para precisar el panorama actual y futuro, tanto de la oferta como de la demanda de actividades que satisfagan las necesidades de los clientes.	Delimitación los clientes reales y potenciales del proyecto Segmentación del mercado Aplicación de las encuestas Delimitación de la competencia directa e indirecta Aplicación de la fórmula para el tamaño de la muestra Redacción de las preguntas de la encuesta.	Estudio del mercado	Descriptiva	Bibliográfica Campo	Encuesta	Cuestionario

Desarrollar la ingeniería de la hacienda Agroturística, mediante el estudio técnico y ambiental, para determinar el ordenamiento de los espacios dentro del inmueble	Tamaño del proyecto Enlistar las acciones y actividades de la fase de construcción Clasificación de la magnitud e importancia de los impactos Realización de la matriz de Leopold	Estudio Técnico y Ambiental	Exploratoria	Campo	Observación directa	Matriz de Leopold
Elaborar un estudio administrativo/legal de la hacienda Agroturística, por medio de un diseño organizacional y la revisión y aplicación de las disposiciones de ley vigentes en la materia	Creación de políticas organizacionales Creación del organigrama estructural Descripción de las funciones y requisitos del personal enmarcado dentro del organigrama Análisis del aspecto legal	Estudio administrativo y legal	Exploratoria	Inductivo	Observación directa	Informe administrativo y legal

---

Realizar un estudio financiero mediante una evaluación financiera para establecer la viabilidad en términos monetarios del proyecto.	Análisis de Inversiones Costos, Gastos Ingresos Estado de resultado Flujo de efectivo Evaluación financiera	Estudio Financiero	Exploratoria	Inductivo	Observación directa	Informe Financiero
--	--	-----------------------	--------------	-----------	---------------------	--------------------

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

## **7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA**

### **7.1. Marco Legal**

El marco legal que se realiza en el presente proyecto de investigación es basado en la ley de turismo creada en 27 de diciembre del 2002, cuya modificación el 29 de diciembre del 2019 está vigente hasta la fecha (Ministerio de Turismo, 2020). Aquí se señala los requisitos que deben cumplir para adquirir permisos y licencias para desempeñar actividades destinadas al turismo.

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previsto en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## 7.2. Marco Conceptual

En el desarrollo se encuentran los términos más importantes que se usarán en esta investigación para tener más claros estos conocimientos se han revisado varias fuentes de información adecuada y para seguir el proceso de la investigación.

**Turismo:** Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Organización Mundial del Turismo, 2020)

En consecuencia, se definió al turismo como referencias a diversas situaciones de descanso y confort, en este aspecto, las personas buscan un espacio de distracción que les ayude a salir del agotamiento que genera la vida cotidiana; una de las soluciones para este problema, es viajar.

**Turismo rural:** Actividad turística realizada en espacio rural, compuesta por actividades que la comunidad propone o desarrolla a cumplir en su espacio situacional, para el fin de desarrollar un potencial y recibir economía en su comunidad (Fuentes, 1995).

En nuestras propias palabras el turismo rural es una actividad turística que se efectúa en una zona rural, o natural, habitualmente en pequeñas localidades o fuera de la ciudad.

**Agricultura:** Es una actividad de las personas procedimientos y saberes en el tratamiento de la tierra, con el fin de producir alimentos vegetales, frutales. Siendo la base del campo que genera alimento para las sociedades, el fin de esta actividad siempre será proporcionar alimento para la humanidad involucrando así técnicas agrícolas para un buen manejo de los productos (Barrera-Bassols, 2002).

Es un conjunto de métodos para el cultivo de la tierra destinadas producir frutas, vegetales, legumbres para maximizar la calidad y cantidad de la cosecha de un proyecto.

**Agronomía:** La calidad de los procesos de la producción agrícola fundamentada en principios científicos y tecnológicos, cumpliendo así procesos que encaminen al suelo con los factores ambientales que existen además saberes y las técnicas que permiten el desarrollo de cultivos (Martínez, 2001).

En nuestras propias palabras la agronomía se encarga de aprender los sistemas de intervención humana sobre la naturaleza, y que se debe considerar revisar los componentes de producción vegetal y animal.

**Agroturismo:** Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local (Cànoves Valiente, Herrera Jiménez, & Villarino Pérez, 2005).

Mi definición es que el agroturismo actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad, que requiere mucha mano de obra, recursos y tiempo y que ofrece toda una serie de oportunidades de empleo diferentes.

**Comunidad:** Conjunto de relaciones sociales que se integran y unifican vivencias entre los miembros de un mismo grupo quienes participan en ella y trabajan por lograr su estabilidad y permanencia a través de la socialización y consolidación de intereses, objetivos y funciones que les son comunes (Acosta Solis, 1974).

Mi definición es que la comunidad es una agrupación que reside en una zona geográfica determinada y concreta, cuyos involucrados tienen razón de pertenencia o tipificación con alguna cultura local y que interactúan entre sí más fuertemente que en otro argumento, operando redes de distribución y comercialización para promoción y vender sus productos y ofertar servicios

**Producto turístico:** Composición de bienes y/o servicios disponibles hacia los turistas para adecuar un modelo que cumpla sus necesidades dentro del entorno turístico (Escudero, 2007).

Se refiere a un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del visitante turístico, recordando que puede ser bienes y/o servicios.

**Técnicas Agrícolas:** Es la conformación de técnicas para la ayuda del desarrollo y la conservación de todos los elementos referentes a la agricultura como la fumigación y todos los químicos que ayuden al estado de conservación de estos, cumpliendo procesos con el medio natural y reactivando los ciclos de varios productos agrícolas (Loscertales, 1999).

En resumen, expresamos que engloba todos los aspectos del estudio y explotación de medios auxiliares técnicos en la producción agrícola, sus áreas distinguidas y pospuestas, así como la generación y manejo diseminado de energía en áreas rurales.

**Ganadería:** Es una actividad agraria que consiste en la crianza de animales y ayuda económica, para el desarrollo local de una población que se dedica a esta actividad, siendo unos de los procesos que cumple con muchos elementos vitales para la humanidad como: leche, yogurt, queso, mantequilla (Barrera-Bassols, 2002).

Expresamos con nuestras propias palabras que es una actividad del sector primario que consiste en la cría, producción, cuidado y subsistencia de animales como, por ejemplo: vacas, pollos borregos, abejas; con el fin de aprovechar su carne, leche, huevos, lana, miel y otros derivados para el consumo humano.

**Agricultura Orgánica:** es una alternativa para los consumidores que prefieren alimentos libres de plaguicidas y fertilizantes sintéticos, inocuos y con un alto valor nutricional cumpliendo todos los procesos naturales que ni integren químicos ya que es factible para el consumo humano y para alejar distintivas enfermedades futuras, y con ello colaborar con un organismo sano y cuerpo estable y fuerte al momento de realizar distintas actividades (Cruz & Huerta, 2013).

Definimos como un sistema de producción que trata de manejar al máximo los recursos de la hacienda, proporcionándole la productividad del suelo y los movimientos biológicos y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente.

**Administración Turística:** Bienestar económico a los involucrados, como son trabajadores y empresarios, además que los visitantes llevan como recompensa el conocimiento del lugar que se visita. Conformado por un manejo de los recursos naturales como artificiales dando un

equilibrio para el bienestar ambiental y social realizando buenas prácticas que incremente al turismo, fortaleciendo la actividad económica regional e incrementando las divisas al país (Instituto Interamericano de Turismo, 2006).

Es el estudio para la gestión, y la creación de empresas de servicios turísticos y está conformado con elementos como comprender, describir y analizar el entorno socioeconómico de la actividad turística del área local, regional y nacional.

**Servicios Turísticos:** Como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, ya que es un conjunto de servicios que están disponible al turista para cumplir sus necesidades y ayudar a mantenerle agrado en un lugar determinado (Cànoves Valiente, Herrera Jiménez, & Villarino Pérez, 2005).

En nuestras palabras se refiere al conjunto de prácticas, hechos y diligencias, inclinados a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del visitante turístico y favorezcan al logro del disfrute de los bienes turísticos.

**Infraestructura Turística:** Compuesta por instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios de un país o región destinada a atender visitantes con la intención de que mediante su visita o estadía tengan la seguridad pertinente hacia la ejecución de sus actividades (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Básicamente como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un área turística para sostener sus organizaciones sociales y productivas y como tal determina el desarrollo turístico.

**Senderismo:** Es una actividad que relaciona a las personas con medio ambiente, fortaleciendo la actividad física ya que mediante un determinado recorrido visualizara elementos para su conocimiento (Loscertales, 1999).

**Emprendimiento:** Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos, tomando decisiones constructivas para emplear un negocio o fin lucrativo que ayude al desarrollo social de la sociedad como económico (Pindado García, 2012).

En nuestras propias palabras el emprendimiento es la iniciativa de un individuo para desarrollar un negocio el cual permita generar ingresos y egresos básicos. Esto le permite

fijarse metas y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores, competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética y la capacidad para analizar el entorno, comprender procesos y desarrollar proyectos.

**Atractivos Turísticos:** El conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que representan un destino, es la vista que integra elementos para el interés de los visitantes que demande lo que desean realizar (Guillen, 2002).

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los visitantes, de este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de realizar actividades innovadoras e únicas.

**Manejo de suelos y de la materia Orgánica:** El manejo de la materia orgánica sobre los suelos es de capital importancia en los métodos de producción orgánica de cultivos, utilizados en la GIA, ya que el contenido de materia orgánica en los suelos varía mucho dependiendo de las condiciones climáticas, prácticas de cultivo, rotación de las cosechas y la adición de abonos frescos: desechos animales, residuos de cosechas y otros materiales orgánicos. Cuando se añade fertilizantes al suelo sin la adición de componentes carbonados orgánicos, frecuentemente la tierra se deteriora. “Los niveles deseables de materia orgánica en los suelos de cultivo varían desde el 2% en las zonas áridas, al 5% y más en los valles fértiles (Barrera, 2006).

**Paquete turístico:** Es el conjunto de servicios prestados con base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma “de bloque” a un precio único y global (Instituto Interamericano de Turismo, 2006).

Los beneficios de un paquete turístico.

- En manos de profesionales viajando con un paquete turístico
- Podrás distribuir tu presupuesto mediante un paquete turístico
- Comodidad de utilizar las instalaciones sin preocupaciones ni gastos adicionales.
- Facilidades de pago

**Servicio al cliente:** El servicio al cliente es un conjunto de actividades que incluyen todas las áreas de un negocio que se refiere específicamente a la cadena de valor orientadas a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

**Plan:** Se define como el conjunto de decisiones explícitas y coherentes para asignar recursos a propósitos determinados es decir el resultado de un proceso de planificación (Ordaz & García, 2006).

**Plan de Negocios:** El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, que plantea la visión de una empresa a través de parámetros y estrategias analizadas de manera responsable para viabilizar la entidad económica como resultado de una planeación (Santos, 2015).

Por lo tanto, un plan de negocio es una elaboración de un documento escrito de un proyecto innovador, de inversión o de una idea extensa la cual puede incluir temas concretos de una organización para implementarla dentro del mercado de forma clara y sencilla siendo este un proyecto focalizado a un producto o servicio que satisfaga las necesidades del consumidor y del empresario

**Estudio de Mercado:** Engloba a la recopilación, análisis adecuado para el diagnóstico del mercado donde se recolecta información respecta a la demanda y la oferta para la mejor toma de decisiones (Kotler & Keller, 2009).

Para Tylor (2000), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".

Lo definimos como el análisis de las características del mercado, como su demanda, oferta, estrategias comerciales para el producto o servicio que se quiere implementar estudiando gastos, costos, precios, promoción, logística y publicidad de dicho producto.

Es decir, el mercado es un lugar donde se realiza transacciones entre compradores y vendedores de un producto o servicio por un determinado precio. Dentro de este se comprende entre personas, hogares, empresas que tienen necesidades y desean ser satisfechas, este tipo de mercado pueden ser:

- Mercado total: conformado por la totalidad de un universo.
- Mercado potencial: conformado por todos los entes del mercado total.

- Mercado objetivo: conformado por los segmentos del mercado potencial.
- Mercado real: conformado por el mercado objetivo, es decir, a lo que se ha logrado llegar (consumidores) del segmento del mercado.

**Segmentación de mercado:** Consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores que difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones, actitudes y prácticas de compra. Gracias a la segmentación de mercados las empresas pueden llegar más eficiente y eficaz con sus productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas (Armstrong & Philip, 2013).

Encontramos que la segmentación del mercado es un proceso que encamina a identificar a los consumidores con la finalidad de establecer los grupos de necesidad y poder ofertar por separado ese producto o servicio por lo que se divide en:

*Geográfica* se determina la ubicación del mercado (país, región, ciudad o barrio)

*Demográfica* se divide el mercado tomando características comunes como por ejemplo edad, estado civil, género o situación económica.

*Psicológicas* se divide tomando en consideración los gustos o preferencias del mercado.

**Demanda:** Conjunto de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio o elección de destino que ellos deseen contratar, la demanda también abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico (Center, 1991).

De forma sencilla la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

**Demanda actual:** Es el total de productos que los consumidores están aptos para obtener a un precio determinado para satisfacer sus necesidades (Kotler & Armstrong, 2003).

Es decir, es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago.

**Demanda futura:** Se requiere determinar cuál será el consumo o demanda durante el año en el que se lleva a cabo el estudio de factibilidad. Son alcances y pronósticos de la demanda, permitiendo determinar de manera aproximada el consumo aparente de los productos. Es la

preparación del pronóstico de la demanda de un producto o servicio para tomar una decisión de inversión especificando la viabilidad del proyecto en el tiempo (Baena Paz, 2017).

**Demanda insatisfecha actual:** Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. En este caso, las necesidades encontradas en el mercado no pueden satisfacer las necesidades de los consumidores o no han recibido la atención adecuada (Arias, 2012).

**Demanda insatisfecha futura:** La proyección de la demanda futura menos la proyección de la oferta futura nos permite estimar la demanda insatisfecha futura. En la demanda futura, el impacto actual es pequeño, pero será real en unas pocas semanas, meses o años. Nos dice que la previsión de consumo de bienes y servicios se alcanzará en un determinado período de tiempo (Bernal, 2010).

**Oferta actual:** Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. La oferta actual es la cantidad de bienes que los productores están dispuestos a llevar al mercado, con precios que le contribuyan a tener un buen ingreso, teniendo en cuenta el costo real de producción (Fisher & Espejo, 2006).

En resumen, la oferta es el comportamiento de los comportamientos de los competidores actuales y proporciona una indicación directa e indirecta para satisfacer con eficiencia las necesidades. La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen para la venta al mercado.

**Oferta futura:** El objetivo de la oferta futura, es conocer las condiciones en la que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja del mercado que será atendida por el proyecto (Kotler & Keller, 2009).

La oferta se le considera la cantidad de mercadería vendida a un precio por unidad de tiempo. La oferta de un producto o servicio se determina por diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado objetivo. En nuestras propias palabras la oferta futura tiene por objetivo considerar los productos que ya están en el mercado y determinar la forma de satisfacer las necesidades de la comunidad en el futuro.

**Población:** Conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca del cual se harán inferencias. La población meta debe definirse con

precisión, ya que una definición ambigua tendrá como resultado una investigación que, en el mejor de los casos, resultaría ineficaz y en el peor será engañosa (Aquihuatl Torres, 2015).

Es decir, se define como el grupo que se está considerando para un estudio o razonamiento estadístico.

**Muestra:** Expone que la población es el conjunto de todos los valores de un fenómeno que se quiere observar. También indica que la muestra es la parte de la población que efectivamente se mide, con el objetivo de obtener información acerca de toda la población. La selección de la muestra se realiza por un procedimiento que asegure que esta sea representativa de la población en alto grado (Aquihuatl Torres, 2015)

Nuestro concepto decimos que la muestra sirve para determinar el tamaño de la muestra antes de comenzar una investigación es un principio estadístico que nos ayuda a evitar el sesgo en la interpretación de los resultados obtenidos.

**Encuesta:** Es una técnica que se utiliza para la recolección de datos con ello se elabora un conjunto de pregunta con destino a ser argumentado acorde a lo que el entrevistador desee saber respecto a un tema, dando como finalidad el logro del conocimiento de lo que se quiso saber (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Definimos la encuesta, donde consiste en obtener información de los sujetos en estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias.

**Estudio Factibilidad:** El estudio de factibilidad es importante y un paso previo imprescindible antes de desarrollar un plan de negocios porque permite significativamente tener una idea clara de cuanta inversión necesitará el proyecto para comenzar, considerando gastos e inversiones que incurriría para operar de forma normal (Burneo, 2016).

Nuestra definición propia el estudio de factibilidad se refiere a todos los recursos disponibles que se necesitan para llevar a cabo los objetivos o metas de la empresa, si es posible cumplir con todas las metas que la empresa tiene en sus proyectos, tomando en cuenta todos los recursos con los que se tiene para su operación. Los resultados se deben entregar a la alta gerencia, ellos son los que aprueban la realización del proyecto.

**Viabilidad:** Una empresa es viable en términos financieros cuando cuenta con recursos financieros suficientes para mantenerse. Si además los ingresos son suficientes para cubrir los costes, llegando incluso a sobrepasarlo, la empresa será rentable (Martínez, 2001).

En nuestras propias palabras es la recopilación de datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y tomar la mejor decisión en función de las condiciones adecuadas para la investigación, desarrollo e implementación del proyecto.

**Estudio técnico:** Busca determinar si es posible física o materialmente "hacer" un proyecto, determinación que es realizada generalmente por los expertos propios del área en la que se sitúa el proyecto. En algunos casos el estudio de esta viabilidad puede llegar incluso a evaluar la capacidad técnica y el nivel de motivación del personal de la empresa que se involucraría en el nuevo proyecto (Johnson R. & Melicher R., 2004).

No se puede asumir que por el hecho de que la empresa está funcionando es viable técnicamente hacer más de lo mismo. La ampliación de la capacidad instalada se podría hacer construyendo un nuevo piso sobre el edificio, dependiendo de que las bases estructurales y características técnicas lo permitan. Poner más maquinaria que funciona con energía eléctrica sólo se podrá hacer si existe la resistencia eléctrica necesaria en los transformadores.

El estudio técnico entrega la información necesaria de cuanto hay que invertir, costos de operación, tecnología que se implementará y recursos disponibles lo cual permitirá calcular de mejor manera la producción cómo los recursos para calcular o estimar el capital necesario, mano de obra y materiales que se implementa en el proyecto.

De esta manera el estudio técnico analiza de una manera precisa las características de la planta, espacio físico, maquinaria mientras que al ser analizadas este estudio no deja de relacionarlos con los demás estudios que se enlazan al proyecto y permitirá una producción eficaz y eficiente dando un buen uso a todos los recursos implementados en el proceso de producción.

Un estudio técnico describe los elementos técnicos tales como; tamaño de planta, localización, proceso productivo, maquinaria y equipo, materia prima e insumo, así como ingeniería del proyecto, entre otros.

**Capacidad de producción:** Determinar la capacidad de producción y describir el tamaño óptimo del negocio. En está matriz se determina la capacidad de producción y se calcula los tipos de productos que se venderán en el negocio (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018).

En otras palabras, es una representación de la capacidad que tiene el sistema productivo como es el sector, infraestructura y equipo para producir su máximo nivel de bienes o servicios con una serie de recursos disponibles.

**Impacto ambiental:** Alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas (labores mineras) o actividad en un área determinada, son danos deterioros de elementos ambientales (Barrera-Bassols, 2002)

En palabras propias, es el efecto de una actividad humana que crea un resultado sobre el medio ambiente, que supone un rompimiento del equilibrio ambiental; tenemos varios impactos ambientales, entre lo más habituales son: contaminación del agua, suelo, mares, ríos, entre otros.

**Política Ambiental:** Proteger el medio ambiente, como resultado de la interacción de los intereses políticos económicos y sociales con el buen manejo a destacar el cuidado de impactos, para el fin de conservar las bases naturales de la vida humana y conseguir un desarrollo sostenible en las áreas de conservación. Conformación de normativa reglamentaria para un factible manejo de áreas ambientales con la intención de actuar o corregir o dar cumplimiento a la normativa del ambiente (Guillen, 2002).

En otras palabras, son normas que se toma frente a la planeación, defensa, suspicacia y vigilancia de los recursos naturales, como consecuencia de intereses, disposiciones, labores, alianzas y efectos políticos, socioeconómicos.

**Matriz de Leopold:** La matriz es un modelo para identificar los impactos porque proporciona más información que las listas de revisión o los diagramas de redes y es una forma clara y resumida de identificar los impactos y presentar los resultados. Magnitud (M): Es del 1 al 10 según la alteración de un factor ambiental y se señala con un signo (+) o (-) según sea el impacto beneficioso o adverso. Importancia (I): Es la relevancia del impacto sobre la calidad del medio ambiente, la calificación está valorada entre 1 y 10 calificando de 10 la máxima y 1 la mínima interacción posible (Garmendia, Salvador, Crespo, & Garmedia, 2008).

En nuestras palabras la matriz de Leopold es una tabla simple que nos sirve para resumir y ponderar los impactos ambientales, y reunir el esfuerzo en aquéllos que se consideren mayores problemas y factores que influyen en el proyecto.

**Estudio administrativo:** Según (Cibrán, Prado, Crespo, & Huarte, 2013, p. 275). El estudio administrativo es el plan administrativo del proyecto. Es fundamental cuando el proyecto implica la creación de una empresa. Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya

en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de esta, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa.

Por lo tanto, el estudio administrativo comprende la organización administrativa que cuenta el negocio, dentro de esta se detalla la estructura de la empresa. Para el estudio organizacional es necesario determinar todos los aspectos organizativos que conforman y detallan lo que es el negocio como son su estructura organizacional, aspectos legales, laborales, métodos para la implementación del recurso humano, ecológicos, entre otros.

**Administración:** Según Cano (2017), afirma que: “Es un proceso por medio del cual se consigue calidad en el funcionamiento de un organismo social, a través del correcto aprovechamiento de sus recursos, en pro del logro de objetivos predeterminados” (p.21). La administración es muy indispensable en la sociedad, permite mejorar la calidad de vida como también saber dar soluciones a los problemas y dificultades que suele pasar dentro de una organización, razón por la cual la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo de los que conforman la empresa y así poder alcanzar los objetivos y las metas deseadas.

Es el estudio de las organizaciones encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales y materia prima, recursos tecnológicos y de la gestión del conocimiento.

**Planeación:** Es un acto intencional de ejercer influencia formal y positiva sobre el curso, rumbo y porvenir de una organización; también puede ser considerado como el proceso mediante el cual, los responsables de la dirección de la empresa trazan el rumbo y diseñan la carga de navegación de acuerdo con la misión y la visión de la organización. (Cano, 2017).

En sencillas palabras la planeación es el proceso mediante el cual las organizaciones toman decisiones, deslindan plazos y determinan sus recursos para el logro efectivo de los objetivos.

**Organización:** Son sistemas administrativos creados para lograr metas u objetivos con el apoyo de las propias personas, o con apoyo del talento humano, los recursos disponibles, entre otras. Son entidades sociales ordenadas donde coexisten e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo particular (Lopez & Molina, 2011).

Es decir, la organización hace referencia a todo lo que se debe seguir en la empresa, en esta fase se establece las funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos.

**Dirección:** Es la función que trata a través de la influencia interpersonal, de lograr que todos los involucrados de la organización contribuyan al logro de sus objetivos. Se ejerce a través de tres sub funciones: el liderazgo, la motivación y la comunicación. Es el proceso para dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo u organización (Rodríguez, 2011).

Es decir, es aquel elemento de la administración donde hace referencia al logro de todo lo planeado por un administrador, se vigila que se cumpla de manera adecuada y precisa todas las órdenes que se ejercen dentro de la organización.

**Control:** Es la función que efectúa la medición de los resultados obtenidos comparándolos con los esperados (planeados) con el fin de buscar la mejora continua. Sostienen que el control es la actividad de seguimiento encaminada a corregir las desviaciones que puedan darse respecto a los objetivos y consiste en establecer sistemas que ayuden a medir los resultados actuales y pasados con el fin de verificar si eran los resultados esperados para corregir o mejorar o dar nuevas ideas o planes (Cano, 2017).

Se expresa, como la evaluación y comprobación del cumplimiento de los planes estratégicos, con el objetivo de descubrir y pronosticar desvíos para formar las medidas correctivas necesarias en el proyecto.

**Recursos organizacionales:** La organización es un punto de convergencia de un sinnúmero de factores de producción o recursos productivos que deben emplearse con eficiencia y eficacia (Dapozo, 2008).

Los recursos organizacionales pueden clasificarse en cinco grupos:

- *Recursos físicos o materiales.* Necesarios para efectuar las operaciones básicas de la organización, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos.
- *Recursos financieros.* Se refieren al dinero, en forma de capital, flujo de caja (entradas y salidas), empréstitos, financiación, créditos, etc., que están disponibles de manera inmediata o mediata para enfrentar los compromisos que adquiere la organización. También están incluidos los ingresos producidos por las operaciones de la empresa, las

inversiones de terceros y toda forma de efectivo que pase por la tesorería o la caja de la organización.

- *Recursos humanos.* Personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, en cualquier nivel jerárquico o tarea. Los recursos humanos están distribuidos en el nivel institucional de la organización (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, auxiliares y operarios, además de los supervisores de primera línea). El recurso humano es el único recurso vivo y dinámico de la organización y decide el manejo de los demás, que son físicos o materiales.
- *Recursos mercadológicos.* Constituyen los medios que las organizaciones emplean para localizar, contactar e influir en los clientes o usuarios.
- *Recursos administrativos.* Constituyen los medios con los cuales se planean, dirigen, controlan y organizan las actividades empresariales. Incluyen los procesos de toma de decisiones y distribución de la información necesaria, además de los esquemas de coordinación e integración utilizados por la organización.

### **Estrategias de marketing**

Sirve para alcanzar metas mediante una combinación de elementos como son: producto, precio, promoción y distribución o también conocido con el nombre de las 4'p (Lopez & Molina, 2011) del marketing

Para esto las estrategias de marketing deben combinarse para alcanzar los objetivos planteados y estos deben estar conjuntamente relacionados y en coherencia para que logren complementarse entre sí como producto, precio, promoción y publicidad.

**Estudio financiero:** Se define como estructura financiera como una secuencia simultánea del análisis económico (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018).

Le conceptualizamos como un proceso de recolección, interpretación, y comparación de los datos recopilados en el proyecto. Su propósito es obtener una evaluación del estado real de la empresa para así tener una decisión idónea y benéfica a la empresa.

De igual manera dentro del análisis financiero se reúne información financiera tales como:

- Balance General
- Estado Patrimonial
- Estados de Resultados
- Flujo de Caja o Efectivo

Estos estados financieros permiten al empresario tomar decisiones, realizar comparaciones, solucionar problemas que generen el proceso productivo y financiero permitiendo trabajar con ellos de forma detallada y sencilla en la realización de los cálculos.

**Evaluación del proyecto:** La evaluación es una fase fundamental para cualquier proyecto, con independencia de sus características y tamaño. A través de este proceso de valoración se analizan todos los elementos que intervienen en el proyecto con el fin de determinar su viabilidad y eficacia, calcular los posibles riesgos y determinar las respuestas. No obstante, el término evaluar implica mucho más que valorar.

Un seguimiento y control que permita establecer una comparación para poder determinar y medir la evolución del proyecto, detectar desviaciones y necesidades y establecer las medidas de mejora necesarias a lo largo del proceso (Business School, 2016).

Es el proceso de emparejar, medir y estimar los costos y beneficios que se generen de éste proyecto, en un explícito periodo de tiempo; siendo su objetivo, determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para quien lo lleve a cabo.

**Venta:** Consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan, además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio) (Escudero, 2007).

En el proyecto se aplicará las ventas personales, que son presentaciones personales realizadas por la fuerza de ventas de la empresa con el propósito de realizar ventas y generar relaciones

con los clientes. Las ventas personales son aquellas que se realizan directamente con el vendedor y comprador.

**Precio:** Los consumidores ven al precio como la cantidad de dinero que deben pagar para conseguir un producto o servicio y satisfacer las necesidades de los consumidores. En el caso puntual de la investigación corresponde a aquellas empresas que comercializan, la demanda está determinada por los consumidores y productores dueños de negocios que deseen adquirir el producto, el precio corresponde al valor fijado por la empresa o asociación, mismo que debe ser aceptado por los clientes permitiéndole ser competitiva (Pacheco & Pérez, 2018).

Es decir, es el precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo.

**Gasto:** El gasto se define como expiración de elementos del activo en la que se han incurrido voluntariamente para producir ingresos (Brealey, Allen, & Myers, 2010).

**Costos de producción:** Los costos de producción o costos de operación son la serie de gastos que involucra sostener un proyecto, equipo o empresa funcionando. Por definición son gastos intrínsecos del proceso productivo. Es por eso que, una vez terminado el circuito productivo, los costos de producción se restan de los ingresos para determinar las ganancias brutas (Raffino, 2020).

Es decir, son los costos y gastos que una empresa debe solventar para operar el proyecto a ejecutarse.

**Elementos costos de producción:** Al hablar de costos de producción se refiere a grandes rasgos a tres variables distintas:

**Materia prima directa (MPD):** El conjunto de los materiales que serán sometidos a transformación durante el proceso productivo, y que pueden ser identificados o cuantificados plenamente con los productos terminados (Raffino, 2020).

**Mano de obra directa (MOD):** El conjunto de gastos que involucra contratar trabajadores: salarios, prestaciones, obligaciones contractuales y sindicales, etc., que al final se pueda identificar o cuantificar con los productos terminados (Raffino, 2020).

**Gastos indirectos de fabricación (GIF):** También llamados cargos indirectos, son aquel conjunto de costos que, aunque intervienen en el proceso productivo, no pueden cuantificarse

o identificarse plenamente con la elaboración de partidas contables específicas (Raffino, 2020).

**Capital de trabajo:** Para todas las empresas, el recurso monetario es el más importante para poder realizar sus operaciones normales de compraventa, de transformación o de prestación de servicios. De este modo, es sumamente importante el manejo del dinero, es decir, el activo circulante donde se manejan los recursos que tienen el mayor grado de disponibilidad de convertirse en efectivo, o en su caso los que ya son efectivos (Robles, 2012).

Es decir, el capital de trabajo muestra el equilibrio que tiene una empresa de activos y pasivos a corto plazo por ende manifestando si tiene lo suficiente para operar la empresa, antes que obtener ganancia en sí, de este modo se sabe si es preciso desarrollar el capital para poder seguir haciendo su tarea como negocio.

**Flujo de caja:** El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salida de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En si es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones. Se obtiene la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales actualizados (Sapag Chain, 2011).

En síntesis, el flujo de dinero o efectivo, son todos los ingresos egresos que se generan, para poder calcular el saldo que se dispone, dando como resultado valores positivos o negativos para el negocio o proyecto de inversión.

**Valor Actual Neto (VAN):** En un proyecto es el valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto, refiriéndose a los flujos de efectivo netos como la diferencia entre los ingresos y los egresos que han sido realizados en forma periódica. Para actualizar los flujos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de oportunidad, la misma que representa una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y en base a esto generar utilidad (Brealey, Allen, & Myers, 2010).

Definimos al VAN como un indicador financiero que permite determinar la factibilidad de un proyecto, siempre y cuando el resultado de los ingresos menos los egresos sean mayores a la inversión.

**Tasa interna de retorno:** La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una

inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

La tasa interna de retorno (TIR) nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. El principal problema radica en su cálculo, ya que el número de periodos dará el orden de la ecuación a resolver. Para resolver este problema se puede acudir a diversas aproximaciones, utilizar una calculadora financiera o un programa informático (Sevilla, 2021).

Es síntesis es una medida usada para evaluar la eficiencia de una inversión donde el valor actual neto (VAN) se hace cero, por lo que representa la tasa máxima que se puede generar en la inversión de un proyecto de negocio.

**Rentabilidad:** Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de esta, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (Ballesta, 2002).

Nuestra definición expresamos que la rentabilidad es la capacidad que tiene el negocio para aprovechar sus recursos y generar utilidades.

**Periodo de recuperación:** El período de recuperación de la inversión o playback es la cantidad de tiempo que tarda una empresa en recuperar el costo de su inversión original en un proyecto, cuando el flujo de efectivo neto es igual a cero. Es un determinante importante para saber si se emprende el proyecto, ya que generalmente los períodos de recuperación más largos no son deseables para las posiciones de inversión (Corvo, 2018).

Es el método del tiempo o periodo de recuperación que compara cada uno de los flujos de efectivo operativos netos con el valor presente de la inversión neta requerida.

## 8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

*¿Cuál es la oferta y demanda para el proyecto turístico?*

Mediante un estudio de mercado se obtiene la demanda a través de la visitantes nacionales y extranjeros del Parque Nacional Cotopaxi del año 2020 para proyectarlas a cinco años, y la oferta se obtiene de la competencia directa que influye en las actividades turísticas de la parroquia Pastocalle y la ciudad de Latacunga, para luego calcular nuestra Demanda Potencial Insatisfecha del proyecto y culminar con la oferta del proyecto según la capacidad instalada.

*¿Cuáles son los requisitos técnicos, ambientales para establecer el entorno del proyecto?*

Para este componente se tiene el terreno, la infraestructura, la remodelación, revisar la ingeniería del proyecto, y requerimientos del proyecto; así también el impacto ambiental a través de la matriz de Leopold para evaluarlo de manera conocer las dificultades en el estudio.

*¿Cuáles son las condiciones administrativas y legales derivados del proyecto turístico?*

Mediante un análisis del proceso administrativo, se elaboró una matriz FODA, se formuló las estrategias más relevantes del proyecto, se planteó un organigrama y plan de funciones, se dio énfasis a la dirección y como es el control del proyecto turístico.

*¿Cuál es el estudio financiero para ver si es factible y rentable el proyecto turístico?*

Se realizó con la obtención de los recursos para la inversión, su forma de financiamiento, el cálculo del TMAR, sus costos, gastos, ingresos por paquete y extras del restaurante, el flujo de efectivo, el estado de resultados, la obtención del VAN (factible) y la TIR (rentable) del proyecto.

## 9. METODOLOGÍAS

Los investigadores Hernández, Fernández, & Baptista (2010), indican que la investigación es el conjunto de los procesos que se aplican para conocer acerca de un fenómeno.

Se plantea la estructura metodológica que funciona como una guía que describe la forma y pasos para llevar a cabo la investigación, especificando las actividades necesarias para cada parte del estudio de manera sistemática, empírica y crítica.

## **9.1. Protocolo de investigación**

En este trabajo se manejó la investigación cualitativa y cuantitativa porque ayudo a conocer las preferencias de los turistas para visitar la hacienda agroturística y de forma numérica a través de elaborar los estados financieros para ver su viabilidad, la metodologías aplicadas sirvió para cumplir con los objetivos planteados en este trabajo; de esta forma, se utilizó la revisión bibliográfica en artículos, tesis de fuentes de información válidas, entre otras; seguidamente se utilizó la investigación de campo, a través de encuestas; para finalmente con los datos obtenidos y aplicando el método exploratorio; que nos sirve para aclarar y definir la naturaleza del problema de investigación y se recolecta de fuentes primarias o secundarias con el fin de suministrar información sobre el tema a investigar cómo es la creación de un hacienda agroturística en Pastocalle e identificar cursos de acción presentados en cada uno de los estudios a realizar para determinar la factibilidad del proyecto.

También se tuvo que realizar investigación descriptiva, con pequeñas encuestas correo electrónico. Con dichas encuestas se lograron diferentes objetivos como determinar las preferencias del consumidor y las actividades turísticas que los visitantes desean, así como sus precios y el deseo de tener nuevas experiencias con la creación de la hacienda agroturística.

Por lo tanto, para cumplir con todos los objetivos planteados se realizaron actividades metodológicas que tengan relación a cada objetivo como a continuación se señalan.

### **9.1.1. Objetivo 1**

Ejecutar un estudio de mercado basado en encuestas para precisar el panorama actual y futuro, tanto de la oferta como de la demanda de actividades que satisfagan las necesidades de los clientes.

#### **9.1.1.1. Investigación documental o bibliográfica**

Se recolectó información documental - bibliográfica proveniente de documentos, textos, tesis, revistas, entre otros; que tiene como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos para la creación el estudio de factibilidad para la creación de la hacienda agroturística rancho el Rosario. Este tipo de investigación fue utilizada para establecer el fundamento teórico del trabajo de estudio, mediante la revisión bibliográfica referente al tema propuesto

### **9.1.1.2. Investigación de Campo**

Se pretende conocer la forma como llegar al turista, es decir, saber dónde promocionar, el momento adecuado, de qué forma hacerlo, etc. Es imperativo conocer estas variables para poder aplicar las estrategias de marketing creadas para la hacienda El Rosario, dentro de la parroquia Pastocalle.

La investigación de campo permitirá recolectar datos del entorno del Agroturística en el Rancho el Rosario para obtener un tipo de contacto con la realidad, económica y social.

### **9.1.1.3 Técnica**

La encuesta en el que mediante preguntas realizadas a una muestra representativa de la población me permite establecer la preferencia de los consumidores, servicios, actividades turísticas y precios, siguiendo una serie de reglas científicas.

### **9.1.1.4. Instrumentos de investigación**

Y este cuestionario es auto administrado, que fue llenado por el encuestado que son los visitantes al Parque Nacional Cotopaxi, sin intervención del encuestador por lo que se utilizó Google Forms enviados a los correos de cada uno de los visitantes, para eso la administración del PNC nos brindó información de los datos de contacto, se utilizó de esta manera ya que por la época del COVID-19 es difícil encuestar de forma presencial.

## **9.1.2. Objetivo 2**

Desarrollar la ingeniería de la hacienda Agroturística, mediante el estudio técnico y ambiental, para determinar el ordenamiento de los espacios dentro del inmueble.

### **9.1.2.1. Investigación de Campo**

La salida de campo realizada sirvió para recolectar datos de áreas técnicas, ingeniería del proyecto, requerimientos del proyecto y ambientales de la Agroturística en el Rancho el Rosario para obtener un tipo de contacto con la realidad, económica y social.

### **9.1.2.2 Técnica**

Se realizó una observación directa a la hacienda registrando los datos de ubicación, aspectos técnicos, diseño de la hacienda, y de impacto ambiental para su respectiva medición.

### **9.1.2.3. Instrumentos de investigación**

Es resultado es a través de un informe o documento que contiene todos los componentes en el estudio técnico y la aplicación de la Matriz de Leopold en el estudio ambiental del estudio de factibilidad para conocer el impacto positivo o negativo del proyecto.

### **9.1.3. Objetivo 3**

Elaborar un estudio administrativo/legal de la hacienda Agroturística, por medio de un diseño organizacional y la revisión y aplicación de las disposiciones de ley vigentes en la materia.

#### **9.1.3.1. Investigación Inductiva**

Por tanto, se ejecutó una investigación de la situación actual del proyecto agroturístico tanto de sus productos y servicios, organigrama, y normativa.

#### **9.1.3.2 Técnica**

Se realizó una observación directa a la hacienda realizando el diseño organizacional de la hacienda agroturística, así como un reglamento de visitantes y personal que laborará en el rancho el Rosario.

#### **9.1.3.3. Instrumentos de investigación**

Es resultado se dio a través de un informe o documento que contiene un diagnóstico de todo el proceso administrativo y legal para el proyecto agroturístico.

### **9.1.4. Objetivo 4**

Realizar un estudio financiero mediante una evaluación financiera para establecer la viabilidad en términos monetarios del proyecto.

#### **9.1.4.1. Investigación Inductiva**

Se usa este método para conocer características comunes del proyecto, en este caso dentro de la evaluación financiera se realizó los siguientes pasos la observación, la comparación de datos y resultado que permitan calcular la factibilidad y rentabilidad del proyecto agroturístico.

#### **9.1.4.2 Técnica**

Se realizó una observación directa a la hacienda registrando datos para elaborar correctamente el plan de inversión, los costos y egresos y demás componentes del flujo de efectivo, así como el estado de resultados.

#### **9.1.4.3. Instrumentos de investigación**

Es resultado final es un Informe que contiene un plan financiero de evaluación económica y financiero, que está conformado por información esencial para el estudio del proyecto, su factibilidad y rentabilidad a través de herramientas financieras adecuadas.

## **10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En una investigación el análisis es el proceso donde se realiza o se hace constar los procedimientos a los que un investigador debe someter toda la investigación recabada a fin de alcanzar con los objetivos de estudio planteados, de ahí que, una vez planteados los instrumentos y las técnicas utilizadas en esta investigación se ha planteado el análisis que permitirá orientar la forma de procesar esta información.

### **10.1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **10.1.1. Población**

Por medio de la encuesta se recopilaron datos claros y precisos, donde se tomó en base a la población perteneciente a la base de datos que tiene la administración del Parque Nacional Cotopaxi, se procedió a obtener los visitantes nacionales y extranjeros para el año 2020, como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 4.** *Población Turística Parque Nacional Cotopaxi año 2020*

#### **Visitantes del Parque Nacional Cotopaxi**

Nacionales y Extranjeros	181.764
Población	181.764

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: (Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica (MAE), 2020).

### 10.1.2. Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se va a utilizar es el No Probabilístico, siendo este el idóneo seleccionado para fines específicos del proyecto de factibilidad. Para lo cual tomamos como referencia a los números de turistas nacionales y extranjeros para el año 2020 que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi.

### 10.1.3. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra indicará una proporción representativa del universo y servirá principalmente para investigar el estudio de mercado.

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula aplicada para muestras aleatorias cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{(Z^2 \times P \times Q + Ne^2)}$$

$$n = \frac{1,88^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 181.764}{(1,88^2 \times 0,5 \times 0,5) + (181.764 * 1,88^2)}$$

$$n = \frac{160.606,67}{655,23}$$

$$n = 245,11 = 245 \text{ encuestas}$$

Como resultado, se realizará encuestas a visitantes nacionales e internacionales para un total de 245 encuestas.

### 10.1.4. Tratamiento estadístico de los datos

Los datos recabados en la investigación de campo deberán ser tabulados a través del programa de computación Microsoft Excel, en donde serán representados en tablas y gráficos, para su posterior análisis e interpretación de los resultados. Para la recolección de la información se utilizó el Google Forms, donde de manera online se les envió la encuesta para que nos ayuden

llenando las personas entre se realizó todo el mes de enero de 2022, para seguridad se envió a 300 visitantes registrados en la base de datos que nos facilitó la administración del Parque Nacional Cotopaxi donde nos contestaron 250, pero se tomó los datos exactos de los 245 que se calculó en la muestra, y luego de tener toda la información descargarla al computador y aplicar el software de la hoja de cálculo para el tratamiento de la información así presentar tablas y gráficos estadísticos de cada una de las preguntas.

### 10.1.6. Análisis de los Resultados de la Encuesta

Las encuestas se realizaron a 245 visitantes que han frecuentado alguna vez al Parque Nacional Cotopaxi, obteniendo los siguientes resultados:

#### 1. Género: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Tabla 5.** *Género*

Género	Encuestados	Porcentaje
Masculino	43	58,3 %
Femenino	102	41,7%
Total	245	100%

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Investigación de Campo.

#### Análisis e Interpretación

Las encuestas indican que tanto hombres como mujeres fueron sujetos a la siguiente encuesta, con una mínima diferencia en mayoría que representan los hombres en un 58,3% y mujeres en un 41,7%. Inclinación a ciertas actividades turísticas dependiendo el género, además de jugar un rol importante en la toma de decisiones para implementar dichas actividades.

#### 2. Seleccione cuál es actualmente su Ocupación

**Tabla 6.** *Ocupación*

Ocupación	Encuestados	Porcentaje
Estudiante	154	62,6 %
Profesional	87	35,4 %
Jubilado	4	2 %

---

<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>
--------------	------------	--------------

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

En cuanto a la ocupación de las personas que visitan el lugar podemos decir que son visitantes profesionales en su mayoría con un 35,4%, seguido de estudiantes representando un 62,6% y en menor cantidad jubilados con el 2% de la visita al lugar de visita. Nos sirve para segmentar y enfatizar las actividades dependiendo la ocupación del encuestado.

### **3. ¿Seleccione, cuál es su nivel de ingresos, seleccione una opción?**

**Tabla 7. Nivel de Ingresos**

---

<b>Nivel Ingresos</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
200 a 500	170	69,33 %
501 a 1000	61	24,8 %
Más de 1001	14	5,9 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo con las encuestas tenemos que el nivel de ingresos de los visitantes está dentro de un promedio de 200 a 500 dólares lo que representa el 69,3% del total de los encuestados, seguido de un 24,8% de personas que tienen como ingreso mayor de 500 a 1000 dólares y tan solo con un 5,9 % de personas que reciben un promedio más de 1001 dólares mensuales. Esta pregunta se planteó para identificar nuestro mercado potencial y crear actividades para satisfacer las demandas del turista. Además de medir la capacidad adquisitiva de cada persona y un estimado monetario para establecer nuestros precios.

### **4. Seleccione, ¿cuál es su rango de edad?**

**Tabla 8. Edad**

---

<b>Rangos de Edad</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
-----------------------	--------------------	--------------------

---

16-20	7	2,90 %
21-30	172	70,1 %
31-45	38	15,7 %
46-60	27	11,25 %
61 o más	1	0,05 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De los encuestados tenemos que la mayoría de los visitantes se encuentran en un rango de edad de entre 20 a 30 años con un 70,1%, seguido de personas de entre 31 a 45 años con un 15,7%, seguido de las personas de entre 46 a 60 años con un 7,1%, seguido de 61 a más con un 2,4%, seguido de las personas entre 19 años con un 1,6% seguido de adolescentes de entre 18 a 19 años con un 0,4% lo que quiere decir que la Hacienda es visitada por una gran cantidad de personas jóvenes adultas. Podremos saber si las personas interesadas en visitar la Hacienda Agroturística son jóvenes, adultos o tercera edad para establecer parámetros de seguridad e infraestructura adecuada.

#### **1. ¿A usted, le gustaría convivir en un entorno natural?**

**Tabla 9.** *Convivir en un entorno Natural*

#### **Le gustaría convivir**

<b>en un entorno natural</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
------------------------------	--------------------	--------------------

Si	243	99,2 %
----	-----	--------

No	2	0,8 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Las encuestas reflejan que la mayoría de los visitantes prefieren convivir en un entorno natural con un porcentaje del 99,2%, y solo con un 0,8% que prefieren las grandes ciudades. Conoceremos las expectativas de cada visitante para adecuación de infraestructura.

### **2. ¿Con qué frecuencia visita usted a destinos turísticos en el Ecuador?**

**Tabla 10.** *Frecuencia de un destino turístico*

<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Semanal	17	6,8 %
Mensual	54	22,2 %
Semestral	35	14,3 %
Vacaciones	139	56,7 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Según los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados (56,7%) decide acudir a destinos turísticos en su temporada vacacional, mientras que el 22,2% de encuestados elige visitarlos mensualmente, por otro lado, el mínimo porcentaje 6,8% decide visitarlos de una manera semanal. Nos dará a conocer cada cuanto tiempo podremos esperar el regreso de un visitante.

### **3. ¿Por qué medio de comunicación utilizan para reconocer lugares turísticos?**

**Tabla 11.** *Medio de Comunicación*

<b>Medios de Comunicación</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Televisión	9	4,02 %
Internet	228	93,3 %
Radio	2	0,67 %
Revistas	2	0,67 %
Trípticos	2	0,67 %
Hojas volantes	2	0,67 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Con respecto al medio de comunicación más utilizado para reconocer lugares turísticos; es vía internet con el 93,3%, por el contrario, se logra evidenciar que el 6,7% de los encuestados han utilizado otros medios como son: televisión, radio, revistas, trípticos y hojas volantes. A través de estos sabremos qué medio de comunicación debemos utilizar con mayor frecuencia para atraer la atención de los turistas.

#### **4. ¿Cuál de los siguientes aspectos, considera el más importante a la hora de elegir un destino turístico?**

**Tabla 12.** Aspectos importantes destino turístico

<b>Aspectos más importantes</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Precios Económicos	84	34,3 %
Variedad de Atractivos	113	46,2 %
Ubicación		

	20	8,3 %
Buena atención al cliente	28	11,2 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Es evidente que para la mayoría de encuestados es importante que un destino turístico tenga variedad de atractivos (46,2%), no muy alejado el 34,3% se fija en que tenga precios económicos y con un 11,2% le es importante una buena atención al turista, por último y no menos importante los encuestados deciden fijarse en la ubicación para elegir un destino turístico. Determinar los elementos de mayor preferencia para el establecer estrategias que llamen la atención de nuestros visitantes en cuestión de precios, variedad y políticas internas.

#### **5. ¿Estaría dispuesto a visitar la Hacienda Agroturística el Rosario ubicado en Pastocalle provincia de Cotopaxi?**

**Tabla 13.** *Visita a la Hacienda Agroturística el Rosario*

<b>Opciones</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	239	97,6 %
No	6	2,4 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

La ubicación en un punto estratégico llama la atención de los visitantes, tener un contacto con la naturaleza en los predios rurales enmarcados con las montañas son la atracción, así como demuestra los resultados que un 97,6% del total de los encuestados, si están dispuestos a viajar y visitar la Hacienda agroturística. Conoceremos el interés de las personas sobre nuestro Producto. (Factibilidad, rentabilidad y viabilidad de creación del proyecto).

#### **6. ¿Usted con quien acudiría a visitar la Hacienda Agroturística rancho el Rosario?**

**Tabla 14.** *Con quien visitaría la hacienda Agroturística*

<b>Con quién visitará</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Familia	159	64,9 %
Compañeros y amigos	47	19,1 %
Pareja	28	11,6 %
Solo	11	4,4 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

En esta ocasión los encuestados con respecto al tema de compañía la gran mayoría 64,9% elige visitar a la Hacienda en familia, en segundo lugar, con 19,1% les gustaría visitar la Hacienda con compañeros y amigos, y con un bajo porcentaje 11,6% irían en pareja. Para establecer y adecuar espacios de acuerdo con el aforo de personas. (Infraestructura).

### **7. ¿Le gustaría que la Hacienda Agroturística ofrezca paquetes turísticos?**

**Tabla 15.** *Hacienda con paquetes Turísticos*

<b>Hacienda Agroturística con paquetes Turísticos</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	239	97,6 %
No	6	2,4 %

---

<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

En esta pregunta del total de los encuestados la gran mayoría desearía que la Hacienda ofrezca una variedad de paquetes turísticos, y con un mínimo porcentaje escogieron que no, tal vez por desconocimiento del tema. Con esto determinaremos si es factible la implementación de un paquete turístico, midiendo los gustos, preferencias y necesidades de nuestros clientes.

#### **8. ¿Usted estaría dispuesto, a participar de actividades turísticas dentro de la hacienda Agroturística?**

**Tabla 16.** *Actividades turísticas*

<b>Actividades en la que participaría</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	239	97,6 %
No	6	2,4 %
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta, nos indica que el 72,4% de los visitantes participaría en la actividad de aventura (caminatas, pesca deportiva, camping), el 18% de ellos participaría en la actividad de campo (agricultura y ganadería), donde el 5,6% participaría de la actividad de ocio y descanso, y apenas un 4% participaría de la actividad de educación ambiental. Por medio de esta pregunta buscamos entender y conocer lo que busca cada turista al momento de visitar una Hacienda agroturística.

### 9. Seleccione una de las actividades que usted desarrollaría en el campo

**Tabla 17.** *Tipo de actividad en la hacienda agroturística*

Hacienda agroturística con Paquetes Turísticos	Encuestados	Porcentajes
De campo, Agricultura y ganadería	239	97,6 %
Ocio y descanso	3	1,5 %
Pesca deportiva, caminatas, camping	3	1,5%
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Los resultados de esta pregunta reflejan que un 95,6% de los encuestados les interesaría aprender sobre las actividades que se desarrollan en el campo y mientras que el 4,4% no. Aprenderemos sobre los gustos y preferencias de los turistas, estas respuestas nos ayudarán a reestructurar las actividades planteadas o implementar nuevas actividades que involucren el interés de los turistas.

### 10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de la Hacienda Agroturística el rancho el Rosario?

**Tabla 18.** *Precio del servicio*

Dispuestos a pagar	Encuestas	Porcentaje
25 a 30	140	57,1

35 a 45	34	14,2
45 a 50	39	16,2
Más de 50	32	12,1
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación de campo. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

El factor económico es un valor muypreciado para los turistas, así como lo demuestra la encuesta en donde se evidencia que los visitantes están dispuestos a pagar un valor entre 25 y 30 dólares por persona por los servicios de la Hacienda Agroturística. Se establecerá los precios acordes a la capacidad financiera del cliente y enfocándonos también en los precios de nuestra competencia, estudiando los servicios que esta ofrece.

### **Análisis global de las encuestas**

Con base en las respuestas obtenidas, se podrá encaminar el diseño y planteamiento de los servicios turísticos a ofrecer en la hacienda agroturística. Además, al complementarse con las ideas y conclusiones que se lograron en los resultados, se lograrán reunir las opiniones, percepciones y actitudes de los consumidores en cuanto a la puesta en marcha del proyecto agroturístico en Pastocalle. En síntesis, los resultados arrojados por esta encuesta, que hace referencia al estudio de mercado, permitieron cumplir con los objetivos inicialmente planteados y potenciaron el conocimiento sobre las percepciones de los posibles consumidores. En primer lugar, se clarificó el nicho de mercado y se encontraron características comunes de los sujetos de interés, las cuales esclarecieron que los posibles visitantes seleccionado comparten aquella necesidad de diversión y ocio vacacional, que puede ser cubierta con el proyecto agroturístico que se propone en el presente trabajo.

Finalmente, entendiendo la dinámica del mercado, se realizó una segmentación conveniente de los consumidores a partir de ciertos rasgos, con el objetivo de contar con una demanda

efectivamente potencial para el servicio seleccionado, esbozando un número tentativo de usuarios y estableciendo planes de precios de acuerdo con los resultados.

### 10.1.5. Proyecciones de la demanda

Para realizar la proyección se han tomado los datos obtenidos de la demanda histórica del universo de estudio en donde se utilizará el método de regresiones o mínimos cuadrados, el mismo que consiste en agrupar los datos dispersos mediante un proceso estadístico que establece la diferencia respecto a la media aritmética y regresión de los datos de la función lineal. A continuación, en el siguiente cuadro se presenta información referente a la visita de turistas nacionales y extranjeros al Parque Nacional Cotopaxi, lo cual permitirá tener un enfoque claro sobre el flujo de turistas que llega a dicho lugar.

**Tabla 19.** *Demanda de visitantes históricos al PNC 2015 - 2020*

<b>Año</b>	<b>Demanda de Turistas</b>
2015	142.116
2016	121.092
2017	169.702
2018	233.181
2019	180.757
2020	181.764

**Nota:** Los datos se refieren a la demanda de visitantes históricos. Fuente: (Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica (MAE), 2019).

A continuación, se detalla la proyección para cinco años de la demanda potencial del proyecto objeto de estudio:

**Tabla 20.** *Proyección de la demanda de visitantes entre 2021 – 2025*

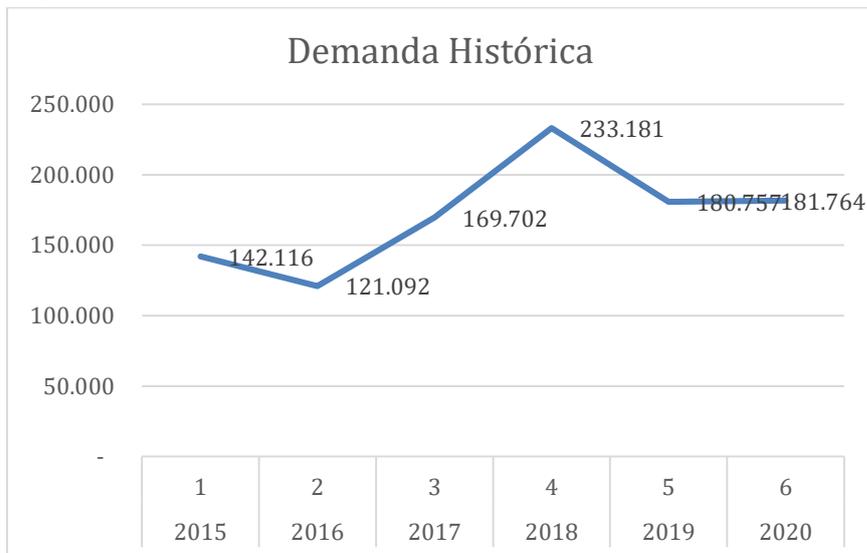
<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada de Turistas</b>
2021	215.507
2022	228.099

2023	240.690
2024	253.282
2025	265.874

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

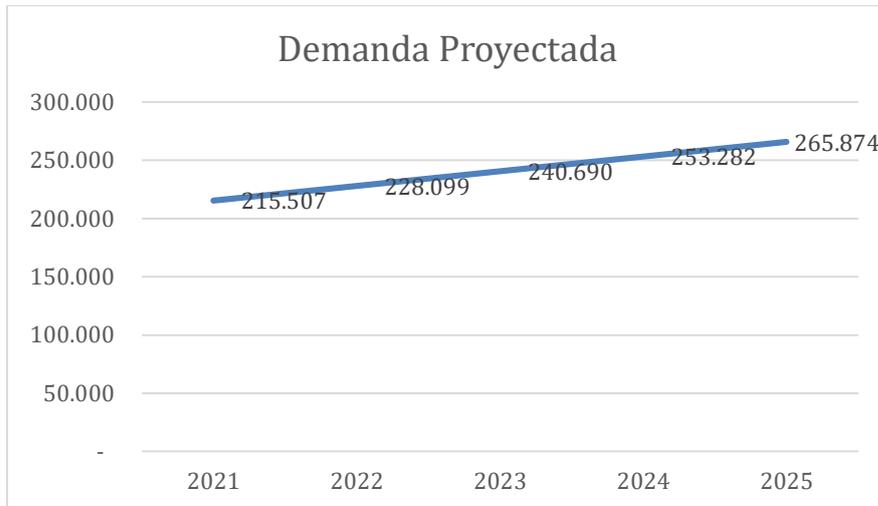
Se muestra la figura 15, que detalla la tendencia de la demanda de visitantes histórica para el periodo 2015 y 2020 del Parque Nacional Cotopaxi.

**Figura 1.** *Demanda de visitantes histórica PNC 2015 - 2020*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Se muestra la figura 16, que detalla proyección de la demanda de visitantes para el periodo 2021 y 2025 del Parque Nacional Cotopaxi.

**Figura 2.** Proyección de la demanda de visitantes entre 2021 - 2025

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.1.6. Competencia Directa

**Figura 3.** Hacienda La Ciénega

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Google Maps.

Hacienda La Ciénega Panamericana E-35 km 326, Lasso Cotopaxi Ecuador

Teléfono Hacienda: +593 (3) 271 9093 / 271 9182

Reservas: 0990016428 [reservaciones@haciendalacienega.com](mailto:reservaciones@haciendalacienega.com), [info@haciendalacienega.com](mailto:info@haciendalacienega.com)

Latitud: -0.7718 (0° 46' 18.48" S)

Longitud: -78.61952 (78° 37' 10.26" W)

La Ciénega es una de las haciendas coloniales más antiguas de Ecuador, con más de 400 años de antigüedad. Situado cerca de las laderas del majestuoso volcán Cotopaxi y su Parque Nacional, esta mansión ha sido escenario de importantes acontecimientos en la historia científica y social del país.

### **Hospedaje Suite de Lujo**

- Desde \$198.45 con desayuno americano NO incluye impuestos / noche

### **Suite familiar**

- Desde \$155.40 con desayuno americano NO incluye impuestos / noche

### **Matrimonial**

- Desde \$100.80 con desayuno americano NO incluye impuestos / noche

### **Doble**

- Desde \$100.80 con desayuno americano NO incluye impuestos / noche

### **Alimentación**

En Restaurante de La Ciénega, restaurante con vistas al jardín, se sirven desayunos, almuerzos, cenas y platillos sencillos. Los huéspedes pueden disfrutar de bebidas en el bar. Dispone de menú para niños, elaborada por nuestro reconocido chef Alfredo.

### **Medidas optimizadas de seguridad e higiene.**

- Este establecimiento indicó que pone en práctica medidas optimizadas de seguridad e higiene.
- El establecimiento se limpia con desinfectante
- El personal usa equipo de protección personal
- El establecimiento asegura que está implementando medidas para reforzar la limpieza
- Se implantan medidas de distanciamiento social en el establecimiento

### **Servicios principales**

- 28 habitaciones
- Servicio de limpieza diario
- Restaurante y bar
- Cancha de tenis exterior
- Traslado desde/hacia el aeropuerto
- Club infantil
- Recepción disponible las 24 horas

- Jardín
- Lavandería autoservicio
- Servicios de concierne
- Servicio de organización de bodas
- Resguardo de equipaje
- Desayuno completo gratis, wifi en el lobby gratis y estacionamiento gratis

### **Servicios para familias**

- Cunas gratuitas
- Club infantil
- Área de juegos para niños en el establecimiento
- Camas plegables/extra (con cargo)
- Disponibilidad de habitaciones comunicadas o contiguas
- Baño privado

### **Atracciones cerca del hotel**

- Parque Toacazo: 31 minutos a pie
- Cerrito de Callo: 12,7 km
- Parque Nacional de Cotopaxi: 23,7 km
- Volcán Rumiñahui: 27,8 km
- Plaza Maltería: 28,5 km
- Centro Cultural Molinos de Monserrat: 30 km
- Río Cunuyacu: 30,5 km
- Casa de los Marqueses de Miraflores: 30,9 km
- Parque Náutico Ignacio Flores: 31,5 km
- Panzaleo: 34,5 km
- Mercado de Plaza Sucre: 36,4 km

### **En el establecimiento**

#### **¿Viajas con niños?**

- Club infantil

#### **Alimentos y bebidas**

- Desayuno completo gratuito todos los días
- Restaurante
- Bar

- Cafetería
- Servicio a la habitación con horario limitado

### **Actividades**

- Cancha de tenis de exterior
- Básquetbol en el establecimiento
- Equitación caballos en el establecimiento
- Área de juegos para niños en el establecimiento
- Vóleibol en el establecimiento
- Tours ecológicos en los alrededores
- Senderos para caminar o andar en bicicleta en los alrededores
- Tenis en el establecimiento

### **De trabajo**

- Salas de reuniones

### **Servicios**

- Servicio de recepción las 24 horas
- Servicios de conserje
- Asistencia turística y para la compra de entradas
- Lavandería
- Resguardo de equipaje
- Organización de bodas

### **Instalaciones**

- Cantidad de edificios o torres: 2
- Año de construcción: 1600
- Jardín

### **Facilidades de acceso**

- Baño adaptado para discapacitados
- Habitaciones adaptadas para discapacitados
- Rampa de acceso adaptada para silla de ruedas
- Estacionamiento con acceso para silla de ruedas

### **Idiomas hablados**

- Español
- Inglés Detalles del hotel Información clave

**Tamaño del establecimiento**

- Este establecimiento tiene 28 habitaciones
- Este establecimiento tiene 2 pisos

**Check-in/check-out**

- El 78% de los clientes se sintió satisfecho con el servicio de check-in
- Check-in: de 12:30 a en cualquier momento
- Hora de check-out: 13:00

**Restricciones relacionadas con tu viaje**

- Este destino podría tener restricciones de viaje debido al COVID-19, incluidas restricciones de hospedaje específicas. Consulta con las autoridades nacionales, locales y de salud para este destino antes de reservar.
- El personal de recepción recibirá a los huéspedes al momento de su llegada.  
Requisitos para hacer el check-in
- Es obligatorio dejar un depósito en efectivo, con tarjeta de débito o con tarjeta de crédito para cubrir gastos imprevistos
- Es posible que se solicite una identificación oficial válida

**Niños**

- El establecimiento ofrece hospedaje gratuito a los niños, siempre que ocupen la misma habitación que sus padres o tutores y utilicen las camas existentes. Es posible que los niños no tengan acceso al desayuno gratis
- Club infantil

**Mascotas**

- No se aceptan mascotas ni animales de asistencia

**Internet**

- Wifi gratis en las zonas comunes
- Acceso a internet por dial-up en las habitaciones

**Hostería la Ciénega**

Hostería la Ciénega, cuenta con tres páginas en Facebook en donde se refleja el número de personas que visitaron este lugar

**Figura 4. Información Facebook**



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 21.** Páginas de Facebook

Páginas en Facebook	NÚMERO DE VISITAS	Seguidores	Likes
Complejo turístico	2.123	8.573	8.496
Negocio Local	2.723	572	572
Agencia de viaje		96	94
<b>Total</b>	<b>4.846</b>	<b>9.241</b>	<b>9.162</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 5.** Información Twitter



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Google.

**Tabla 22.** Páginas de Twitter

---

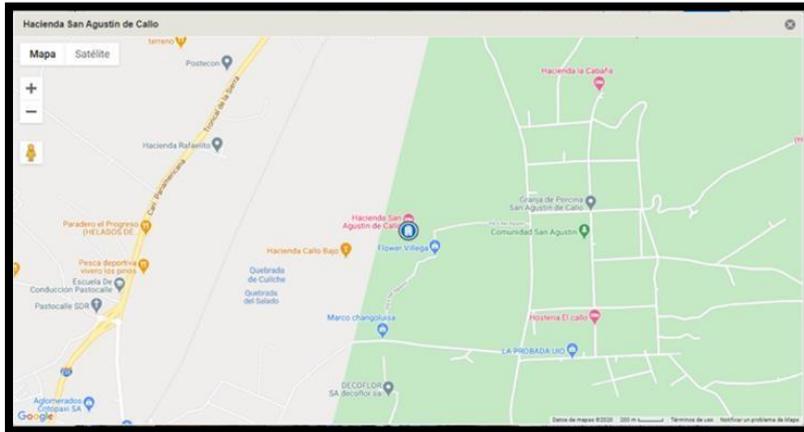
**Página en Twitter** 480

**Seguidores** 480

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Twitter

**Figura 6.** *San Agustín de Callo*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Google Maps.

Lasso, Provincia de Cotopaxi 77 km. al sur de Quito por la Carretera Panamericana. 5km. de la carretera y cerca de la entrada al Parque Nacional Cotopaxi

Teléfono: (593-3) 2719160

Llamar. Oficina. (593-2) 2906-157 / 8

Correo electrónico. [info@incahacienda.com](mailto:info@incahacienda.com)

### **Check-in/check-out**

- Check-in: de 14:00 a 11:00
- Hora de check-out: 11:00

### **Requisitos para hacer el check-in**

- Es obligatorio dejar un depósito en efectivo, con tarjeta de débito o con tarjeta de crédito para cubrir gastos imprevistos
- Es posible que se solicite una identificación oficial válida
- La edad mínima para realizar el check-in es de 18 años

### **Mascotas**

- No se aceptan mascotas

### **Internet**

- Wifi gratis en las zonas comunes
- Wifi gratis en las habitaciones

### **Alimentos y bebidas**

- Área para parrillas

#### **Actividades**

- Bicicletas gratuitas en el establecimiento
- Tours ecológico en los alrededores
- Senderos para caminar o andar en bicicleta en los alrededores

#### **Servicios**

- Servicio de recepción las 24 horas
- Lavandería

#### **Instalaciones**

- Áreas designadas para fumadores

#### **Facilidades de acceso**

- Habitaciones adaptadas para discapacitados
- Acceso para silla de ruedas
- Estacionamiento con acceso para silla de ruedas

#### **Para que te refresques**

- Artículos de tocador gratuitos
- Secador de pelo

#### **Mantente conectado**

- Wifi gratuito

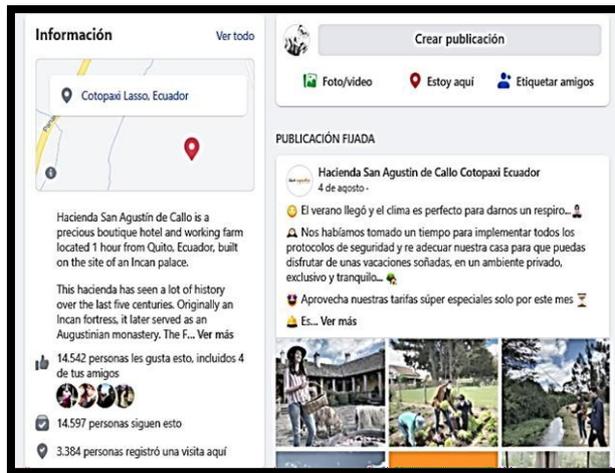
#### **Política**

- Este establecimiento no dispone de ascensor.
- Los huéspedes pueden descansar tranquilos ya que el establecimiento cuenta con extintor de incendios.
- Este establecimiento acepta tarjetas de crédito, tarjetas de débito y efectivo.
- Este establecimiento tiene un permiso según la ley aplicable. Número de registro de la propiedad (03) 2719160

**Tabla 23.** *Página en Facebook*

<b>Página en Facebook</b>	<b>NUMERO DE VISITAS</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Likes</b>
	3.384	14.597	14.542
<b>Total</b>	<b>3.384</b>	<b>14.597</b>	<b>14.542</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Facebook.



**Figura 7.** Información Facebook

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Google

**Tabla 24.** Páginas de Twitter

Página en Twitter	Seguidores
	259
<b>Total</b>	259

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Twitter.

### 10.1.7. Competencia Indirecta

*La estación:* Este lugar abarca un ambiente familiar en toda la extensión de la palabra, generando así una cultura de amor por la historia y lo propio de la sierra ecuatoriana

Ubicada en las faldas del Volcán Corazón, es un lugar acogedor e ideal para disfrutar del encanto de la naturaleza; combina su paisaje con la variedad de animales que posee, como búfalos, caballos, gansos, avestruces y más. Este sitio turístico se encuentra cerca de la estación del tren y es perfecta para aquellos turistas que buscan un ambiente familiar en la cual se puede interactuar en la granja llena de animales andinos, de la misma manera cuenta con un restaurante y salón de eventos donde se puede disfrutar de una comida de calidad, atención personalizada y shows en vivo. La temperatura en el lugar es de 12°C aproximadamente.

*Alojamiento:* Los turistas encontrarán cómodos alojamientos en la acogedora casa de campo que tiene un toque mágico con su distinguida decoración. El mobiliario tradicional de la hacienda de este lugar brinda a los huéspedes un escenario perfecto para una estadía maravillosa. Se ofrece 20 habitaciones dobles e individuales para brindar alojamiento a hasta 40 huéspedes, incluidas suites con chimenea. Todas las habitaciones y suites están bien decoradas para crear un ambiente acogedor y una estancia agradable.

*Servicios y comodidades:* Los servicios que ofrece la Hostería incluyen internet, lavandería y un restaurante que prepara cocina ecuatoriana e internacional. Especializados en especialidades y creaciones que solo se pueden encontrar en este lugar especial, los huéspedes disfrutan del pan casero de la casa, productos lácteos y más.

La finca está rodeada de naturaleza y amplios espacios verdes. Los animales domésticos son un atractivo adicional que cuenta con una variedad de animales andinos con los que podrás interactuar. Además, los huéspedes también pueden interactuar con una amplia variedad de aves, conejos, cuyes, vacas y un caballo de carro durante su estadía en este lugar especial.

### **Actividades**

- Recorrido libre en la granja donde podrán interactuar con nuestros búfalos, ponis, caballos de raza gigante, burro Federico, cabras, vaca Lola.
- Pasear en carreta o montar a caballo dentro de la granja por su seguridad.
- El visitante puede interactuar y conocer acerca de sus hermosos.
- También tenemos aves de corral, conejos, cerdos vietnamitas.
- Puedes quedarte a almorzar y deleitarte con exquisita comida típica del lugar.

### **¿Cómo llegar?**

Se encuentra ubicada junto a la Estación del Tren “Machachi”, es un lugar rodeado de áreas verdes con una ruta de camino empedrado y senderos para mayor comodidad; acompañados de un guía los visitantes podrán conocer de cerca animales de diversas partes del mundo.

### **Figura 8. Localización**



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Google Maps.

### Horarios de atención

- Lunes y martes bajo reserva
- Sábados y domingos

**Tabla 25.** *Visita a la granja*

Check In	Check Out
11:00 a.m	16:00 p.m

**Nota :** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: *Wladimir Zapata*.

**Tabla 26.** *Alojamiento*

Check In	Check Out
11:00 a.m	11:00 hasta 12:00 p.m

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: *Wladimir Zapata*.

### Contactos

Ecuador Telefax: 593 2 2309246.

Celular: 593 992771578 1 995086721

hosterialaestacion@hotmail.com

### **10.1.8. Competencia Indirecta**

#### **Tunas y Cabras**

En la provincia de Imbabura en la antigua vía Ibarra- Chota- Tulcán rodeado de 7000 hectáreas desérticas se encuentra nuestro paraíso a 1.950 metros sobre el nivel del mar, sitio en el que podrán descansar a plenitud por la tranquilidad, buen clima, excelente gastronomía, comida orgánica y un sin número de actividades de Agroturismo, Ecoturismo, Turismo educativo, turismo comunitario, cultivos hidropónicos, animales de establo, elaboración de shampo y jabón de sábila, alimentos orgánicos, plantas medicinales, área hípica, piscinas, restaurante y sala de eventos.

**Latitud:** 0° 25' 34" N

**Longitud:** 78° 3' 17" W

**Altitud:** 2008

**Ubicación Ciudad:** Ibarra

#### **Actividades principales**

1. Actividades de agroturismo como:
  - Administración integral de animales y manejo de plantas medicinales.
  - Administración de agricultura orgánica y de hidropónicos.
  - Observación of ganado bovino, ovino, caballar, aviar y porcino.
  - Cosecha de churos.
  - Deshidratación de plantas medicinales.
  - Elaboración y producción de shampoo y jabón de Aloe vera.
  - Ecoturismo en clima seco-cálido.
  - Trapiche panelero «motorizado» por Lucero (nuestra burrita).
  - Cancha Hípica.
  - Paseo a caballos.
  - Canchas deportivas.

8. Una espectacular piscina con dos áreas tanto para niños como adultos, bar and música (Grupos de más de 30 personas disfrutarán en la noche o en el día la música Bomba desde el Chota en vivo)

### **Eventos exclusivos**

Realizamos los eventos más exclusivos como matrimonios, quince años, bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, etc. Poniendo especial cuidado a los requerimientos de nuestros clientes, en el mejor ambiente sofisticado y a la vez natural.

### **Campo ecuestre**

Además, ofrecemos clases de equitación, con uno de los mejores profesionales de la equitación en el Ecuador (Diego Acosta).

### **Hospedaje**

#### **Habitaciones y tarifas**

Hoy es posible disfrutar de la naturaleza con confort, en nuestras modernas habitaciones panorámicas donde se sentirá parte del entorno. Una vivencia milenaria a su alcance.

La tarifa es por persona y este costo incluye:

- Alojamiento
- Cóctel de bienvenida
- Un desayuno, por persona
- Bebidas ilimitadas

Recorridos guiados por el entorno del hotel, el mismo que cuenta con senderos para la observación de los cultivos agrícolas existentes, animales de la granja, cultivos hidropónicos y más.

#### **Guía nativo**

- Uso de áreas húmedas (piscina, jacuzzi panorámico de vidrio, turco)
- Uso de instalaciones (canchas deportivas, zona ecuestre)
- Visita del “Happy Place” zona de descanso y hamacas.

- Visita al Mirador y uso de la Escalera al Cielo
- “The L.O.V.E experience!” Descubrirá el camino del amor y podrá sellar una promesa con su pareja, familia, mascota o amigos.
- Candado para su promesa en “the L.O.V.E experience!”}

**Tabla 27.** *Tipo de Habitaciones*

Capacidad	Tipo de habitación	
👤 + 👤 Ⓛ	▶ <a href="#">Suite Deluxe</a> 1 cama doble grande 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤	▶ <a href="#">Suite Doble Deluxe - Cama grande</a> 1 cama doble grande 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤	▶ <a href="#">Habitación con cama extragrande y bañera de hidromasaje</a> 1 cama doble 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤	▶ <a href="#">Habitación Estándar - 1 cama grande</a> 1 cama doble 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤 + 👤 Ⓛ	▶ <a href="#">Habitación Triple Estándar</a> 1 cama individual 🛏 y 2 literas 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤 + 👤 Ⓛ	▶ <a href="#">Habitación Doble Superior con vistas al jardín - 1 o 2 camas</a> 2 camas individuales 🛏	Mostrar precios
👤 + 👤 + 👤 Ⓛ	▶ <a href="#">Suite con bañera de hidromasaje - Cama extragrande</a> 1 cama doble extragrande 🛏	Mostrar precios

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 28.** *Estadísticas de visitantes a TUNAS & CABRAS*

Nº	VISITANTES TUNAS & CABRAS	OBSERVACIONES
1	36,831	Le gusta esta página
2	38,027	Personas que siguen esta página
3	3,798	Personas que registraron una visita

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

## GRANJA LA ESTACIÓN

Se creó la página el 22 de noviembre de 2015

**Tabla 29.** *Cifras en Facebook*

Personas les gusta la pagina	Personas siguen la pagina	Personas registraron una visita
1.968	2.043	983

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 30.** *Cifras en Instagram*

Seguidores
429

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 9.** *Granja la Estación*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.1.9. Análisis de la Oferta

Una vez realizado la investigación de la competencia directa e indirecta, se determinó que existen diferentes establecimientos en los que se podrían realizar variedad de actividades turísticas.

Se muestra la tabla siguiente, que detalla la oferta proyectada para el periodo 2011 y 2025 del proyecto.

**Tabla 31.** *Oferta Proyectada entre 2021 - 2025*

<b>Año</b>	<b>n</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2020	0	140.590
2021	1	146.214
2022	2	152.062
2023	3	158.145
2024	4	164.470
2025	5	171.049

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Seguidamente se determinó la demanda insatisfecha del proyecto de la hacienda agroturística rancho el Rosario, se calculó la Demanda Potencial Insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta, y la oferta del proyecto se estimó con el 20% para nuestro proyecto, que se detalla en la siguiente tabla:

### 10.1.10. Demanda insatisfecha

**Tabla 32.** *Demanda Insatisfecha 2021 – 2025*

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>DPI/año</b>	<b>Oferta del Proyecto</b>
<b>2021</b>	215.507	146.214	69.293	<b>13.859</b>
<b>2022</b>	228.099	152.062	76.036	<b>15.207</b>
<b>2023</b>	240.690	158.145	82.546	<b>16.509</b>
<b>2024</b>	253.282	164.470	88.812	<b>17.762</b>
<b>2025</b>	265.874	171.049	94.825	<b>18.965</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.1.11. Actividades Agropecuarias

*Corrida de Borregos:* Esta actividad se la realizara para todo público en general, siendo muy llamativa e innovadora en el mercado turístico. Para lo cual será necesario adquirir 3 borregos, los mismos que serán entrenados durante un periodo de 6 meses por 3 horas al día, antes de realizar exhibiciones dentro de un tentadero ante la mirada del público.

**Figura 10.** *Corrida de Borregos*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para las personas más arriesgadas o hábiles (hombres/mujeres) se entrenará al primer borrego. Para las personas menos arriesgadas (hombres/mujeres), habrá un borrego específico. En cuanto a los niños se tendrá un ejemplar más dócil, para que puedan montarlos paseándose dentro del tentadero y así disfrutar del espectáculo.

*Ordeño de vacas:* El ordeño es el procedimiento de extraer la leche de las glándulas mamarias de un mamífero, habitualmente del ganado vacuno. Se puede hacer de forma manual o mecánica y es necesario que el animal, al ser mamífero, haya tenido una cría.

El ordeño manual se lleva a cabo masajeando, presionando y tirando del pezón hacia abajo hasta que sale la leche que se recoge en un recipiente, normalmente un cubo. Es importante destacar que este ordeño se debe hacer de manera tranquila para la vaca, en un lugar cubierto, limpio y seco en la mayor medida por temas de sanidad del producto (leche).

**Figura 11.** *Ordeño de vacas*

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Esta actividad los productores la realizan dos veces al día y todos los días: En la mañana desde las 4 hasta las 6 y en la tarde igual desde las 4 hasta las 6.

Etapas para la actividad del ordeño de las vacas.

**Antes.**

- Verificación de la alimentación de las vacas (plátano, melaza, pasto), sal mineral y agua.
- Verificar que la vaca no tenga fiebre en la ubre.
- Verificar que la ubre de la vaca no tenga ningún golpe y/o lesión en la urbe.

**Durante.**

- Usar mandiles, guantes, botas de caucho.
- Proceder al lavado de la ubre.
- El primer ordeno de leche se descarta (MASTITIS)



*Cultivos Ecológicos:* Los huertos ecológicos en el rancho el rosario es una de las actividades que brinda a sus clientes el establecimiento por ser este amigable

con el ambiente, los huertos ecológicos son un espacio de tierra que se cultiva con frutas, verduras, legumbres, hortalizas y plantas, respetando los procesos naturales de los productos sin la utilización de productos químicos o artificiales.

Es por ello que en las huertas encontraremos los plantas originariamente de la sierra del suelo húmedo negro que brinda mucho nutrientes y en las cuales encontraremos papas, ocas, maíz,

zanahorias, coles, coliflor, espinaca, entre otras y en el aspecto medicinal encontraremos manzanilla, menta, ortiga, cedrón, orejano, entre otras nuestro huerto contara con nuestros fertilizantes naturales que serán extraídos de nuestro rancho para contribuir con el ciclo natural para no afectar al suelo y pueda que este pueda ofrecer más nutrientes para las plantas.

#### 10.1.12. Actividades de recreación

*Pesca Deportiva:* La Hacienda el Rosario, es el sitio adecuado para disfrutar de un fin de semana en familia, allí se puede encontrar un paisaje rodeado de vegetación y practicar la pesca deportiva, una actividad que disfrutan chicos y grandes.

El pescado es una excelente fuente de alimento y su consumo ha ido posicionándose y los turistas que visiten la Hacienda pueden disfrutar haciendo el deporte de la pesca deportiva.

**Figura 12.** *Pesca Deportiva*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación.

Fuente: Wladimir Zapata.

*Cabalgata:* La actividad ecuestre como lo es la cabalgata ayuda a poder tener un mejor contacto con la naturaleza a su vez proporciona relajación y brinda un disfrute junto a la compañía de amigos, familiares etc. Los caballos son fuertes, rápidos, mansos y seguros para hacer de su cabalgata una experiencia placentera e inolvidable. Además, son guiadas por un personal altamente competente en la rama ecuestre y turística por lo que el visitante estará siempre atendido apropiadamente.

**Figura 13.** *Cabalgata*

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.



También, se tiene gran variedad de cabalgatas que han sido diseñadas para satisfacer diferentes tipos de clientes. Para realizar esta actividad se recomienda contar con ropa la cual cubra sus brazos para protección del sol, sombrero, gafas, además de botas, si el clima esta frio es recomendable utilizar botas e indumentaria bien abrigada.

En esta actividad dentro del costo está incluido casco o sombrero (a elección del jinete) para la seguridad, además de un zamarro para cubrir del frío y asemejar al personaje de los páramos ecuatorianos “el chagra”.

*Camping:* Acampar es una de las actividades favoritas de los viajeros que disfrutan de la aventura y valoran la oportunidad de conectarse con la naturaleza En la Hacienda El Rosario tenemos el espacio para nuestros turistas está abierta para todo el público en general, nuestra área de camping tiene una extensión de 1500 m<sup>2</sup> y cuenta con varias facilidades para el turista como áreas picnic, con espacios específicos para realizar fogatas además se ofrecerá un delicioso canelazo para las noches frías.

**Figura 14.** *Camping*

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

*Caminatas:* Dentro de la eco-granja podemos realizar caminata de aproximadamente 600 metros de distancia, en el transcurso de la caminata podemos observar huertos orgánicos, plantas medicinales, aves, etc. Esta actividad está destinada para personas desde los 6 años hasta los 65 años, este rango de edad lo hemos tomado debido a las irregularidades que presenta el suelo.

**Tabla 33.** *Tipo de paquetes turísticos para el proyecto*

<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS INCLUIDAS</b>	
<b>Paquete 1</b>	Desayuno
	Almuerzo
	Huertos ecológicos
	Ordeño de vacas
	Corrida de borregos
<b>Paquete 2</b>	Desayuno
	Almuerzo
	Pesca deportiva
	Cabalgata

---

Camping

Caminatas

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### **10.1.13. Canales de Comercialización**

Para toda actividad económica y/o comercial, deben existir proveedores que surtan los requerimientos de insumos, materias primas y demás productos para poder ofrecer los servicios o vender los productos. De igual manera, deben existir formas de llegar a los clientes, en especial si se trata de productos los que la empresa ofrece. En este apartado se detallan los aspectos concernientes a los canales de comercialización para la Hacienda turística.

### **10.1.14. Análisis del precio de la competencia**

Para los servicios de la Hacienda turística, no existe en realidad competencia directa, sin embargo, a nivel regional, se cuenta con varios servicios similares. Teniendo en cuenta, que en su mayoría el acceso a estos lugares se realiza de forma personal, es decir sin intermediarios, como agencias de viajes o servicios de transporte turístico, se describen los costos de algunos de los servicios que en estos lugares son ofrecidos, de forma que se pueda establecer un indicador de lo que puede ser el costo de los servicios de los siguientes:

*Quinta y hospedaje san Fernando:* Es una quinta que ofrece el servicio de hospedaje en cabaña rodeada por la naturaleza, turismo ecológico, senderos para caminatas, cerca al volcán Cotopaxi, illinizas y laguna de Quilotoa, una experiencia inolvidable, ubicada en el barrio las goteras 5 de junio en la parroquia de Lasso y el valor por noche es de 25\$ por persona.

*Hacienda la Ciénega:* Hostería La Ciénega es una de las haciendas coloniales más antiguas de Ecuador, con más de 400 años de antigüedad. Situado cerca de las laderas del majestuoso volcán Cotopaxi y su Parque Nacional, esta mansión ha sido escenario de importantes acontecimientos en la historia científica y social del país. Hoy en día, convertido en un hotel boutique de lujo, La Ciénega ofrece al visitante la experiencia única de permanecer dentro de sus muros de piedra volcánica de dos metros de espesor que son testigos silenciosos de la historia de un pueblo y la poesía de una época. Rodeado por la impresionante belleza natural del paisaje y el rico folclore de los pueblos indígenas del Ecuador. El costo del hospedaje son

los siguientes: Suite de Lujo: 198,45\$. Suite familiar: 155,40\$. Matrimonial: 100,80\$. Doble: 100,80\$.

**La Quinta colorada:** Hostería “La quinta colorada” se encuentra en el sector de Lasso a 5km de la vía Toacazo – Sigchos con a una altura de 3.100 msnm. Desde donde se podrá observar al majestuoso Volcán Cotopaxi con sus 5.897msnm. El paisaje de los campos florecientes y el aire puro nos invita a recorrer en bicicletas o a quienes les gusta los paseos a caballo pueden recorrer las vías que conducen hacia los pueblos más cercanos a visitar sus ferias tradicionales en Toacazo, Sigchos, Alaquez, y demás. Como somos una zona netamente agrícola se puede presenciar o hasta participar del ordeño tradicional de ganado en las tardes o mañanas cálidas. Valor por noche: \$80.

Teniendo en cuenta por las hosterías que brinda un servicio similar a la hacienda agroturística rancho el Rosario fijan un precio entre los \$100, \$80 y \$25 por persona se trabajará la fijación de precios bajo este aspecto, ofreciendo un paquete turístico completo que incluya, alimentación, guía turística y otras atracciones adicionales, en precios que oscilarían entre los \$60 y \$70 por persona incluyendo desayuno y almuerzo, igualmente siempre tendiendo un margen de ganancia que se estimará en el estudio económico y financiero. Para aquellos clientes que deseen participar de solo un número específico de actividades, se tendrán precios individuales de cada atracción, al igual que la variedad de platos que se desean ofrecer, para satisfacer todos los gustos se empezará con el plato típico del cuy y platos pequeños por el inconveniente del presupuesto.

#### 10.1.15. Selección de canales de comercialización

Utilizando las plataformas de comunicación y navegación como: Facebook, Instagram, se llegará a ofrecer los productos dando la opción de direccionar al interesado a la página oficial de la Eco-granja “Rancho El Rosario” y pueda cumplir su propósito de reserva y compra de forma segura y directa. Cabe recalcar que dichas plataformas ayudaran a promocionar los productos.

**Tabla 34.** *Canal, Recorrido, Consumo*

CANAL	RECORRIDO		CONSUMIDOR
	FABRICANTE	SITIO	DETALLISTA

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.1.16. Publicidad y Promociones

La publicidad siempre será persuadir o incitar a los potenciales clientes a visitar el destino que se les está ofreciendo, en este caso la Hacienda turística Rancho “El Rosario”. Para ello, se definen una serie de elementos que propiciaran no solo el reconocimiento del destino turístico, sino también la creación de una identidad única, propia y fácilmente reconocible, seleccionado los medios de comunicación más adecuados para llegar de forma eficiente a más clientes potenciales.

*Logotipo:* El objetivo del logotipo es impactar visualmente a los espectadores, creando recordación de marca, tanto de forma consiente como inconsciente, siendo directamente identificable y agradable a la vista, de forma que sea mucho más fácil asociarlo con la Hacienda turística. Dado que en la hacienda donde se llevará a cabo esta idea de negocio, posee su nombre y lo ha mantenido por muchos años, se llegó a la conclusión que lo ideal es mantenerlo igual, por lo que la Hacienda turística se llamará Rancho “El Rosario”.

Para el logotipo se usarán colores característicos de los ambientes naturales, como el verde de los árboles y el azul del cielo, usando imágenes similares, que generen sensaciones positivas y familiares, todo bajo un entorno social de interacción del ser humano con el medio ambiente, creando de esta forma una relación amigable, basada en la sustentabilidad, el respeto y la integración. De esta forma se ha diseñado el siguiente logotipo para la Hacienda Turística.

**Figura 15.** *Logotipo*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

*Descripción de los elementos y colores*

**Sol:** El sol amarillo nos da a conocer cada amanecer diario que empieza acompañado con el inicio de las actividades en el Rancho.

**Cielo:** El cielo nos da a conocer el espacio que rodea y se adorna el lugar, con su color azul de un cielo despejado hacia un nuevo día de relax.

**Terreno:** El terreno verde nos da a conocer el espacio donde se habita tanto la infraestructura como animales y cultivos que tiene este lugar.

**Arboles:** Los árboles verdes adornan el recorrido del sendero de este lugar, ayudando así al bueno oxígeno que ellos proporcionan para los visitantes.

**Casa:** La casa nos da a conocer el sitio donde encontramos los implementos de confort que hallara cada visitante.

**Cultivos:** Los cultivos nos da a conocer las plantas, vegetales y otros frutos que se cultivan y florecen en el rancho.

**Vacas y Ovejas:** La vaca y las ovejas simbolizan a todos los animales que habitan en el rancho.

**Tractor:** El tractor simboliza a toda la maquinaria que contiene el lugar de diferente tipo, ayudando a la conservación y el buen manejo.

*Descripción de las frases*

**Rancho:** Palabra que el significado a un lugar o granja que contiene muchos animales y se vive una rutina de vida junto a ellos.

**Rosario:** Palabra que se lo escogió como nombre del rancho debido a la santísima Virgen del Rosario que habita como un cuadro en esta hacienda, como madre protectora del mismo.

**Vivamos el Campo:** Frase que emotiva a los visitantes a dar un paso de curiosidad por experimentar la vida en el campo.

*Eslogan*

Con el eslogan o Lema, se pretende crear una frase pegajosa, llena de carisma y sobre todo que se pueda asociar fácilmente a la Hacienda. Esta frase debe ser corta, usar palabras fáciles de pronunciar y adecuadas para lograr una buena impresión del lugar que se está publicitando.

Teniendo en cuenta el carácter eco amigable del lugar y su aspecto turístico, se ha optado por el siguiente eslogan: “Vivamos el Campo”

#### **10.1.15. Análisis de Medios**

Los medios más frecuentemente utilizados para promocionar productos o servicios son: el internet.

*Internet:* El internet es uno del medio más utilizado y de fácil acceso en la actualidad, este nos permite el acceso a cada una de las páginas web como Facebook, Integran y e-mail, de una forma amplia, sin restricciones y con un costo mínimo, las cuales nos ayudará a promocionar en la eco-granja El Rosario y cada uno de los paquetes turísticos que van a ser ofertados, ya que en la actualidad la mayor parte del mundo posee tecnología inteligente y acceso a internet.

*Estrategias Publicitarias:* Se manejarán las siguientes estrategias publicitarias:

*Email marketing:* Utilizaremos esta estrategia ya que el email es un tipo de estrategia de marketing que puede adaptarse a todo tipo de marcas y de campañas, desde la captación inicial hasta la fidelización.

Será utilizada como medio de comunicación entre nosotros como empresa y los clientes o clientes potenciales, a través de un correo electrónico donde recibirán en su bandeja de entrada ofertas especiales es decir tendrán una atención personalizada.

*Marketing de redes sociales:* El marketing de redes sociales se basa en estar en los mismos sitios en los que los usuarios pasan su tiempo libre, con una presencia no intrusiva y creando una comunidad en torno a nuestra marca en ese caso utilizaremos herramientas como;

*Facebook:* Se subirá información de la empresa ya sea ubicación, contacto directo como también el horario de la granja además de nuestros productos y promociones.

*Instagram:* Se subirán promociones de los paquetes y se creará concursos y sorteos, también serán subidas las experiencias de nuestros clientes en la eco- granja como referencia para nuestros futuros clientes.

*Social Ads*: Esta estrategia es complemento de la anterior, pero en lugar de tener una presencia a través del canal de la eco-granja, se aprovechará las plataformas publicitarias de las redes para insertar anuncios de la empresa donde segmentamos usando la información de la que disponen las redes sociales sobre los usuarios, lo que permite dirigir la publicidad con mucha precisión.

## **10.2. ESTUDIO TÉCNICO**

Está conformado por los siguientes elementos para el proyecto, que se detallan a continuación:

### **10.2.1. Tamaño del proyecto**

En cuanto al tamaño del proyecto, se tienen en consideración varios aspectos, los cuales son relevantes a la hora de determinar el alcance y la capacidad del negocio que se desea establecer, en este caso la Hacienda turística.

Para el caso de la hacienda agroturística, el tamaño del proyecto está determinado por el tipo número de actividades a ofrecer y sus requerimientos de suministros, la tecnología y equipos necesarios para su funcionamiento, la capacidad de las instalaciones para atender un número específico de clientes al mismo tiempo y los recursos financieros disponibles para suplir todos los requerimientos de inversión, todo esto teniendo en cuenta la demanda proyectada, la cual es el resultado del análisis de mercado realizado previamente.

Los factores que determinan el tamaño del proyecto, objeto del presente trabajo, son las siguientes:

- **Tamaño del proyecto y la demanda:** Este factor es de los más importantes, puesto que es el que indica que tanto nivel de aceptación puede llegar a tener la Hacienda y, por ende, que tantos clientes puede llegar a tener, teniendo en cuenta la población objetivo a la cual se desea llegar en primera instancia.
- **Tamaño del proyecto y los suministros e insumos:** En cuanto a las actividades que se ofrecerán en la Hacienda el Rosario y los suministros necesarios para ello, se debe tener en cuenta un aspecto muy importante, dado la ubicación de la empresa y la actividad económica a llevar a cabo, estos suministros son fáciles de conseguir, puesto que, en su mayoría, todos se

encuentran a disposición inmediata, como el caso de los animales que harán parte de las atracciones.

- **Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos:** Al tratarse de paquetes ecoturísticos, el requerimiento de tecnología y equipos es mínimo, puesto que lo que se desea es ofrecer una alternativa medio ambiental sostenible, en donde se pueda mostrar algunas de las riquezas naturales de la región, aprovechando los recursos y elementos que se encuentran a disposición.
- **Tamaño y financiamiento:** Este factor es que el determina la disponibilidad de los recursos para llevar a cabo todas y cada una de las actividades y procesos que se requieren para el correcto funcionamiento de la Hacienda. Además, asegurar los recursos financieros necesarios, supone la capacidad del negocio de operar aun cuando no ha empezado a generar ingresos.

### **10.2.2. Capacidad del proyecto**

Este aspecto determina la capacidad que se tiene para atender un número determinado de clientes al mismo tiempo, teniendo en cuenta que, al ser una hacienda, se deben acondicionar espacios para parqueo de vehículos, baterías sanitarias, camping, pesca deportiva, corrales, huertos ecológicos, el recorrido de los visitantes, atracciones, entre otros. Por tanto, se debe tener muy en cuenta, a la hora de diseñar la distribución óptima de los espacios, con el fin de aprovechar al máximo las instalaciones.

#### **10.2.2.1. Capacidad total diseñada.**

La hacienda El Rosario, donde se ubicará la Hacienda turística, cuenta con 15 hectáreas de terreno, de las cuales 1500  $m^2$  comprenden el área de Camping, 200  $m^2$  para la pesca deportiva, 1000  $m^2$  destinada para los establos, 5000  $m^2$  destinada a la corrida de borregos, 250  $m^2$  destinada a los huertos, 300  $m^2$  destinada al parqueadero, 20  $m^2$  destinada a baños generales, dando un total de 8770  $m^2$  destinada para las instalaciones de las actividades.

Por su parte, el terreno cuenta con una casa amplia de 500  $m^2$  con todos los servicios básicos, que, además, será adecuada para ofrecer charlas previas al recorrido de la hacienda a los turistas, el resto está conformada por vegetación natural y abundante pasto, el cual sirve como alimento para el ganado.

### 10.2.2.2. Capacidad proyectada

En cuanto a la capacidad proyectada de la empresa, se tiene en cuenta la demanda proyectada del producto de la hacienda agroturística rancho el Rosario, como resultado de la investigación de mercados realizada con anterioridad, se tiene la siguiente tabla:

**Tabla 35.** *Capacidad proyectada 2021 - 2025*

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Capacidad proyectada anual	13859	15207	16509	17762	18965
Capacidad proyectada mensual	1155	1267	1376	1480	1580

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.2.2.3. Capacidad instalada

De las 15 hectáreas que comprende la hacienda El Rosario, solo se tendrá en cuenta para el desarrollo de la hacienda, la correspondiente al área donde se encuentra ubicada la casa y suplir las necesidades de la demanda estipulada anteriormente, con 11,18 hectáreas. A su vez, para las atracciones en donde se cuenta con animales de granja se tiene estipulado un área alrededor de la casa, con varios corrales cercados, en donde los visitantes podrán apreciar a los animales y alimentarlos de forma controlada y supervisada por los guías. Por último, la zona de camping estará situada en una zona un poco más alejada, con su respectiva señalización y puesto de vigilancia. En esta se pudo determinar un promedio de visitas mensuales de 231 turistas, y tenido en cuenta el área de la hacienda.

**Tabla 36.** *Capacidad instalada 20% proyectada*

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Capacidad instalada anual	2772	3041	3302	3552	3793
Capacidad instalada mensual	231	253	275	296	316
Capacidad instalada por semana (viernes a domingo)	23	25	28	30	32

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 16.** *Macro localización*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El espacio para el proyecto debe partir de una zona geográfica amplia, para posteriormente limitar y encontrar el mejor espacio con las condiciones óptimas para la ejecución del proyecto.

El presente proyecto ubicado al noroccidente de la ciudad de Latacunga, en la parroquia Pastocalle, se describe la ubicación geográfica de la parroquia la Pastocalle:

*Limites*

Norte: Cantón Mejía Sur: Parroquia Tanicuchi Este: Mulalo

Oeste: Toacazo

**Figura 17. Micro localización**

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El Agroturística “El Rosario” es de propiedad privada, se encuentra ubicada en la parroquia de Pastocalle, barrio el Progreso a unos 25 metros aproximadamente de la vía E35 Panamericana norte vía Quito.

**Tabla 37. Existencia de Vías de comunicación****1.- Existencia de vías de comunicación**

a. Localización sobre caminos vecinales	4
b. Localización sobre carreteras sin continuidad	2
c. Localización sobre carreteras continuas, pero que no unen directamente	4
d. Localización de carreteras sin continuidad pero que unen 2 polos	3
e. Localización sobre carreteras continuas que unen varios polos	3
f. Localización sobre carreteras de enlace internacional	4

**2. Seguridad de conducción**

a. Vías con trazado y superficies defectuosas o montañosas	3
b. Vías con trazado defectuosos, superficie normal, montañosas	4
c. Vías con trazado normal, superficies defectuosas, montañosas	3

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.2.3. Evaluación de factores importantes

Los factores importantes para evaluar son los siguientes:

**Tabla 38.** *Evaluación de factores importantes*

		<b>Nota</b>
<b>1.- Proximidad a las vías principales (visuales)</b>		
a. Al pie de la vía	5	: Los datos fueron obtenidos de la investigación.
b. Visible a 500 metros	5	
<b>2. Costo del terreno</b>		
a. Algo más de lo normal	5	Fuente: Wladimir Zapata.
<b>3. Condiciones del subsuelo</b>		
a. Condiciones inestables	3	
b. Nivel freático muy alto	4	
c. Condiciones aptas para cimentación de edificios bajos	4	
<b>4. Topografía</b>		
a. Pendiente promedio hasta el 10%	3	
b. terrenos demasiados planos	4	

### 10.2.4. Evaluación de factores deseables

**Tabla 39.** *Evaluación de Factores deseable*

---

**Disponibilidad de materiales y mano de obra**

- |  |   |
|--|---|
| a. Existentes en cantidad y buena calidad      | 4 |
| b. Existentes en cantidad y calidad aceptables | 4 |

**2. Condiciones meteorológicas**

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| a. Normales              | 4 |
| b. Zona de precipitación | 2 |

**3.- Facilidades de desagües**

- |  |   |
|--|---|
| a. Desagües por gravedad a servidumbre que no ocasiona perjuicios o molestias, ni externas ni internas | 4 |
|--|---|

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 40.** *Cantidad de factores decisivos*

<i>Cantidad de factores decisivos utilizados</i>	<i>Proceso</i>	<i>Resultado total</i>
29	29 * 5	145
<b>Puntuación final: 105</b>		

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 41.** *Cantidad de factores importantes utilizados*

<i>Cantidad de factores importantes utilizados</i>	<i>Proceso</i>	<i>Resultado total</i>
8	8 * 5	40
<b>Puntuación final: 33</b>		

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 42.** *Cantidad de factores deseables Utilizados*

<i>Cantidad de factores importantes utilizados</i>	<i>Proceso</i>	<i>Resultado total</i>
--	----------------	------------------------

5	5 * 5	25
<b>Puntuación final: 18</b>		

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 43.** *Puntuaciones*

Factores decisivos	43,45
Factores importantes	20,63
Factores deseables	13,5
<b><i>Puntuación final</i></b>	<b>78</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.2.5. Análisis de factibilidad para la localización del proyecto

La creación de la hacienda agroturística, en el Rancho el Rosario, es factible ya que cumple con los factores de rentabilidad, así como lo muestran los cuadros de calificación en donde la ubicación y los demás derivados del lugar son los suficientemente aptos para que se ejecute el proyecto y sea una fuente ingresos económicos, además de ser un eje de desarrollo local y social por las facilidad y accesos que cuenta el lugar, así como también los servicios básicos y complementarios que existen en la zona. En el análisis de los factores decisivos nuestra calificación del 78% por lo que automáticamente la calificación es excelente, es decir es buen lugar para desarrollar el proyecto.

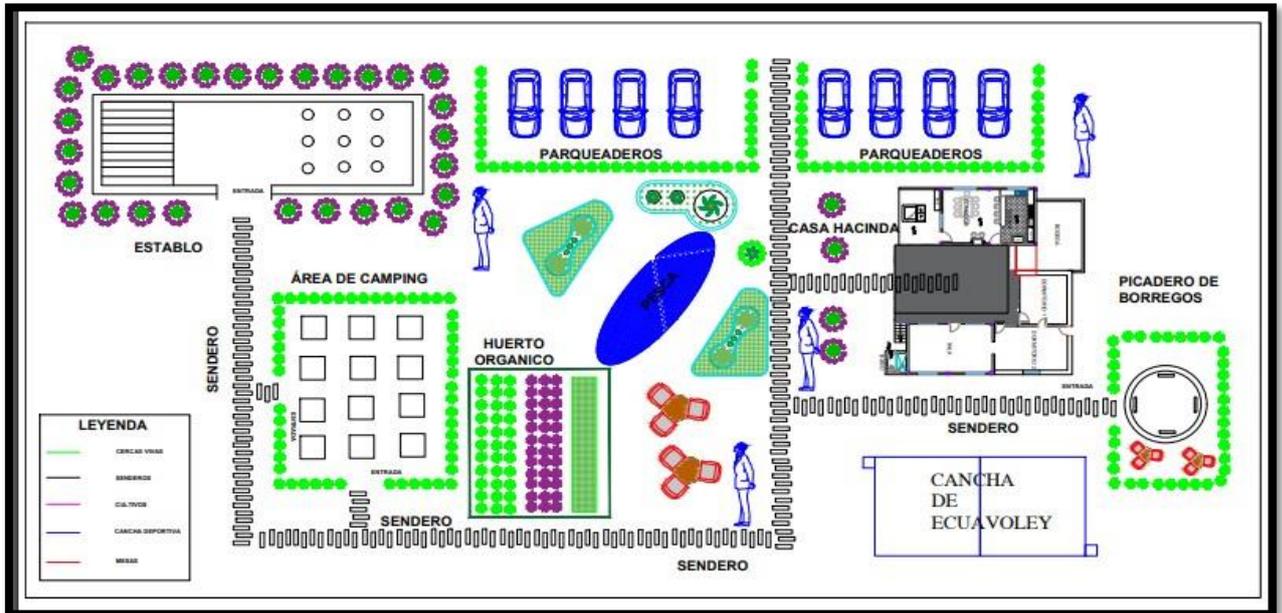
### 10.2.6. Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería del proyecto comprende la instalación de la planta y puesta en marcha de la hacienda agroturística, en el Rancho el Rosario, la finalidad es utilizar de mejor manera los recursos económicos, humanos y el tiempo.

En si corresponde a aquella parte del estudio que se relaciona con la etapa técnica, donde se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar

### 10.2.6.1. Obras Civiles e Infraestructura

Figura 18. Hacienda "El Rosario"



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

La hacienda el Rosario, donde se ubicará la hacienda agroturística, cuenta con 15 hectáreas de terreno, de las cuales 150.000 m<sup>2</sup> comprenden:

Tabla 44. Terreno

Nº	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Terreno para instalaciones	m <sup>2</sup>	11.184
2	Área libre	m <sup>2</sup>	138.816
<b>TOTAL</b>			<b>150.000</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

#### Área de Casa Hacienda

El área de casa hacienda está conformada por cuatro habitaciones, con capacidad para 2 personas por habitación. El área total de casa hacienda posee un total de 150 m<sup>2</sup>.

**Tabla 45. Casa Hacienda**

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Cuádruple	m <sup>2</sup>	20
2	Cuádruple	m <sup>2</sup>	20
3	Cuádruple	m <sup>2</sup>	20
4	Cuádruple	m <sup>2</sup>	20
5	Baño	m <sup>2</sup>	10
6	Área social	m <sup>2</sup>	40
7	Recepción	m <sup>2</sup>	20
<b>TOTAL</b>			<b>150</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

#### Área de restaurante

El área del restaurante posee 100 m<sup>2</sup> de construcción.

**Tabla 46. Restaurante**

N°	CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Cocina	m <sup>2</sup>	25
2	Baños	m <sup>2</sup>	20
3	Caja	m <sup>2</sup>	15
4	Comedor	m <sup>2</sup>	40
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

#### Área de baño

El área total de baño posee un total de 50 m<sup>2</sup>.

**Tabla 47. Baños**

HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
Baño 1	m <sup>2</sup>	25 m <sup>2</sup>
Baño 2	m <sup>2</sup>	25 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>		<b>50 m<sup>2</sup></b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de Pesca Deportiva

El área total de pesca deportiva posee un total de 150 m<sup>2</sup>.

**Tabla 48.** *Área de Pesca*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Piscina 1	m <sup>2</sup>	40
2	Piscina 2	m <sup>2</sup>	40
3	Área libre	m <sup>2</sup>	70
<b>TOTAL</b>			150

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de Toreo de Borregos

El área total de Toreo de Borregos posee un total de 300 m<sup>2</sup>.

**Tabla 49.** *Área de Toreo de Borregos*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Establo	m <sup>2</sup>	40
2	Área cerrada	m <sup>2</sup>	260
<b>TOTAL</b>			300

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de huertos ecológicos

El área total de huertos ecológicos posee un total de 250 m<sup>2</sup>.

**Tabla 50.** *Huertos ecológicos*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Huerta 1	m <sup>2</sup>	60
2	Huerta 2	m <sup>2</sup>	60
3	Huerta 3	m <sup>2</sup>	55
4	Huerta 4	m <sup>2</sup>	55
5	Área Libre	m <sup>2</sup>	20
<b>TOTAL</b>			250

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de cabalgata

El área total de cabalgata posee un total de 7884 m<sup>2</sup>.

**Tabla 51.** *Huertos ecológicos*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Sendero	m <sup>2</sup>	7884
<b>TOTAL</b>			7884

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de camping

El área total de camping posee un total de 1500 m<sup>2</sup>.

**Tabla 52.** *Área de Camping*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Area libre	m <sup>2</sup>	1500
<b>TOTAL</b>			1500

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de parqueadero

El área total de parqueadero posee un total de 400 m<sup>2</sup>.

**Tabla 53.** *Área de Parqueadero*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Parqueadero 1	m <sup>2</sup>	200
2	Parqueadero 2	m <sup>2</sup>	200
<b>TOTAL</b>			400

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Área de establo

El área total del establo posee un total de 400 m<sup>2</sup>.

**Tabla 54.** *Área de*

*Establo*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Área libre	m <sup>2</sup>	400
<b>TOTAL</b>			<b>400</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Área Total de Instalaciones**

El área total de instalaciones posee un total de 11.184 m<sup>2</sup>.

**Tabla 55.** *Área Total de instalaciones*

N°	HABITACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD
1	Área de baños	m <sup>2</sup>	50
2	Área de Casa Hacienda	m <sup>2</sup>	150
3	Área de Pesca Deportiva	m <sup>2</sup>	150
4	Área de Restaurante	m <sup>2</sup>	100
4	Área de Toreo de Borregos	m <sup>2</sup>	300
5	Área de Huertos Ecológicos	m <sup>2</sup>	250
6	Área de Cabalgata	m <sup>2</sup>	7884
7	Área de Parqueadero	m <sup>2</sup>	400
8	Área de Establo	m <sup>2</sup>	400
9	Área de Camping	m <sup>2</sup>	1500
<b>TOTAL</b>			<b>11184</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

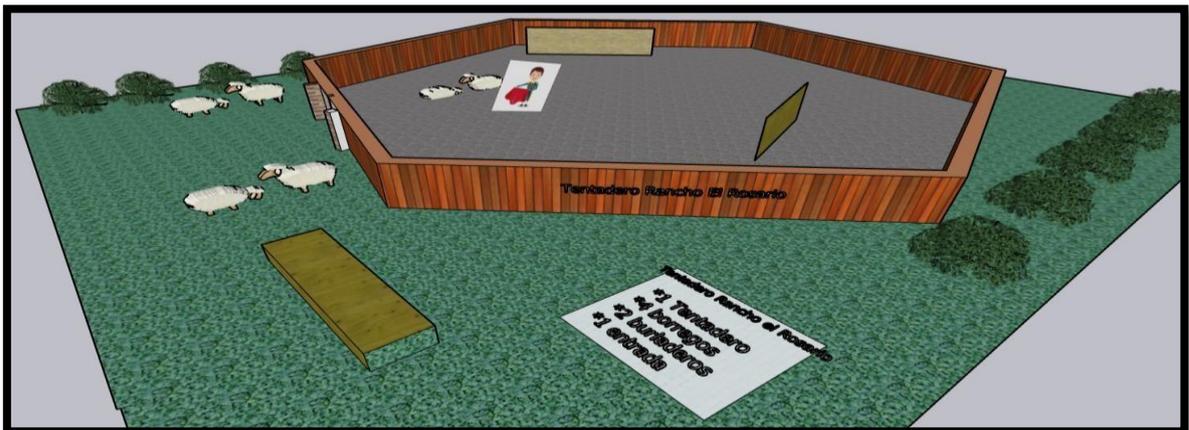
**10.2.6.2. Plantilla # 1 Diseño Agropecuario**

**Figura 19.** *Toreo de borregos Vista 1*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 20.** *Toreo de borregos Vista 2*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Descripción

Esta Zona está destinada para la corrida de Borregos la cual cuenta con 300 m<sup>2</sup> para su buena realización, aquí se dispone a ubicar el tentadero, mismo que será de forma hexagonal contando con una distancia de 7m. por lado y a su vez tendrá 2 burladeros para las acrobacias de las personas que quieran disfrutar de esta bonita actividad.

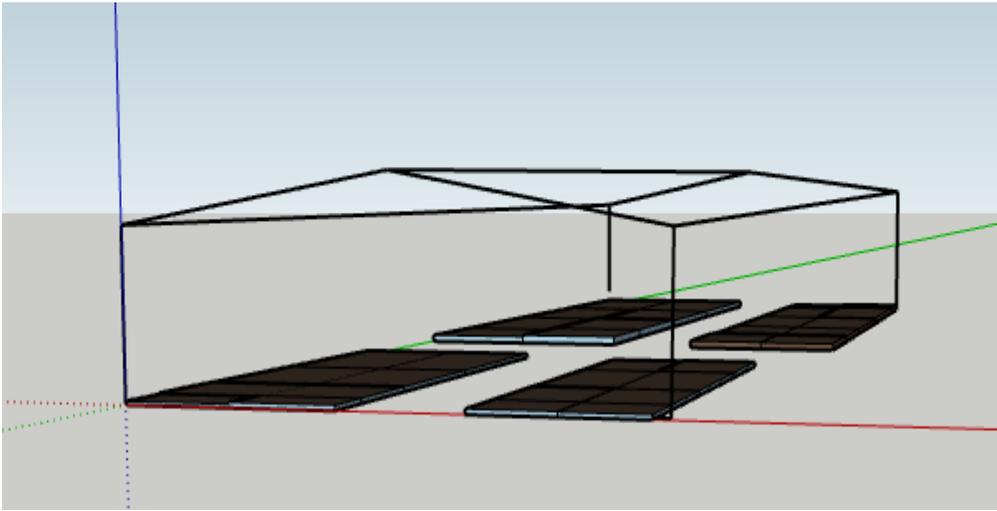
Esta actividad se la realizara para todo público en general, siendo muy llamativa e innovadora en el mercado turístico. Para lo cual será necesario adquirir 3 borregos, los mismos que serán entrenados durante un periodo de 6 meses por 3 horas al día, antes de realizar exhibiciones dentro de un tentadero ante la mirada del público.

Para las personas más arriesgadas o hábiles (hombres/mujeres) se entrenará al primer borrego. Para las personas menos arriesgadas (hombres/mujeres), habrá un borrego específico. En

cuanto a los niños se tendrá un ejemplar más dócil, para que puedan montarlos paseándose dentro del tentadero y así disfrutar del show. En lo que es el tentadero se utilizará tablonces de madera y su instalación o ubicación será realizada por una sola persona.

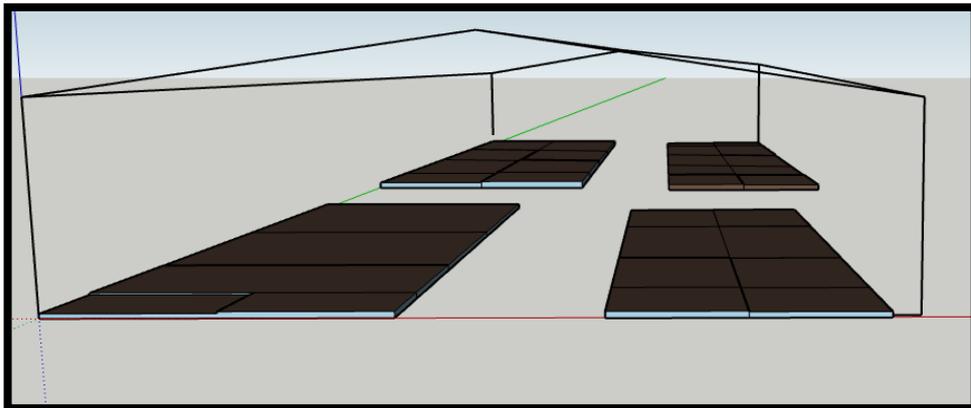
### 10.2.6.3. Huertos Ecológicos

**Figura 21.** *Huertos Ecológicos Externo Vista 1*

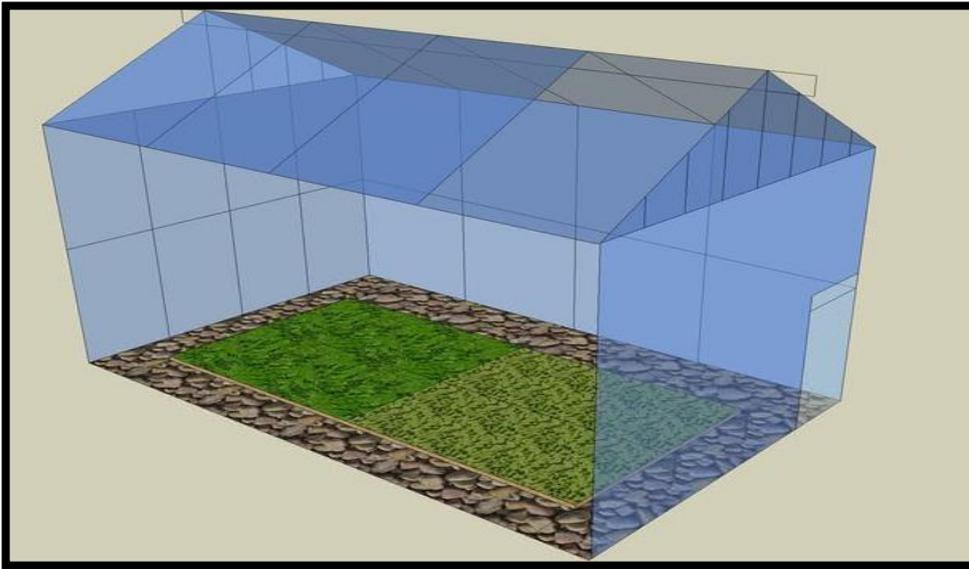


**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 22.** *Huerto Ecológico Externo Vista 2*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.



**Figura 23.** *Huerto Ecológico Interno*

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Descripción

Las huertas Ecológicas que se encuentran dentro del rancho el rosario poseen 250 m<sup>2</sup> que son destinados a esta actividad que se encuentra divididas en 4 huertas, donde 2 de ellas miden 60 m<sup>2</sup> y los siguientes 55 m<sup>2</sup>, con 5 m de separación un huerto por otro, además esto sirve como camino y delimitación para pasar por las huertas y realizar los cuidados necesarios.

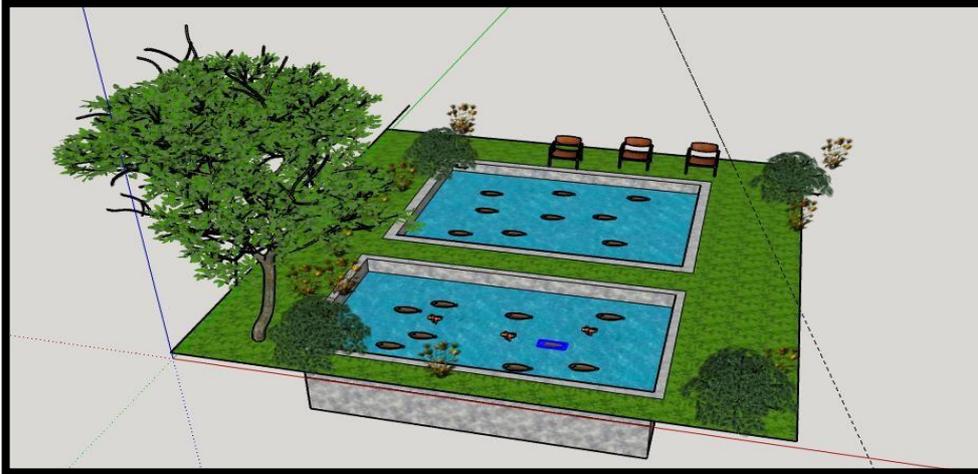
### 10.2.6.4. Plantilla # 2 Diseño de Recreación

**Figura 24.** *Pesca Deportiva Vista 1*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 25.** Pesca Deportiva Vista 2



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

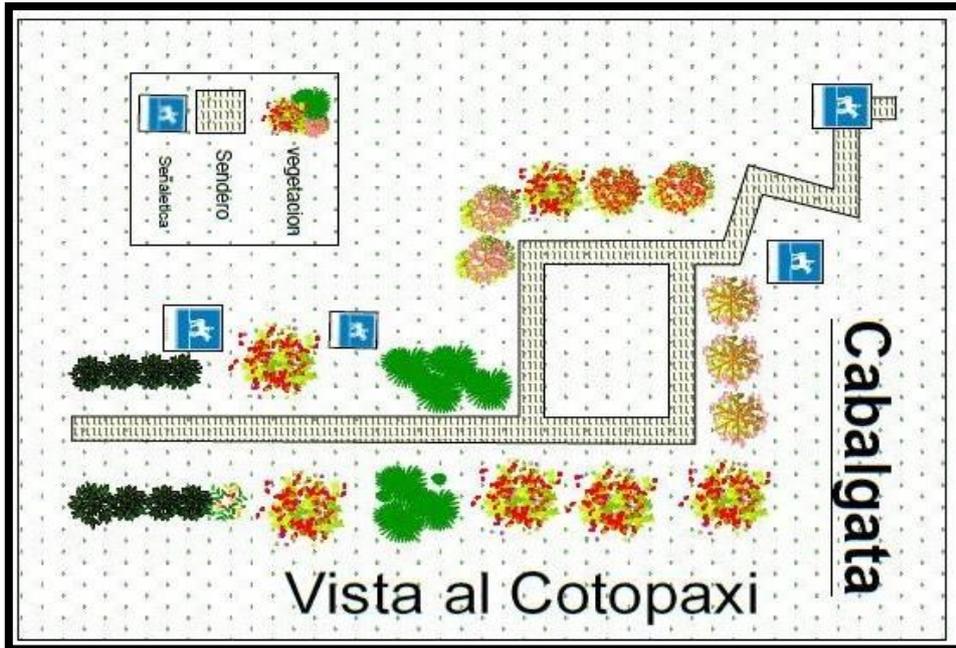
### **Descripción**

Para la actividad de la pesca deportiva se utilizará un total de terreno de 150 m<sup>2</sup> en donde se construirán 2 piscinas con las siguientes dimensiones la primera posee una dimensión de 3 de ancho por 6 de largo y la segunda piscina posee 4 de ancho por 6 de largo, el espacio sobrante se ocupará para la implementación de sillas, vegetación, y espacio verde para que los turistas puedan pescar con libertad, cuyas medidas son: espacio arbustivo e implementación de silla se tiene un espacio de 3.5 m, y el espacio entre piscinas es de 2 m.

Los materiales y herramientas para utilizar son: madera para las sillas, serrucho, pintura, clavos, martillo; Estanque: cemento, barrilla, arena, ladrillo, palas, caretilla, piola, nivel, bailejo; la especie que se va a adquirir para la pesca deportiva será la trucha ya que es más rentable dentro de la actividad, el equipo principal que se utilizará para dicha actividad será una caña de pescar y la carnada.

Se adquirirá un total de 300 truchas al por mayor el cual el valor unitario será a \$0,75 ctvs. con un gasto total de \$225,00 dólares.

**Figura 26.** *Cabalgata*

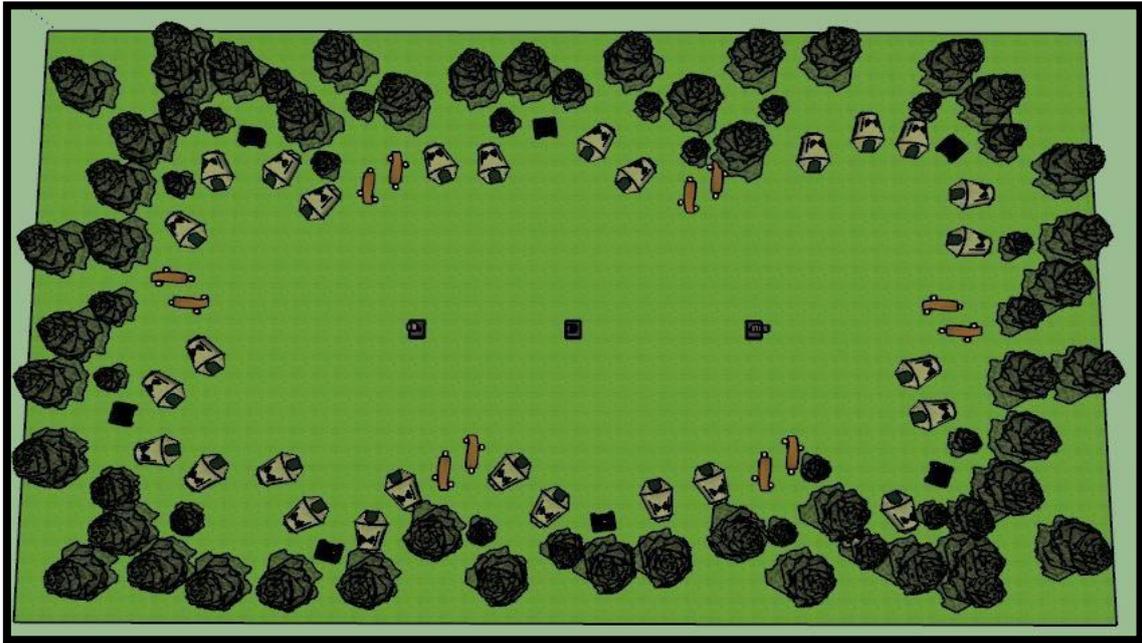


**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Descripción

En la lámina se puede observar dos senderos en la cual se va a realizar la cabalgata, estas consta de señalética además tiene 6 metros de ancho y 740 m de largo el sendero del ferrocarril y 574 m el sendero del bosque, dando una totalidad de 1.314 m, dando una área de 7.884 m<sup>2</sup> los senderos serán de tierra, para dicha actividad no va hacer necesario de crear el sendero ya que en el lugar ya existe, lo que se va a realizar es un mantenimiento para lo cual se empleara una pala, pico, madera, concreto para fijar las señaléticas.

**Figura 27.** *Camping Externa*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 28.** *Camping Vista 1*



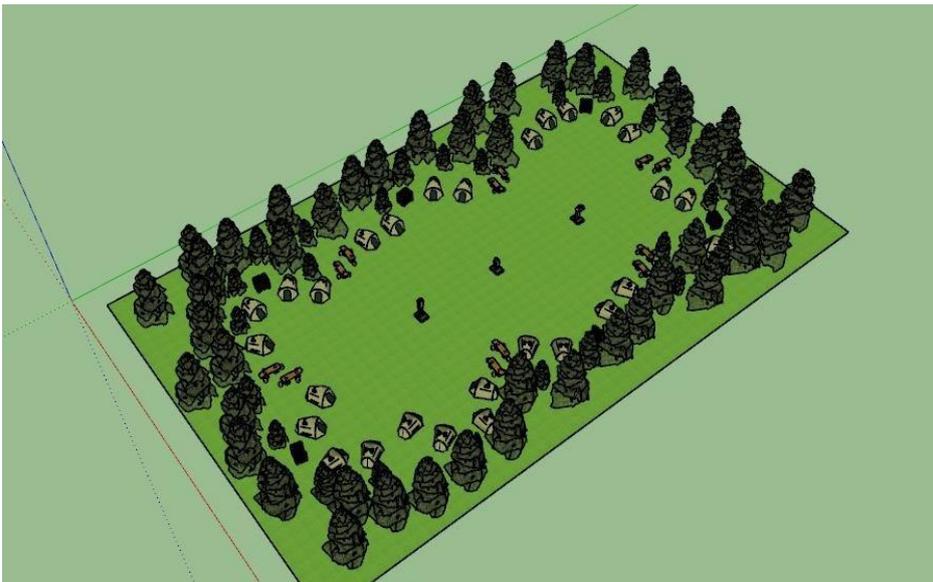
**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 29.** *Camping Vista 2*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 30.** *Camping Vista 3*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

## Descripción

Para la actividad de camping se utilizará un total de terreno de 1500 m<sup>2</sup> donde delimitaremos el espacio óptimo para cada carpa que será de 3 metros que deberán ser instaladas alrededor del terreno, el espacio sobrante ocuparemos para implementar: 5 fogones que tendrán una dimensión de 1.30m alto x 0.90cm ancho, 6 mesas dobles con sus respectivas sillas que ocuparan un espacio de 2 m cada una y en el centro implementaremos monumentos decorativos en madera que ocupara cada una 1m de espacio para armonización del entorno.

### 10.2.6.5. Reingeniería de restaurante

**Figura 31.** *Restaurante Exterior 1*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 32.** *Restaurante Exterior 2*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Figura 33.** *Restaurante Interior*



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### **Descripción**

En las imágenes se puede observar el contorno de la construcción del comedor y sus elementos, tanto interno y externos; esta construcción tiene una medida de 100 m<sup>2</sup>, dentro de este espacio se ofrecerá comida donde se atenderá a los respectivos turistas que visiten el lugar, teniendo en cuenta que el lugar es amplio y tiene un buen ambiente, para que puedan degustar de sus respectivos alimentos.

Materiales para la construcción como: barrilla, arena, ripio, teja, madera, vidrio, tomacorrientes, instalaciones.

Dentro de los elementos que contendrá la cocina y el espacio del comedor serán: cocina, gas, refrigeradora, mesas, manteles, sillas, televisión, parlante, vajilla.

### **10.2.6.6. REQUERIMIENTOS**

El equipamiento para el proyecto, en su gran mayoría, está no está adquirido, son pocos implementos que no se deben comprar, sin embargo, ya están considerados en el siguiente análisis.

Para el área administrativa y recepción se necesitan lo siguiente:

**Tabla 56.** *Equipos de cómputo y oficina*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Computadora	Unidad	2
2	Impresora	Unidad	1
3	Fax	unidad	1
4	Teléfonos	unidad	3
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>7</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Muebles y enseres

De igual manera, los muebles y enseres necesarios para el área administrativa y recepción son:

**Tabla 57.** *Muebles y enseres*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Escritorio	unidad	3
2	Sillas	unidad	6
3	Juego de sala	unidad	1
4	Archivador	unidad	2
5	Sillón	unidad	2
6	Mesas	unidad	2
7	Mueble para vajilla	unidad	1
8	Veladores	unidad	8
9	Camas (1 plaza ½)	unidad	12
10	Camas (2 plazas)	unidad	2
11	Colchón (1 plaza ½)	unidad	12
12	Colchón (2 plazas)	unidad	2
13	Almohadas	unidad	16
14	Cobijas de lana	unidad	42
15	Juegos de sábana	unidad	28
16	Mueble alacena	unidad	1
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>140</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Maquinaria y equipos

De igual modo tenemos la maquinaria y equipos necesarios para el área administrativa y recepción son:

**Tabla 58.** *Maquinaria y Equipos*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
RESTAURANTE	Mesas	u	2
	Sillas	u	12
	Cocina de 6 hornillas	u	1
	Refrigerador	u	1
	Microondas	u	1
	Juegos de ollas	u	1
	Extractor de olores	u	1
	Sanduchera	u	2
HUERTO ECOLÓGICO	Extractor de jugos	u	1
	Cafetera	u	1
	Plástico Transparente	u	7
	Cemento	u	3
	Piedra Molida	u	2
	Arena	u	2
	Tubos de acero	u	8
	Grapas de acero	u	8
	Martillo	u	4
	Amarras	u	2
	Azadones	u	3
	Picos	u	2
	Fertilizante	u	3
	Semillas de las plantas	u	3
CABALGATA	Monturas	u	3
	Riendas	u	3
	Pala	u	4
	Pico	u	2
	Herraduras	u	5
	Medicinas	u	4
	Sogas	u	4
PESCA DEPORT IVA	Puertas	u	2
	Madera	u	2
	SERRUCHO	u	1
	Pintura	Galones	3

	Clavos	Caja de 100	2
	Martillo	u	2
	Cemento	u	8
	Barrilla	u	5
	Arena	Volqueta	1
	Ladrillo	u	1000
	Palas	u	5
	Carretillas	u	5
	Nivel	u	2
	Vailejo	u	2
	Ladrillo	u	200
	Cemento	u	10
	Arena	Volquetas	2
	Parrilla de hierro	u	10
	Pintura	Galones	5
	Madera	u	20
	Pernos	Cajas de 100	5
	Laca	u	10
	Taladro	u	1
	Cernidor	u	4
	Metro	u	3
	Nivel	u	3
	Espátula	u	2
	Pala	u	3
	Balde	u	3
	Sierra Eléctrica	u	2
	Martillo	u	2
	Ladrillo	u	250
	Cemento	u	5
	Arena	Volquetas	2
	Parrilla de hierro	u	3
	Pintura	Galones	3
	Madera	u	8
	Pernos	Cajas de 100	2
	Metro	u	1
	Nivel	u	1
	Espátula	u	2
	Pala	u	1
	Balde	u	2
	Sierra Eléctrica	u	4
	Martillo	u	2
	Lavadora	u	1

Aspiradora	u	1
Carretillas	u	3
Machetes	u	2
Azadón	u	2
Pala	u	2
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>		<b>1717</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El restaurante del proyecto necesita los siguientes utensilios:

**Tabla 59.** *Utensilios*

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Vasos medianos	unidad	40
Vasos pequeños	unidad	24
Jarros	unidad	40
Vajilla	Juego	4
Cubiertos	Docenas	3
Utensilios de cocina	Juego	3
Cuchillos de cocina	Juego	2
Licuadora	unidad	1
Batidora	unidad	1
<b>TOTAL UTENSILIOS</b>		<b>118</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El proyecto cuenta con los siguientes requerimientos de vehículos para su funcionamiento:

**Tabla 60.** *Vehículos*

<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
1	Camioneta 4x4	u	1
2	Mini Van	u	1
3	Suv 4 x 4	u	1
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>			<b>3</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los siguientes semovientes que conforman parte del proyecto:

**Tabla 61.** *Semovientes*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Caballos	Unidad	2
2	Gallinas	Unidad	5
3	Chanchos	Unidad	2
4	Borregos	Unidad	2
5	Vacas	Unidad	4
6	Ganado bravo	Unidad	5
<b>TOTAL SEMOVIENTES</b>			<b>20</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### Suministros de oficina

Los suministros de oficina, básicos para inicio de una actividad de administración, son los siguientes:

**Tabla 62.** *Suministros de Oficina*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Hojas papel bond	Resmas	4
2	Grapadora	unidad	2
3	Grapas	Cajas	4
4	Clips	Cajas	4
5	Tóner impresor	unidad	3
6	Carpetas archivadoras	unidad	10
7	Carpetas cartón	unidad	10
8	Vinchas	unidad	10
9	Esferos, varios colores	cajas	2
10	Lápices	cajas	1
11	Cuadernos de apuntes	unidad	6
12	Tableros	unidad	6
<b>TOTAL SUM. OFICINA</b>			<b>62</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.2.7. Paquetes Turísticos

Los paquetes turísticos diseñados para este proyecto cuentan con servicio todo incluido, es decir, los turistas reciben, según el paquete de su elección, alimentación, hospedaje y recreación.

**Tabla 63. Paquete 1**

<b>Paquete 1</b>		
<b>DIA COMPLETO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>1 PAX</b>
Desayuno	1	\$5,00
Almuerzo	1	\$8,00
Huerto Ecológico	2 horas	\$12,00
Ordeño de vaca	2 horas	\$15,00
Corrida de Borregos	2 horas	\$15,00
<b>Total</b>		<b>\$55,00</b>
Utilidad (20%)		\$11,00
<b>TOTAL PAQUETE</b>		<b>\$66,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 64. Paquete 2**

<b>Paquete 2</b>		
<b>DIA COMPLETO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>1 PAX</b>
Desayuno	1	\$5,00
Almuerzo	1	\$8,00
Pesca Deportiva	3 horas	\$15,00
Cabalgata	2 horas	\$12,00
Camping	2 horas	\$12,00
Caminatas	1 horas	\$3,83
<b>Total</b>		<b>\$55,83</b>
Utilidad (20%)		\$11,17
<b>TOTAL PAQUETE</b>		<b>\$67,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.3. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Para el éxito de un proyecto tenemos que tomar en cuenta aspectos muy importantes, para ello necesitamos realizar la identificación y evaluación de los impactos ambientales más importantes, sean beneficiosos o adversos, por lo que es de suma importancia la realización de un estudio de impacto ambiental, ya que con este se determinara a largo plazo la viabilidad del proyecto.

Por tanto, es necesario reconocer todos los impactos que producirá la creación de una hacienda Agroturística, ya que se pueden tener un impacto positivo o negativo, además esta identificación puede contribuir de manera definitiva o evitar errores que impliquen altos costos ambientales, sociales y económicos.

#### 10.3.1. Situación Actual del Entorno

Son las características principales de los recursos en estudio:

**Tabla 65.** *Situación Actual del Entorno*

---

	<p>Al ser una zona agrícola, el suelo del sector es de suma importancia, el cual es muy fértil para la producción de varias plantas y productos agrícolas, los mismos que se los comercializan a otros sectores para el desarrollo económico.</p>
<b>SUELO</b>	<p>En este sitio el suelo es algo regular con algunas zonas planas o de baja pendiente en la parte baja, mientras en la parte media son laderas y unas pequeñas planicies, en la parte alta se trata de superficies onduladas y también hay ladera de considerable pendiente.</p>
<b>CLIMA</b>	<p>Es una zona donde, por lo general hace frío, a pesar de la existencia de sol, habitualmente corren viento helados que provienen de las faldas de los nevados aledaños. La temperatura en este sector fluctúa entre los 8 a 10 grados centígrados.</p>

La presión de aire 1011 hPa/mBar (758 mmHg).

La calidad del aire es buena es generalmente aceptable para la mayoría de las personas de la zona.

#### **AIRE**

Es de vital importancia para la zona, debido a que se encuentra en el divorsum acuarum entre el oriente y occidente, localizándose en las cuencas hídricas altas del río Pastaza y del Río esmeraldas; de las subcuencas occidentales de Río Blanco y Río Guayllabamba, y en la subcuenca oriental del Río Patate.

#### **AGUA**

De la misma Pastocalle al ser una zona perteneciente a la Sierra Ecuatoriana se encuentra rodeada por nevados como Los Ilinizas y muy cerca del Volcán Cotopaxi, de tal, manera que cuenta con varias fuentes hídricas ya mencionadas. Las mismas que abastecen a esta zona del mismo recurso el cual lo utilizan para la agricultura, ganadería y para uso humano.

#### **FLORA Y FAUNA**

La Flora se encuentra rodeada y formada por plantas generalmente que se dan en los páramos Andinos de tal manera que a lo largo y ancho de la zona podemos encontrar seis tipos de formaciones vegetales: Bosque siempre verde- Montano alto de los Andes Occidentales, Bosque siempre verde- Montano alto de los Andes Orientales, Gelidofitia, Matorral Húmedo Montano de los Andes del Norte y Centro, Nieve Perpetua, Páramo Herbáceo.

En cuanto a la Fauna toma un rol importante del sector tiene una variedad de aves como: colibríes, mirlos, tórtolas, pava de monte, perdiz, aunque esté en peligro de extinción, torcazas, huiracchuros, gorriones, guarros, entre otros.

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los planes de para los impactos ambientales, como el costo de la medida se muestra a continuación:

**Tabla 66. Planes para los Impactos**

<b>IMPACTO</b>	<b>PLANES PARA LOS IMPACTOS</b>	<b>COSTO DE LA MEDIDA</b>
Disminución de los afluentes	Reforestación de un 70% al 75% de la microcuenca con el fin de mitigar la disminución de los afluentes del río, del cual haremos uso para las piscinas de truchas	No aplica
Contaminación por ruido y polvo	No aplica es temporal	No aplica
Compactación de suelo	Para poder mitigar la compactación en las diferentes áreas se utilizará GRANILLO, con el fin de que el mismo no pierda su fertilidad ya que gracias a la utilización del granillo sirve como amortiguamiento ante el tránsito de personas, animales y vehículos.	6 volquetas de granillo a \$80c/u
Remoción de la vegetación	Se realizará un plan de compensación, reforestando los alrededores tanto del parqueadero como de las áreas a ser utilizadas para las diferentes actividades con cercas vivas.	No aplica
Contaminación del agua	Se implementará una planta de tratamiento de las aguas residuales artesanal, para compensar así el daño causado que implica la crianza de truchas.	Tubos, Mallas
Emisión de malos olores (estiércol)	Con el estiércol se pretende realizar un pozo donde se aprovechará el biogás que se utilizará tanto en el comedor como en el alumbrado de la Hacienda.	Plástico, Tubos
Alteración de la calidad del suelo	No aplica	No aplica

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.3.2. Identificación de Impactos

De acuerdo con Onofa (2008), explica que: para identificar los posibles impactos se usa la matriz de identificación de impactos, propuesta por Leopold. Este afirma que la matriz se aplica en proyectos de construcción, además que es útil para evaluar preliminarmente a un proyecto con potencial de impactos considerables (p. 127).

**Tabla 67.** *Impactos Ambientales Generados*

	Disminución de las afluentes
	Contaminación por ruido y polvo
En base a las actividades dentro del proyecto	Compactación del suelo
tenemos los posibles impactos ambientales	Remoción de vegetación
	Contaminación del agua
	Emisión de malos olores (Estiércol)
	Alteración de la calidad del suelo

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 68.** *Actividades de Impactos Generados*

Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto generado
Construcción del tentadero	Aire	Contaminación por ruido y polvo
	Suelo	
	Flora	
Creación del parqueadero	Flora	Remoción de vegetación
	Suelo	
	Flora	
Creación de senderos	Suelo	Compactación del suelo
	Suelo	
Construcción de fogones	Flora	Remoción de vegetación
	Suelo	
	Suelo	
Implementación de baterías sanitarias	Flora	Remoción de vegetación
	Suelo	
	Suelo	
Construcción de piscinas	Agua	Disminución de las Afluentes, contaminación
	Suelo	
	Suelo	
Implantación de huertos utilizando abono orgánico	Flora	Remoción de vegetación
	Suelo	
	Suelo	
Reingeniería del Comedor	Aire	Contaminación por ruido y polvo
Transporte de materiales	Aire	Contaminación por ruido y polvo
	Suelo	
	Suelo	

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

La matriz de Leopold da como resultado 221 puntos positivos tanto la sumatoria de las etapas de las actividades programadas como de las fases de los componentes, por lo que la evaluación realizada nos indica que es factible desde el punto de vista del impacto ambiental, en donde existen más aspectos positivos del proyecto que de los aspectos negativos del proyecto, según se muestra en la tabla siguiente:







Para construir la matriz de Leopold fue necesario conocer la magnitud ambiental como se muestra a continuación:

**Tabla 70. Magnitud**

<b>Intensidad</b>	<b>Afectación</b>	<b>Calificación</b>
<b>Baja</b>	Baja	+/-1
	Media	+/-2
	Alta	+/-3
<b>Media</b>	Baja	+/-4
	Media	+/-5
	Alta	+/-6
<b>Alta</b>	Baja	+/-7
	Media	+/-8
	Alta	+/-9
<b>Muy Alta</b>	Alta	+/-10

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Y del mismo modo la importancia para construir la matriz de Leopold como se muestra a continuación:

**Tabla 71. Importancia**

<b>Influencia</b>	<b>Duración</b>	<b>Calificación</b>
<b>Puntual</b>	Temporal	+1
	Media	+2
	Permanente	+3
<b>Local</b>	Temporal	+4
	Media	+5
	Permanente	+6
<b>Regional</b>	Temporal	+7
	Media	+8
	Permanente	+9
<b>Nacional</b>	Permanente	+10

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### **10.3.3. Evaluación del Impacto Ambiental**

Dentro de la matriz de Leopold sobre los aspectos e impactos ambientales podemos observar que se utilizaron 3 etapas de los factores ambientales constituido por factores físicos (agua, suelo, aire), bióticos (flora) y sociales (factores socioeconómicos) y la primera fase la de construcción con 8 componentes del ambiente, seguido de la segunda fase con 7 componentes del ambiente que se ven afectados para el proyecto que es la creación de la hacienda agroturística rancho el “El Rosario”:

#### **Factores físicos**

- Agua: Mediante los resultados obtenidos se analiza que con respecto a la afluencia de agua presenta una alteración alta, se buscará la manera de contrarrestar este problema mediante otras afluencias (recolección de agua de lluvias), con un puntaje negativo de 30.
- Suelo: El impacto ambiental físico del suelo más notorio en el proyecto es la compactación obteniendo un puntaje negativo de 61, por lo que se buscara una manera de solucionar el problema uno de las posibles es la aplicación potencial de nutrientes que favorezcan al suelo.
- Aire: Con lo que respecta al factor ambiental físico aire lleva a consideración 17 puntos negativos en el tema de ruido que se considera una causa de impacto bajo.

#### **Factores bióticos**

- Flora: En el tema de flora y analizando la cobertura vegetal el resultado obtenido en la matriz de Leopold es un impacto negativo de 28 es decir bajo, todo esto se genera principalmente en la fase de construcción del proyecto.

#### **Factores sociales**

- Ámbito socio económico: Analizando la tabla, en este factor arrojó puntos muy elevados positivos, siendo favorables al proyecto y a la comunidad en generación de empleo y economía de la localidad, se trabajará para mantener y elevar estos porcentajes que sean prósperos en el futuro. Se obtuvo un puntaje en Generación de empleo de 238 puntos, calidad de vida de comunidad en 92 puntos, y la economía en 114, dándonos una sumatoria para los Factores sociales de 444 puntos.

### 10.3.4. Planes para los impactos

**Tabla 72.** *Planes de impacto*

IMPACTO	PLANES PARA LOS IMPACTOS	COSTO DE LA MEDIDA
Disminución de los afluentes	Reforestación de un 70% al 75% de la microcuenca con el fin de mitigar la disminución de los afluentes del río, del cual haremos uso para las piscinas de truchas	No aplica
Contaminación por ruido y polvo	No aplica es temporal Para poder mitigar la compactación en las diferentes áreas se utilizará	No aplica
Compactación de suelo	GRANILLO, con el fin de que el mismo no pierda su fertilidad ya que gracias a la utilización del granillo sirve como amortiguamiento ante el tránsito de personas, animales y Vehículos.	6 volquetas de granillo a \$80c/u
Remoción de la vegetación	Se realizará un plan de compensación, reforestando los alrededores tanto del parqueadero como de las áreas a ser utilizadas para las diferentes actividades con cercas vivas.	No aplica
Contaminación del agua	Se implementará una planta de tratamiento de las aguas residuales artesanal, para compensar así el daño causado que implica la crianza de truchas.	Tubos, Mallas
Emisión de malos olores (estiércol)	Con el estiércol se pretende realizar un pozo donde se aprovechará el biogás que se utilizará tanto en el comedor como en el alumbrado de la Hacienda.	Plástico, Tubos
Alteración de la calidad del suelo	No aplica	No aplica

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

## **10.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

Establecer una estructura jerárquica de rangos y funciones que permita generar un servicio de actividades agroturísticas de manera eficiente y eficaz en la hacienda Agroturística el Rancho el Rosario

### **10.4.1. Planificación**

Se analizó los aspectos más importantes de la planificación administrativa del proyecto.

#### **Misión**

Fomentar la experiencia Agroturística, y el uso de nuestras áreas para sentir experiencias únicas en turismo ecológico, eventos culturales, sociales y empresariales, en un ambiente natural, como estrategia para promover la concienciación ambiental.

#### **Visión**

Proteger y conservar el medio ambiente y el cuidado de salud de las personas, fomentando el consumo de productos ecológicos y ser referentes, en espacios de cultura ecológica.

#### **10.4.1.1 Análisis FODA**

Se tiene parte del desarrollo organizacional realizar el FODA de la hacienda agroturística el Rosario.

**Tabla 73. Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	
<b>Factores Internos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos (cultivos, pecuario) y áreas naturales (bosque secundario, bosque secundario),</li> <li>• Belleza paisajística,</li> <li>• Diversidad de espacios en la hacienda,</li> <li>• Conocimientos culturales de la provincia de Cotopaxi,</li> <li>• Enseñanza del uso y manejo de plantas del sector,</li> <li>• Alta conservación del bosque primario y secundario,</li> <li>• Excelente sitio para el avistamiento de flora y fauna,</li> <li>• Localización de la hacienda agroturística,</li> <li>• Fácil acceso a la hacienda,</li> <li>• Personal capacitado en turismo y agronomía,</li> </ul>
	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitada experiencia en el manejo turístico y empresarial,</li> <li>• Pocas conexiones con empresas turísticas de la localidad,</li> <li>• Ausencia de plan de negocios y planificación estratégica,</li> <li>• Bajo capital para aumentar inversión en infraestructura,</li> <li>• No consta dentro de las guías turísticas,</li> <li>• La producción de frutales y frutos silvestres tiene ciclos de producción, es decir, no son permanentes en el tiempo.</li> </ul>
<b>Factores Externos</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercana a emprendimientos turísticos locales nuevos,</li> <li>• Crecimiento del turismo en la provincia, cantón y áreas protegidas, ubicadas en Cotopaxi.</li> <li>• Fácil transportación por vía terrestre, hay transporte urbano, inter cantonal e interprovincial,</li> <li>• Alta tasa de crecimiento poblacional en la parroquia y cantón,</li> <li>• Nueva propuesta turística, no hay experiencias de agroturismo,</li> <li>• Ubicada dentro de la parroquia Pastocalle</li> <li>• Aumento de turistas nacionales y extranjeros.</li> </ul>
	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay meses de excesivas lluvias y cambios climáticos,</li> <li>• Contaminación de las empresas cercanas,</li> <li>• Competencia desleal de los otros locales, respecto a precios,</li> <li>• Aumento del uso agroquímicos en haciendas cercanas,</li> <li>• Encarecimiento de servicios turísticos por la pandemia COVID -19.</li> <li>• Conflictos de la comuna afecta a la organización y al turismo.</li> </ul>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.4.1.2. Estrategias para el proyecto

Las estrategias del proyecto se detallan a continuación:

#### **Producto**

La mejor estrategia para vender los servicios del proyecto consistirá en la diferenciación del servicio, en relación con los servicios ofrecidos por la competencia. “En el corazón de cada organización se encuentra uno o más productos que definen lo que ésta hace y porqué existe”. (Ferrell & Hartline, 2012)

Hay que destacar que, la estrategia de diferenciación implica estimar los costos necesarios para la investigación, diseño, calidad, innovación, entre otros factores que inciden en el producto; los cuales permitirán atraer la atención del cliente debido a sus ventajas diferenciadas sobre el servicio que ofrece la competencia.

Para conseguirlo se aplicarán los siguientes aspectos:

#### *Alimentación:*

- Se utilizarán las normas adecuadas para preparar, almacenar y manipular de forma correcta los alimentos.
- Las estanterías estarán siempre abastecidas de los productos necesarios para la realización de los platos típicos de la región.

#### *Actividades de recreación:*

- El personal contratado deberá explicar de forma dinámica la información que posee cada lugar que se visite y contestar cualquier duda que plantee el turista.
- Cumplir con los cronogramas establecidos.
- Las actividades que se ofertan podrán adaptarse a las necesidades o requerimientos de nuestros clientes.

#### **Precio**

La estrategia para el precio debe ser acorde con los datos obtenidos. Es decir, el rango aceptado fue entre los \$60,00 a \$90,00 dólares; este costo es referencial, al momento de costear los paquetes se establece el precio final, sin embargo, no debe existir una diferencia que incomode a la economía del potencial consumidor. Las actividades y servicios por ofrecer en el proyecto deben justificar el precio, para posicionarse en la mente de los consumidores.

## Plaza

La estrategia de plaza o distribución se refiere al lugar o punto de venta donde se va a ofertar el servicio de actividades agroturísticas en Pastocalle de la hacienda agroturística rancho el Rosario. Se buscará el apoyo de agencias de viajes de tipo comunitario o turismo de naturaleza; entidades gubernamentales y privadas.

## Publicidad y promoción

La estrategia de publicidad está basada principalmente en los datos obtenidos sobre los medios en que se desearía conocer sobre la hacienda agroturística. Sin embargo, la mejor forma de promocionar el proyecto es la información transmitida de “boca en boca”, quienes ya visitan el lugar, comentan sus experiencias y crean inquietud en nuevos consumidores. En cuanto a publicidad adicional, se realizarán comerciales de televisión y radio, volantes, y trípticos.

### 10.4.2. Organización

Uno de los elementos más importantes para que el servicio sea de calidad, para los turistas, es sin duda el Recurso Humano. Para toda empresa son factores para el éxito, puesto que ellos son los constructores de los objetivos planteados, y por consiguiente la imagen de esta hacienda.

Dadas las características del proyecto es necesario, contar con personal que tenga la capacidad y disponibilidad, para atender los diferentes requerimientos de la hacienda agroturística, así se menciona el siguiente talento humano.

**Tabla 74.** *Personal de la hacienda*

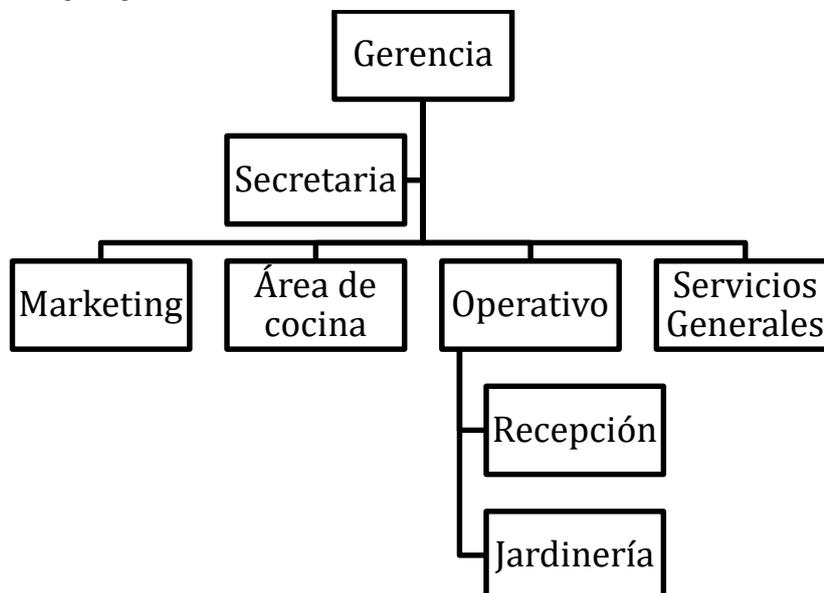
<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>
1	Administrador
1	Secretaria
2	Vendedores
2	Recepcionistas
2	Jardineros
2	Chef
2	Ayudantes de cocina
2	Operativos
2	Servicios generales
2	Ayudantes de limpieza
1	Jefe de mantenimiento
<b>19</b>	<b>Total empleados</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.4.2.1. Organigrama Estructural

El organigrama funcional del proyecto se detalla a continuación:

**Figura 34.** Organigrama Estructural de la hacienda



**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.4.2.2. Manual de funciones del proyecto

**Tabla 75.** Responsabilidades: administrador

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Administrador
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Todos los cargos
<b>II. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas</li> <li>– Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades</li> <li>– Manejo y control de recursos</li> <li>– Representación legal de la institución</li> <li>– Selección y contratación de personal.</li> </ul>	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Diseñar el plan operativo anual</li> <li>– Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas</li> <li>– Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios</li> </ul>	

---

#### IV. RESPONSABILIDADES

- Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones
- Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo
- Promover la consecución de objetivos propuestos
- Fomentar una cultura organizacional óptima.

---

#### V. ATRIBUCIONES

- Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo
- Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas
- Disposición inmediata de recursos.

---

#### VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Licenciado en Ecoturismo y/o afines
<i>Experiencia</i>	Mínima de 3 a 5 años

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 76.** *Responsabilidades: secretaria*

---

#### I. INFORMACIÓN BÁSICA

Puesto	Secretaria
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno

#### II. FUNCIONES

- Brindar soporte de secretaría y contabilidad al proyecto de la hacienda Agroturística Rancho el Rosario
- Administrar la información financiera. Realizar pagos por adquisiciones y sueldos.

---

#### III. TAREAS

- Recepción, organización y archivo de documentos. Toma dictados, redacción y despacho de documentos. Proporcionar estadísticas financieras. Realizar la declaración de impuestos al fisco.

---

#### IV. RESPONSABILIDADES

- Asegurar un manejo contable eficaz. Brindar apoyo en facturación y ventas. Mantener al corriente pagos al fisco, proveedores y empleados

---

#### V. ATRIBUCIONES

- Tomar decisiones financieras referidas a la Agencias y otras organizaciones
-

---

**VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

Título profesional	Secretariado o carreras afines (administración o contabilidad)
Experiencia	Máxima 1 año
Habilidades	Trabajar bajo presión, responsabilidad, Nivel Intermedio de Inglés
Formación	Superior

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 77. Responsabilidades: vendedores**

---

**I. INFORMACIÓN BÁSICA**

Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno

---

**II. FUNCIONES**

Administrar campañas publicitarias para el proyecto con soporte en la administración y supervisar las cuentas publicitarias del proyecto de agroturismo

---

**III. TAREAS**

- Administrar correctamente canales digitales del proyecto de agroturismo y demás activos publicitarios del negocio.
  - Crear reportes, presupuestos y demás planificación necesaria en conjunto con el administrador.
  - Contratar los servicios necesarios para pauta de medios y administración de contenido para la promoción.
- 

**IV. RESPONSABILIDADES**

- Cumplir con las expectativas de la campaña.
  - Generar reportes y cumplimiento ético con el uso del presupuesto en la campaña.
- 

**V. ATRIBUCIONES**

- Toma de decisiones en la dirección de la campaña publicitaria
- 

**VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

Título profesional	Especialista en Marketing Digital
Experiencia	Máxima 2 años

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 78. Responsabilidades: Chef**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Chef (cocinero/a)
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ayudante de cocina
<b>II. FUNCIONES</b>	
Administrar, organizar y dirigir los recursos materiales y humanos en la cocina para la satisfacción del cliente.	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Diseñar y preparar platos del menú.</li> <li>– Supervisar la limpieza y mantenimiento del lugar.</li> <li>– Realizar los pedidos de la materia prima de forma controlada.</li> <li>– Organizar y dirigir la preparación de la comida.</li> <li>– Realizar reportes de los pedidos que ingresan al área.</li> </ul>	
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Manejo y administración de los materiales e insumos para el área.</li> <li>– Sondeo del nivel de trabajo y eficacia en la manipulación de alimentos e higiene de estos.</li> </ul>	
<b>V. ATRIBUCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Toma de decisiones en la implementación-dirección de los recursos humanos y materia prima.</li> </ul>	
<b>VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Profesional en Cocina (Chef)
Experiencia	Máxima 3 y 5 años
Habilidades	Dominio en el diseño y elaboración de menús, manipulación de alimentos, trabajo bajo presión, nivel avanzado de inglés.
Formación	Técnico o Superior

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 79. Responsabilidades: ayudante de cocina**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Ayudante de cocina
Jefe inmediato superior	Administrador Chef
Supervisa a	Ninguno
<b>II. FUNCIONES</b>	
Preparación y elaboración de alimentos y bebidas del proyecto de agroturismo, cumplimiento riguroso con las normas de higiene y buenas prácticas en el área asignada de acuerdo con las instrucciones de jefe en Cocina (Chef) y la administración.	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Preparar los ingredientes, cocinar los alimentos conforme a los menús individuales.</li> <li>– Supervisar personal auxiliar de la cocina.</li> <li>– Determinar adecuadamente la porción de los alimentos, ingredientes, costos y peso de estos.</li> <li>– Controlar el almacenamiento de los alimentos para evitar que se estropeen.</li> <li>– Controlar la limpieza del área, las áreas de servicio y demás relacionadas con la cocina.</li> </ul>	
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Controlar el funcionamiento de la cocina tanto en la preparación, limpieza y distribución del menú para la satisfacción del cliente.</li> </ul>	
<b>V. ATRIBUCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Toma de decisiones con relación al área de cocina.</li> </ul>	
<b>VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Educación Básica y/o superior
Experiencia	Máxima 3 y 5 años
Habilidades	Trabajo bajo presión, elaboración de alimentos, mantenimiento del área de cocina.
Formación	Básica

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 80. Responsabilidades: operativo****I. INFORMACIÓN BÁSICA**

Puesto	Operativo
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno

**II. FUNCIONES**

Realizar visitas guiadas del lugar y asistir a las personas de forma individual y grupal.

**III. TAREAS**

- Desarrollar una comunicación eficaz con los visitantes del lugar.
- Compartir vivencias, experiencias y conocimientos acerca del sitio.
- Manejar técnicas para la activación de los grupos de personas.

**IV. RESPONSABILIDADES**

- No descuidar la integridad y seguridad del grupo de personas en ningún momento.

**V. ATRIBUCIONES**

- Toma de decisiones en cuanto a los lugares por visitar, y en relación con el acompañamiento guiado para el lugar.

**VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

Título profesional	Educación Básica y/o superior, Turismo
Experiencia	Máxima 1 años
Habilidades	Trabajo bajo presión
Formación	Superior

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 81. Responsabilidades: recepcionista**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Recepcionista
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
<b>II. FUNCIONES</b>	
Control operativo de la oficina del proyecto de agroturismo relacionado con la atención al cliente, recepción de visitas en general.	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Recepción de llamadas telefónicas, correos, y mensajes.</li> <li>– Atención de visitas personales de clientes y demás personas relacionadas.</li> <li>– Gestión e impresión de documentos como actas de entrega, de recepción, contratos y demás documentación necesaria para la administración.</li> <li>– Organizar base de datos para la empresa, y mantenerla actualizada.</li> <li>– Brindar apoyo necesario al área de secretaría y administración.</li> </ul>	
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Controlar la seguridad del lugar de las personas que ingresan, así también del manejo adecuado de la información.</li> </ul>	
<b>V. ATRIBUCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Toma de decisiones en el manejo de la información digital y físico de la empresa.</li> </ul>	
<b>VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Educación Básica y/o superior
Experiencia	Máxima 1 años
Habilidades	Trabajo bajo presión – Nivel avanzado de inglés
Formación	Superior

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 82. Responsabilidades: recepcionista: jardinero**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Jardinero
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
<b>II. FUNCIONES</b>	
Cuidado y diseño general de todas la plantas, árboles y flores del proyecto de agroturismo	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cortar el césped y la hierba descuidada.</li> <li>– Ejecutar abono de plantas periódicamente.</li> <li>– Implementar con las herramientas necesarias para el cuidado del lugar.</li> <li>– Podar y sembrar las plantas necesarias.</li> <li>– Realizar riegos constantemente.</li> <li>– Recoger elementos de las plantas y limpiar como son hojas, césped, etc.</li> <li>– Realizar reportes designados por la administración.</li> </ul>	
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>	
Controlar la belleza natural del proyecto de agroturismo	
<b>V. ATRIBUCIONES</b>	
– Toma de decisiones en cuanto al control e implementación del lugar.	
<b>VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Indistinto
Experiencia	Máxima 1 año.
Habilidades	Conocimientos en agricultura, siembra y cuidado de plantas.
Formación	

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

**Tabla 83.** Responsabilidad: ayudante de limpieza

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Puesto	Ayudante de limpieza
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
<b>II. FUNCIONES</b>	
Limpieza y organización de todas las áreas que conforman el proyecto de agroturismo en la hacienda Agroturística	
<b>III. TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Recoger la basura de los botes de basura.</li> <li>– Limpiar los baños.</li> <li>– Barrer y trapear las oficinas y alrededores.</li> <li>– Limpiar y desinfectar pisos y escritorios.</li> <li>– Sacudir polvos.</li> </ul>	
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Controlar la limpieza del lugar manteniendo cuidado con los recursos de la empresa.</li> </ul>	
<b>V. ATRIBUCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Toma de decisiones en el área de limpieza.</li> </ul>	
<b>VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional	Indistinto
Experiencia	Máxima 1 años
Habilidades	Trabajo bajo presión
Formación	Ninguna
<b>Nota:</b> Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.	

**Tabla 84.** *Responsabilidades: jefe de mantenimiento*

---

## I. INFORMACIÓN BÁSICA

---

<i>Puesto</i>	Jefe de Mantenimiento
<i>Jefe inmediato superior</i>	Administrador
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

---

## II. FUNCIONES

Controlar y ejecutar las actividades de mantenimiento del proyecto de agroturismo relacionadas con cableado estructurado, electricidad y demás reparaciones técnicas que demande la actividad comercial

---

## III. TAREAS

- Coordinar los trabajos de reparaciones en tuberías.
  - Ejecutar las tareas de reparación en instalaciones eléctricas.
  - Supervisar la reparación de equipos y maquinaria.
  - Supervisión de los materiales de reparación.
  - Realizar inspecciones periódicas del lugar.
  - Planificar mantenimiento preventivo del lugar en general.
  - Atender situaciones de reclamo por falta de servicio.
  - Cumplir con las normas de seguridad establecidas.
  - Elaborar informes periódicos a la administración.
- 

## IV. RESPONSABILIDADES

- Atender la seguridad del lugar y el servicio básico del mismo.
- 

## V. ATRIBUCIONES

- Toma de decisiones en la coordinación técnica del mantenimiento del sitio.
- 

## VI. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Ing. Electricista, Técnico Sistemas, o afines.
Experiencia	Máxima 3 y 5 años
Habilidades	Trabajo bajo presión, conocimientos en electricidad, básica,
Formación	Técnico o Superior.

---

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.4.3. Dirección

Es la función del proceso administrativo a través de la cual se logra la realización efectiva de todo lo planificado para el proyecto marche en buen camino.

La dirección tiene unos instrumentos importantes que el gerente utiliza para lograr que todos los miembros del grupo alcancen objetivos, los cuales son motivación, comunicación y liderazgo. En el proyecto va a estar liderado por la familia, quienes serán responsables en la toma de decisiones en la hacienda agroturística el rancho el Rosario.

#### **10.4.4. Control**

En la fase de control, se verifica el esfuerzo sistemático que compara el desempeño real con lo predeterminado, de esta manera se pueden tomar las medidas correctivas si es necesario.

Existe un proceso de control el cual consta de tres pasos independientes:

- Medir el desempeño real.
- Comparar el desempeño reas con algún estándar.
- Tomar medidas administrativas para corregir las desviaciones o los estándares incorrectos.

Es este caso, el control es necesario realizarlo al inicio, en el transcurso y al final de las actividades para comprobar si las actividades y servicios ofrecidos mediante los paquetes turísticos se están manejando de correctamente, y así generar importancia para los turistas y pobladores de Pastocalle.

##### **10.4.4.1. Ley de Turismo del Ecuador**

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 con 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 este preste servicios directos o parciales relacionados con el turismo y que reúnan las condiciones necesarias para ser calificados como tales.

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

*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 las 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 solicitará y otorgará 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 respetará lo impuesto por el Ministerio de Turismo.

*Declaratoria Turística:* Para el impulso del Proyecto Agroturístico, se necesita una Declaratoria 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 la hacienda Agroturística del rancho El Rosario, en el cual constará la información para determinar el impacto económico y social de la inversión que se realizará.

*Forma Jurídica:* Las instalaciones de la Hacienda Agroturística el rancho El Rosario, que se pretende emprender en las instalaciones obliga a sus administradores a constituirse como una compañía, recomendándose la conformación de una Sociedad Anónima, 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 a mejor tasa de interés.

En los estatutos deberán constar:

1. Nombres de los integrantes del Centro Agroturístico
2. La razón social que será —Centro Agroturístico el Rancho El Rosario
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 cláusula 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 designará la categoría respectiva, de acuerdo a la Norma Técnica que las instalaciones cumplan.

#### **10.4.4.2. Reglamento Interno para empleados y visitantes**

La elaboración del reglamento interno para la hacienda agroturística para rancho el Rosario tiene la finalidad determinar normas internas a las que estarán sujetos tanto para los visitantes como a los empleados, al momento de ingresar al centro de tal manera que no exista ningún inconveniente o desacuerdos.

#### **Reglamento para empleados**

##### **a) Jornada laboral**

- i. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la empresa.
- ii. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la empresa. Sin embargo,

respetando los límites señalados en el Código de Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes.

iii. Todos los empleados contarán con un receso de 1 hora para descansar y comer; dependerá de cada área el ponerse de acuerdo con el momento de tomar su tiempo libre con la finalidad de que siempre exista un empleado en las mismas.

**b) Prohibiciones y sanciones**

- i. No se permite el consumo de bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones
- ii. No se permiten ofensas, daños o faltas de respeto a otros colaboradores y a instalaciones
- iii. No hacer uso personal de las áreas designadas para huéspedes.
- iv. Los empleados serán sancionados cuando incumplan con las funciones establecidas para cada área de trabajo.
- v. Si el empleado llega tarde debe reponer el tiempo que sea necesario para cumplir con su horario.
- vi. Dependiendo de la falta el empleado podría ser sancionado así: Amonestación verbal o por escrito, suspensión laboral sin goce de salario y despido sin responsabilidad patronal.

**c) Derechos del trabajador**

- i. Los empleados recibirán oportunamente los instrumentos necesarios, para desempeñarse correctamente en su área de trabajo.
- ii. Los empleados no serán explotados, cada uno desempeñará las funciones que se le otorgaron y constan dentro del contrato.
- iii. Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- iv. Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

**d) Higiene y cuidado personal**

- i. Los empleados deben mantener su aspecto e higiene personal correctamente.
- ii. Es obligación del trabajador portar el uniforme completo y correctamente
- iii. Es obligación del personal mantener limpia su área de trabajo.

## **2) Reglamento para visitantes**

- a) El visitante debe transitar por los caminos establecidos, con la finalidad de mantener las áreas verdes en correcto estado
- b) Está prohibido arrancar, pisar o dañar a las especies de flora que encuentren a lo largo de los senderos.
- c) Es prohibido molestar a las especies de fauna que se encuentran dentro de la hacienda agroturística.
- d) Las reservaciones se las puede realizar personalmente o por vía telefónica cancelando el 50% del precio.
- e) La empresa no se hace responsable por artículos de valor que no hayan sido dejados para su custodia.
- f) Es obligación del huésped entregar las llaves en la recepción al momento en que dejan la empresa.
- h) Cualquier daño causado por los visitantes a los bienes muebles o al inmueble, será su responsabilidad, debiendo cancelar la reparación de estos.
- i) Para sugerencias, el visitante debe dirigirse a la recepción donde se encontrará un buzón de sugerencias.

## **10.5. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es muy importante, ya que éste tiene por objeto demostrar la viabilidad del proyecto, donde se analizan varios factores que comprenden desde la infraestructura, adquisición y mantenimiento de animales, insumos agrícolas, transporte, y todo lo que se requiere para iniciar las actividades contempladas en la propuesta. Luego de analizar el estudio de mercado, se ha efectuado un cálculo estimado de ingresos por las actividades turísticas que se generarán. Para este propósito se ha hecho una estimación sobre aceptación de turistas y el número de visitantes.

### 10.5.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión es un conjunto de pronósticos en términos financieros referentes a un periodo precisado. Un presupuesto de inversión es un artificio que permite a la dirección planear y controlar las actitudes de una empresa de modo que pueden realizar sus objetivos en cuanto a ganancias y servicios.

El sistema de presupuestos exige una previsión sistemática basada en la experiencia del pasado y en las condiciones que se prevean en el futuro. Los propietarios contarán también con financiamiento propio para la puesta en marcha del presente proyecto.

Las inversiones están conformadas por los siguientes elementos: Activos Fijos, Remodelación e infraestructura, Equipos de cómputo y oficina, Muebles y enseres, Utensilios, Suministros de oficina, Gastos de constitución y Capital de Trabajo que se detallan a continuación en las siguientes tablas:

#### 10.5.1.1. Activos Fijos

En los activos fijos se analizan los activos tangibles que forman parte importante para el inicio del proyecto. Los propietarios cuentan con un porcentaje de activos fijos sobre la inversión total, los detalles se pueden apreciar en la siguiente tabla 85:

**Tabla 85.** *Activos Fijos*

N°	DETALLE	COSTO (\$)
1	Terreno a utilizar	\$ 11.184
2	Semovientes	\$ 9.675
3	Vehículos	\$ 45.500
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 66.359</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los activos fijos están conformados el Terreno a utilizar que es 11.184 m<sup>2</sup> que representa 11,184 hectáreas, en el sector la hectárea está en un promedio de \$ 10.000, por lo que nos da un valor de \$ 11.184, seguido de los semovientes con \$ 9.675 y los vehículos para el proyecto en \$ 45.500.

Estos valores que conforman los activos fijos se analizan de la siguiente manera en las tablas siguientes:

**Tabla 86. Semovientes**

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Caballos	Unidad	2	\$ 500	\$ 1.000
2	Gallinas	Unidad	5	\$ 15	\$ 75
3	Chanchos	Unidad	2	\$ 120	\$ 240
4	Borregos	Unidad	2	\$ 80	\$ 160
5	Vacas	Unidad	4	\$ 800	\$ 3.200
6	Ganado bravo	Unidad	5	\$ 1.000	\$ 5.000
<b>TOTAL SEMOVIENTES</b>			<b>20</b>		<b>\$ 9.675</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto se tiene dichos semovientes que nos sirven para las actividades turísticas, están por 2 caballos con un costo total de \$ 1000, están 5 gallinas con un costo total de \$ 75, están 2 chanchos con un costo total de \$ 240, seguido de 4 borregos con un costo total de \$ 160, luego las 5 vacas con un costo total de \$ 800, y para finalizar el ganado bravo con un costo total de \$1000.

Los vehículos se detallan a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla 87. Vehículos**

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Camioneta 4x4	Unidad	1	\$ 16.500	\$ 16.500
2	Minivan	Unidad	1	\$ 18.000	\$ 18.000
3	Jeep 4 x 4	Unidad	1	\$ 11.000	\$ 11.000
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>			<b>3</b>		<b>\$ 45.500</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para nuestro proyecto de la hacienda turística se necesita de una camioneta 4 x 4 valorada en \$ 16.500, la minivan con un valor de \$ 18.000 y también un Jeep con valor de \$ 11.000 para una mejor movilización tanto de los visitantes como de los involucrados.

#### 10.5.1.2. Remodelaciones e infraestructura

La inversión necesaria para remodelar y adecuar las instalaciones, además de adquirir nuevos semovientes para la hacienda agroturística, remodelación de la casa hacienda, adecuaciones externas, maquinaria y equipo, entre otros, se establece de la siguiente manera:

**Tabla 88.** *Remodelaciones e infraestructura*

N°	DETALLE	COSTO
1	Adecuación Restaurante	\$ 4.267,00
2	Remodelación Casa Hacienda	\$ 6.300,00
3	Adecuaciones externas	\$ 5.220,00
4	Inversiones semovientes	\$ 5.820,00
5	Maquinaria y equipo	\$ 6.808,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 28.415,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto de la hacienda agroturístico existen cambios importantes en la infraestructura como son la adecuación del restaurante con un costo total de \$ 4.267, la remodelación de la casa hacienda con un costo total de \$ 6.300, adecuaciones externas necesarias según lo realizado en el estudio técnico de \$ 5.220, se necesita de semovientes adicionales con un costo total de \$ 5.820 y la maquinaria y equipo con un costo total de \$ 6.808.

A continuación, se detalla los costos para la adecuación del restaurante:

**Tabla 89.** *Adecuación restaurante*

N°	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Mejoramiento de instalaciones eléctricas	\$ 225,00
2	Masillado de pisos y paredes	\$ 350,00
3	Pintura interna	\$ 200,00
4	Revestimiento de baño y piso	\$ 310,00
5	Apartado de sanitarios y griferías	\$ 380,00
6	Cortinas	\$ 150,00
7	Closet y puertas	\$ 275,00
8	Señalética	\$ 67,00
9	Mesa de bar	\$ 460,00
10	Sofá sillón	\$ 150,00
11	Construcción	\$ 1.200,00
12	Sala central	\$ 500,00
<b>TOTAL ADECUACIÓN RESTAURANTE</b>		<b>\$ 4.267,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para adecuar correctamente el restaurante y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 4.267.

A continuación, se detalla los costos para la remodelación casa hacienda para nuestro proyecto de la hacienda agroturística:

**Tabla 90.** *Remodelación Casa Hacienda*

N°	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Retirar pisos, aparatos sanitarios y muebles	\$ 225,00
2	Cambio de instalaciones eléctricas	\$ 300,00
3	Cambio de tubería de agua caliente	\$ 200,00
4	Cambio de tejas	\$ 125,00
5	Pintura de paredes internas y externas	\$ 320,00
6	Aparatos de sanitarios y griferías	\$ 350,00
7	Mantenimiento de tablón en dormitorios	\$ 170,00
8	Iluminación	\$ 80,00
9	Closet, puertas y muebles varios	\$ 1.500,00
10	1 juego de sala	\$ 850,00
11	Electrodomésticos para la cocina	\$ 1.800,00
12	Platos, vasos, cubiertos y utensilios de cocina	\$ 380,00
<b>TOTAL REMODELACION CASA HACIENDA</b>		<b>\$ 6.300,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para adecuar correctamente la remodelación de la casa hacienda nos da un valor de \$ 6.300.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para las adecuaciones externas:

**Tabla 91.** *Adecuaciones externas*

N°	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Instalación de cerramiento	\$ 450,00
2	Diseño de huerta ecológica	\$ 400,00

3	Señalética	\$ 120,00
4	Iluminación exterior	\$ 680,00
5	Arreglos de pesca deportiva	\$ 700,00
6	Establo para ordeño	\$ 450,00
7	Diseño de toreo de borregos	\$ 460,00
8	Parqueaderos	\$ 300,00
9	Camping	\$ 450,00
10	Cabalgata	\$ 560,00
11	Baños exteriores	\$ 650,00
<b>TOTAL ADECUACIONES EXTERNAS</b>		<b>\$ 5.220,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para adecuar correctamente el exterior de las instalaciones y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 5.220.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para las inversiones en semovientes:

**Tabla 92.** *Inversiones semovientes*

N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Borregos	Unidad	7	\$ 60,00	\$ 420,00
2	Vacas	Unidad	4	\$ 800,00	\$ 3.200,00
3	Caballos	Unidad	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
2	Alevines de truchas	Ciento	5	\$ 20,00	\$ 100,00
3	Alevines de tilapia	Ciento	5	\$ 20,00	\$ 100,00
<b>TOTAL INVERSIÓN SEMOVIENTES</b>			<b>25</b>	<b>\$ 70,50</b>	<b>\$ 5.820,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para la inversión de semovientes adicionales y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 5.820.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para maquinaria y equipo:

**Tabla 93.** *Maquinaria y equipo*

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
----	---------	------------------	----------	----------------	-------------

RESTAURANTE	Mesas	U	2	\$ 22,00	\$ 44,00
	Sillas	U	12	\$ 15,00	\$ 180,00
	Cocina de 6 hornillas	U	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Refrigerador	U	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Microondas	U	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Juegos de ollas	U	1	\$ 58,00	\$ 58,00
	Extractor de olores	U	1	\$ 340,00	\$ 340,00
	Sanduchera	U	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Extractor de jugos	U	1	\$ 89,00	\$ 89,00
	Cafetera	U	1	\$ 66,00	\$ 66,00
HUERTO ECOLÓGICO	Plástico Transparente	U	7	\$ 25,00	\$ 175,00
	Cemento	U	3	\$ 20,00	\$ 60,00
	Piedra Molida	U	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Arena	U	2	\$ 50,00	\$ 100,00
	Tubos de acero	U	8	\$ 25,00	\$ 200,00
	Grapas de acero	U	8	\$ 20,00	\$ 160,00
	Martillo	U	4	\$ 24,00	\$ 96,00
	Amarras	U	2	\$ 18,00	\$ 36,00
	Azadones	U	3	\$ 21,00	\$ 63,00
	Picos	u	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Fertilizante	u	3	\$ 15,00	\$ 45,00
	Semillas de las plantas	u	3	\$ 14,00	\$ 42,00
CABALGATA	Monturas	u	3	\$ 15,00	\$ 45,00
	Riendas	u	3	\$ 9,00	\$ 27,00
	Pala	u	4	\$ 12,00	\$ 48,00
	Pico	u	2	\$ 10,00	\$ 20,00
	Herraduras	u	5	\$ 10,00	\$ 50,00
	Medicinas	u	4	\$ 23,00	\$ 92,00
	Sogas	u	4	\$ 10,00	\$ 40,00
	Puertas	u	2	\$ 50,00	\$ 100,00
DEPOR	Madera	u	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	SERRUCHO	u	1	\$ 13,00	\$ 13,00

	Pintura	Galones	3	\$ 50,00	\$ 150,00	
	Clavos	Caja de 100	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
	Martillo	u	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
	Cemento	u	8	\$ 12,00	\$ 96,00	
	Barrilla	u	5	\$ 10,00	\$ 50,00	
	Arena	Volqueta	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
	Ladrillo	u	1000	\$ 0,20	\$ 200,00	
	Palas	u	5	\$ 12,00	\$ 60,00	
	Carretillas	u	5	\$ 13,00	\$ 65,00	
	Nivel	u	2	\$ 14,00	\$ 28,00	
	Vailejo	u	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
CAMPING	Ladrillo	u	200	\$ 0,20	\$ 40,00	
	Cemento	u	10	\$ 12,00	\$ 120,00	
	Arena	Volquetas	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
	Parrilla de hierro	u	10	\$ 30,00	\$ 300,00	
	Pintura	Galones	5	\$ 45,00	\$ 225,00	
	Madera	u	20	\$ 10,00	\$ 200,00	
	Pernos	Cajas de 100	5	\$ 4,00	\$ 20,00	
	Laca	U	10	\$ 10,00	\$ 100,00	
	Taladro	U	1	\$ 23,00	\$ 23,00	
	Cernidor	U	4	\$ 8,00	\$ 32,00	
	Metro	U	3	\$ 5,00	\$ 15,00	
	Nivel	U	3	\$ 12,00	\$ 36,00	
	Espátula	U	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
	Pala	U	3	\$ 17,00	\$ 51,00	
	Balde	U	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
	Sierra Eléctrica	U	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
	Martillo	U	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
	TOREO DE BORREGOS	Ladrillo	U	250	\$ 0,20	\$ 50,00
		Cemento	U	5	\$ 12,00	\$ 60,00
		Arena	Volquetas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Parrilla de hierro		U	3	\$ 10,00	\$ 30,00	

	Pintura	Galones	3	\$ 45,00	\$ 135,00
	Madera	U	8	\$ 10,00	\$ 80,00
	Pernos	Cajas de 100	2	\$ 5,00	\$ 10,00
ESTABLO	Metro	U	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Nivel	U	1	\$ 8,00	\$ 8,00
	Espátula	U	2	\$ 12,00	\$ 24,00
	Pala	U	1	\$ 8,00	\$ 8,00
	Balde	U	2	\$ 8,00	\$ 16,00
	Sierra Eléctrica	U	4	\$ 9,00	\$ 36,00
	Martillo	U	2	\$ 35,00	\$ 70,00
	Lavadora	U	1	\$ 32,00	\$ 32,00
	Aspiradora	U	1	\$ 35,00	\$ 35,00
OTROS	Carretillas	U	3	\$ 40,00	\$ 120,00
	Machetes	U	2	\$ 14,00	\$ 28,00
	Azadón	U	2	\$ 9,00	\$ 18,00
	Pala	U	2	\$ 8,00	\$ 16,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>1717</b>	<b>\$ 6.808,00</b>	

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para maquinaria y equipos y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 6.808.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para los equipos de cómputo:

**Tabla 94.** *Equipo de Cómputo*

N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	COSTO
----	---------	--------	----------	-------	-------

		<b>DE MEDIDA</b>		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Computadora	unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
2	Impresora	unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
3	Fax	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
4	Teléfonos	unidad	3	\$ 120,00	\$ 360,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>7</b>		<b>\$ 1.210,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para equipos de cómputo y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 1.210.

A continuación, en la tabla siguiente se detalla los costos para muebles y enseres:

**Tabla 95.** *Muebles y enseres*

<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Escritorio	unidad	2	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Sillas	unidad	10	\$ 15,00	\$ 150,00
3	Juego de sala	unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
4	Archivador	unidad	2	\$ 50,00	\$ 100,00
5	Sillón	unidad	2	\$ 150,00	\$ 300,00
6	Mesas	unidad	2	\$ 30,00	\$ 60,00
7	Mueble para vajilla	unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
8	Veladores	unidad	4	\$ 20,00	\$ 80,00
9	Camas (1 plaza ½)	unidad	2	\$ 80,00	\$ 160,00
10	Camas (2 plazas)	unidad	2	\$ 90,00	\$ 180,00
11	Colchón (1 plaza ½)	unidad	2	\$ 100,00	\$ 200,00
12	Colchón (2 plazas)	unidad	2	\$ 110,00	\$ 220,00
13	Almohadas	unidad	16	\$ 10,00	\$ 160,00
14	Cobijas de lana	unidad	20	\$ 10,00	\$ 200,00
15	Juegos de sábana	unidad	14	\$ 10,00	\$ 140,00
16	Mueble alacena	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>83</b>		<b>\$ 2.340,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para muebles y enseres y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 2.340.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para los utensilios de cocina:

**Tabla 96. Utensilios**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Vasos medianos	unidad	40	\$ 0,75	\$ 30,00
Vasos pequeños	unidad	24	\$ 0,60	\$ 14,40
Jarros	unidad	40	\$ 1,20	\$ 48,00
Vajilla	Juego	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Cubiertos	Docenas	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Utensilios de cocina	Juego	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Cuchillos de cocina	Juego	2	\$ 21,00	\$ 42,00
Licuadora	unidad	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Batidora	unidad	1	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>TOTAL UTENSILIOS</b>		<b>118</b>		<b>\$ 389,40</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total de los utensilios y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 389,40.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los costos para los suministros de oficina:

**Tabla 97. Suministros de oficina**

N°	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Hojas papel bond	Resmas	4	\$ 3,00	\$ 12,00
2	Grapadora	unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
3	Grapas	Cajas	4	\$ 3,00	\$ 12,00
4	Clips	Cajas	4	\$ 2,00	\$ 8,00
5	Tóner impresor	unidad	3	\$ 20,00	\$ 60,00
6	Carpetas archivadoras	unidad	10	\$ 8,00	\$ 80,00
7	Carpetas cartón	unidad	10	\$ 50,00	\$ 500,00
8	Vinchas	unidad	10	\$ 1,00	\$ 10,00
9	Esferos, varios colores	Cajas	2	\$ 4,00	\$ 8,00
10	Lápices	Cajas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
11	Cuadernos de apuntes	unidad	6	\$ 3,00	\$ 18,00
12	Tableros	unidad	6	\$ 10,00	\$ 60,00
	<b>TOTAL SUM. OFICINA</b>		<b>62</b>		<b>\$ 783,00</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el costo total para suministros de oficina y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 783.

A continuación, en la tabla siguiente, se detalla los gastos de constitución del proyecto:

**Tabla 98.** *Gastos de constitución*

N°	DETALLE	COSTO (\$)
1	Registro Sanitario	\$ 100,00
2	Estudios Previos	\$ 150,00
3	Patente Municipal	\$ 30,00
4	Permiso Ambiental	\$ 100,00
5	Permiso del MIT	\$ 80,00
6	Registro de Marca	\$ 120,00
7	Permiso Cuerpo de Bomberos	\$ 75,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>\$ 655</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto los gastos de constitución nos dan un valor de \$ 655.

El capital de trabajo que se aplicó al proyecto agroturístico de forma trimestral para soportar las operaciones básicas del proyecto, estas se detallan a continuación.

**Tabla 99.** *Capital de trabajo*

N°	DETALLE	COSTO
1	Costos del Servicio	\$ 111.628,48
2	Gastos de administración	\$ 70.330,21
3	Gastos de ventas	\$ 3.666,95
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		<b>\$ 185.625,65</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL</b>		<b>\$ 46.406,41</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto el capital de trabajo anual nos da un valor de \$ 185.625,65 y hasta que la hacienda agroturística funcione correctamente se necesita del capital de trabajo para los tres meses y dar un mejor servicio a los visitantes nos da un valor de \$ 46.406,41.

El total de la inversión para el proyecto de la hacienda agroturística el Rancho el Rosario, se detalla a continuación:

**Tabla 100.** *Inversión Total*

N°	DETALLE	COSTO
1	Activos Fijos	\$ 66.359,00

2	Remodelación e infraestructura	\$ 28.415,00
3	Equipos de cómputo y oficina.	\$ 1.210,00
4	Muebles y enseres	\$ 2.340,00
5	Utensilios	\$ 389,40
6	Suministros de oficina	\$ 783,00
7	Gastos de constitución	\$ 655,00
8	Capital de Trabajo	\$ 46.406,41
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>		<b>\$ 146.557,81</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el proyecto la inversión total y que debemos recuperar es de \$ 146.557,81; en donde los activos fijos están en \$ 66.359, remodelación e infraestructura de \$28.415, seguido de los equipos de cómputo con \$ 1210, muebles y enseres con \$ 2.340, utensilios de \$389,4, suministros de oficina de \$ 783, gastos de constitución de \$ 655, y capital de trabajo de \$ 46.406,41.

El plan de financiamiento se detalla en la siguiente tabla para el proyecto de la hacienda agroturística.

**Tabla 101.** *Plan de financiamiento*

Descripción	Valor	% Aportación	Costo	% Ponderado	
<b>RECURSOS</b>					Tasa
<b>PROPIOS</b>	\$ 20.859,00	14,23%	5,50%	0,78%	Pasiva
<b>RECURSOS DE</b>					Tasa
<b>TERCEROS</b>	\$ 125.698,81	85,77%	10,10%	8,66%	Activa
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 146.557,81</b>	<b>100,00%</b>	<b>15,60%</b>	<b>9,45%</b>	<b>TMAR</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El plan de financiamiento queda en recursos propios con \$ 20.859 que tiene un costo de 5,50% como la tasa referencial pasiva del Banco Central, en recursos de terceros que es un préstamo bancario por el valor de \$ 125.698,81 que se tiene un costo de 10,10% que se aplica la tasa activa, para sacar el TMAR (Tasa mínima de aceptación de rentabilidad) se realiza un promedio ponderado de 9,45%

### 10.5.3. Préstamo

Se realiza un préstamo en la institución financiera del Banco del Austro con una tasa del 11,50%, como crédito productivo tipo Pyme para nuestro proyecto. a un plazo de 5 años, se estima la siguiente tabla de amortización:

**Tabla 102.** *Tabla de amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN CUOTA FIJA						
TASA	11,50%	ANUAL				
CUOTA	\$ 2.764,44	PERIODO	60	Meses		
MONTO	\$ 125.698,81					
Nº	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO		
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 125.698,81		
1	\$ 2.764,44	\$ 1.204,61	\$ 1.559,83	\$ 124.138,98		
2	\$ 2.764,44	\$ 1.189,67	\$ 1.574,78	\$ 122.564,20		
3	\$ 2.764,44	\$ 1.174,57	\$ 1.589,87	\$ 120.974,33		
4	\$ 2.764,44	\$ 1.159,34	\$ 1.605,11	\$ 119.369,22		
5	\$ 2.764,44	\$ 1.143,96	\$ 1.620,49	\$ 117.748,73		
6	\$ 2.764,44	\$ 1.128,43	\$ 1.636,02	\$ 116.112,71		
7	\$ 2.764,44	\$ 1.112,75	\$ 1.651,70	\$ 114.461,02		
8	\$ 2.764,44	\$ 1.096,92	\$ 1.667,53	\$ 112.793,49		
9	\$ 2.764,44	\$ 1.080,94	\$ 1.683,51	\$ 111.109,98		
10	\$ 2.764,44	\$ 1.064,80	\$ 1.699,64	\$ 109.410,34		
11	\$ 2.764,44	\$ 1.048,52	\$ 1.715,93	\$ 107.694,41		
12	\$ 2.764,44	\$ 1.032,07	\$ 1.732,37	\$ 105.962,04		
13	\$ 2.764,44	\$ 1.015,47	\$ 1.748,98	\$ 104.213,07		
14	\$ 2.764,44	\$ 998,71	\$ 1.765,74	\$ 102.447,33		
15	\$ 2.764,44	\$ 981,79	\$ 1.782,66	\$ 100.664,67		
16	\$ 2.764,44	\$ 964,70	\$ 1.799,74	\$ 98.864,93		
17	\$ 2.764,44	\$ 947,46	\$ 1.816,99	\$ 97.047,94		
18	\$ 2.764,44	\$ 930,04	\$ 1.834,40	\$ 95.213,54		
19	\$ 2.764,44	\$ 912,46	\$ 1.851,98	\$ 93.361,56		
20	\$ 2.764,44	\$ 894,71	\$ 1.869,73	\$ 91.491,83		
21	\$ 2.764,44	\$ 876,80	\$ 1.887,65	\$ 89.604,18		
22	\$ 2.764,44	\$ 858,71	\$ 1.905,74	\$ 87.698,44		
23	\$ 2.764,44	\$ 840,44	\$ 1.924,00	\$ 85.774,44		
24	\$ 2.764,44	\$ 822,01	\$ 1.942,44	\$ 83.832,00		
25	\$ 2.764,44	\$ 803,39	\$ 1.961,05	\$ 81.870,95		
26	\$ 2.764,44	\$ 784,60	\$ 1.979,85	\$ 79.891,10		
27	\$ 2.764,44	\$ 765,62	\$ 1.998,82	\$ 77.892,28		

28	\$	2.764,44	\$	746,47	\$	2.017,98	\$	75.874,30
29	\$	2.764,44	\$	727,13	\$	2.037,32	\$	73.836,98
30	\$	2.764,44	\$	707,60	\$	2.056,84	\$	71.780,14
31	\$	2.764,44	\$	687,89	\$	2.076,55	\$	69.703,59
32	\$	2.764,44	\$	667,99	\$	2.096,45	\$	67.607,14
33	\$	2.764,44	\$	647,90	\$	2.116,54	\$	65.490,60
34	\$	2.764,44	\$	627,62	\$	2.136,83	\$	63.353,77
35	\$	2.764,44	\$	607,14	\$	2.157,30	\$	61.196,47
36	\$	2.764,44	\$	586,47	\$	2.177,98	\$	59.018,49
37	\$	2.764,44	\$	565,59	\$	2.198,85	\$	56.819,64
38	\$	2.764,44	\$	544,52	\$	2.219,92	\$	54.599,71
39	\$	2.764,44	\$	523,25	\$	2.241,20	\$	52.358,52
40	\$	2.764,44	\$	501,77	\$	2.262,68	\$	50.095,84
41	\$	2.764,44	\$	480,09	\$	2.284,36	\$	47.811,48
42	\$	2.764,44	\$	458,19	\$	2.306,25	\$	45.505,23
43	\$	2.764,44	\$	436,09	\$	2.328,35	\$	43.176,88
44	\$	2.764,44	\$	413,78	\$	2.350,67	\$	40.826,21
45	\$	2.764,44	\$	391,25	\$	2.373,19	\$	38.453,02
46	\$	2.764,44	\$	368,51	\$	2.395,94	\$	36.057,08
47	\$	2.764,44	\$	345,55	\$	2.418,90	\$	33.638,18
48	\$	2.764,44	\$	322,37	\$	2.442,08	\$	31.196,11
49	\$	2.764,44	\$	298,96	\$	2.465,48	\$	28.730,62
50	\$	2.764,44	\$	275,34	\$	2.489,11	\$	26.241,51
51	\$	2.764,44	\$	251,48	\$	2.512,96	\$	23.728,55
52	\$	2.764,44	\$	227,40	\$	2.537,05	\$	21.191,51
53	\$	2.764,44	\$	203,09	\$	2.561,36	\$	18.630,15
54	\$	2.764,44	\$	178,54	\$	2.585,91	\$	16.044,24
55	\$	2.764,44	\$	153,76	\$	2.610,69	\$	13.433,55
56	\$	2.764,44	\$	128,74	\$	2.635,71	\$	10.797,85
57	\$	2.764,44	\$	103,48	\$	2.660,97	\$	8.136,88
58	\$	2.764,44	\$	77,98	\$	2.686,47	\$	5.450,41
59	\$	2.764,44	\$	52,23	\$	2.712,21	\$	2.738,20
60	\$	2.764,44	\$	26,24	\$	2.738,20	\$	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>165.866,68</b>	<b>\$</b>	<b>40.167,87</b>	<b>\$</b>	<b>125.698,81</b>		

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Las depreciaciones de los activos Fijos del proyecto Agroturístico se detallan a continuación:

**Tabla 103. Depreciación**

Detalle del bien	Valor	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$55.175,00</b>		<b>\$ 6.968,75</b>	<b>\$ 580,73</b>
Semovientes	\$ 9.675,00	25,00%	\$ 2.418,75	\$ 201,56
Vehículos	\$45.500,00	10,00%	\$ 4.550,00	\$ 379,17
Muebles y enseres	\$2.340,00	10,00%	\$ 234,00	\$ 19,50
Equipo de Computación	\$1.210,00	33,33%	\$ 403,29	\$ 33,61
Maquinaria y Equipo	\$6.808,00	10,00%	\$ 680,80	\$ 56,73
Utensilios	\$389,40	10,00%	\$ 38,94	\$ 3,25
<b>Total</b>	<b>\$65.922,40</b>		<b>\$8.325,78</b>	<b>\$693,82</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

La proyección de la depreciación de producción del proyecto Agroturístico se utilizó el método de línea recta, que se detalla a continuación:

**Tabla 104. Proyección de la depreciación**

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Semovientes	\$2.418,75	\$2.418,75	\$2.418,75	\$2.418,75	\$0,00
Vehículos	\$4.550,00	\$4.550,00	\$4.550,00	\$4.550,00	\$4.550,00
Muebles y enseres	\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00
Equipo de Computación	\$403,29	\$403,29	\$403,29	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y Equipo	\$680,80	\$680,80	\$680,80	\$680,80	\$680,80
Utensilios	\$38,94	\$38,94	\$38,94	\$38,94	\$38,94
<b>Total</b>	<b>\$8.325,78</b>	<b>\$8.325,78</b>	<b>\$8.325,78</b>	<b>\$7.922,49</b>	<b>\$5.503,74</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata

#### 10.5.4. Costos del servicio

Los costos del servicio del proyecto Agroturístico, materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación se detallan a continuación:

**Tabla 105.** *Costos del servicio*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
<b>Materia Prima</b>				<b>\$2.782,62</b>	<b>\$33.391,38</b>
Cuy	Kilos	231	\$5,00	\$1.155,00	\$13.860,00
Papas	Quintal	5	\$20,00	\$100,00	\$1.200,00
Aliños	Kilos	2	\$2,70	\$5,39	\$64,70
Lechuga	Unidad	46	\$0,70	\$32,20	\$386,40
Cebolla Blanca	Kilos	46	\$1,15	\$52,90	\$634,80
Mani Leche	mng/l	1123	\$0,04	\$44,93	\$539,20
Tomates	Kilos	46	\$1,39	\$63,94	\$767,28
Otras comidas		231	\$3,00	\$693,00	\$8.316,00
Bebidas sin alcohol	Docenas	231	\$1,00	\$231,00	\$2.772,00
Bebidas con alcohol	Libras	231	\$1,75	\$404,25	\$4.851,00
<b>Mano de Obra</b>				<b>\$6.468,57</b>	<b>\$77.622,82</b>
<b>CIF</b>				<b>\$51,19</b>	<b>\$614,28</b>
Electricidad	Kw/h	150	\$0,08	\$12,00	\$144,00
Consumo de Agua					
Potable	m3	30	\$0,48	\$14,40	\$172,80
Gas	Kg	2	\$2,00	\$4,00	\$48,00
Fundas	Unidad	231	\$0,09	\$20,79	\$249,48
Depreciación				\$56,73	\$680,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$39,38</b>	<b>\$9.302,37</b>	<b>\$111.628,48</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Las proyecciones del costo del servicio del proyecto Agroturístico y para todas las proyecciones se aplicó una tasa de crecimiento del 1,94% que es la inflación anual del año 2021, como se detallan a continuación:

**Tabla 106. Proyecciones de costos de servicio**

Descripción	Costos			Costos			Costos			Costos			Costos			
	Costo mensual	Fijos	Variables	Total año 1	Fijos	Variables	Total año 2	Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
<b>Materia Prima</b>	<b>\$2.782,6</b>		<b>\$33.391,4</b>	<b>\$33.391,4</b>		<b>\$34.039,2</b>	<b>\$34.039,2</b>		<b>\$34.699,5</b>	<b>\$34.699,5</b>		<b>\$35.372,7</b>	<b>\$35.372,7</b>		<b>\$36.058,9</b>	<b>\$36.058,9</b>
Cuy	\$1.155,0		\$13.860,0	\$13.860,0		\$13.918,2	\$13.918,2		\$13.976,7	\$13.976,7		\$14.035,4	\$14.035,4		\$14.094,3	\$14.094,3
Papas	\$100,0		\$1.200,0	\$1.200,0		\$1.205,0	\$1.205,0		\$1.210,1	\$1.210,1		\$1.215,2	\$1.215,2		\$1.220,3	\$1.220,3
Aliños	\$5,4		\$64,7	\$64,7		\$65,0	\$65,0		\$65,2	\$65,2		\$65,5	\$65,5		\$65,8	\$65,8
Lechuga	\$32,2		\$386,4	\$386,4		\$388,0	\$388,0		\$389,7	\$389,7		\$391,3	\$391,3		\$392,9	\$392,9
Cebolla Blanca	\$52,9		\$634,8	\$634,8		\$637,5	\$637,5		\$640,1	\$640,1		\$642,8	\$642,8		\$645,5	\$645,5
Mani Leche	\$44,9		\$539,2	\$539,2		\$541,5	\$541,5		\$543,7	\$543,7		\$546,0	\$546,0		\$548,3	\$548,3
Tomates	\$63,9		\$767,3	\$767,3		\$770,5	\$770,5		\$773,7	\$773,7		\$777,0	\$777,0		\$780,3	\$780,3
<b>Mano de Obra</b>	<b>\$6.468,6</b>	<b>\$77.622,8</b>		<b>\$77.622,8</b>	<b>\$79.128,7</b>		<b>\$79.128,7</b>	<b>\$80.663,8</b>		<b>\$80.663,8</b>	<b>\$82.228,7</b>		<b>\$82.228,7</b>	<b>\$83.823,9</b>		<b>\$83.823,9</b>
<b>CIF</b>	<b>\$51,2</b>		<b>\$614,3</b>	<b>\$614,3</b>		<b>\$626,2</b>	<b>\$626,2</b>		<b>\$638,3</b>	<b>\$638,3</b>		<b>\$650,7</b>	<b>\$650,7</b>		<b>\$663,4</b>	<b>\$663,4</b>
Electricidad	\$12,0		\$144,0	\$144,0		\$144,6	\$144,6		\$145,2	\$145,2		\$145,8	\$145,8		\$146,4	\$146,4
Consumo de																
Agua Potable	\$14,4		\$172,8	\$172,8		\$173,5	\$173,5		\$174,3	\$174,3		\$175,0	\$175,0		\$175,7	\$175,7
GAS	\$4,0		\$48,0	\$48,0		\$48,2	\$48,2		\$48,4	\$48,4		\$48,6	\$48,6		\$48,8	\$48,8
Fundas plasticas	\$20,8		\$249,5	\$249,5		\$250,5	\$250,5		\$251,6	\$251,6		\$252,6	\$252,6		\$253,7	\$253,7
Depreciación	\$56,7		\$680,8	\$680,8		\$680,8	\$680,8		\$680,8	\$680,8		\$680,8	\$680,8		\$680,8	\$680,8
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.302,4</b>	<b>\$77.622,8</b>	<b>\$34.005,7</b>	<b>\$111.628,5</b>	<b>\$79.128,7</b>	<b>\$34.665,4</b>	<b>\$113.794,1</b>	<b>\$80.663,8</b>	<b>\$35.337,9</b>	<b>\$116.001,7</b>	<b>\$82.228,7</b>	<b>\$36.023,4</b>	<b>\$118.252,1</b>	<b>\$83.823,9</b>	<b>\$36.722,3</b>	<b>\$120.546,2</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

La mano de obra directa del proyecto Agroturístico se detalla a continuación:

**Tabla 107. Mano de obra directa**

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				Salario	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Chef	12p	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
1	Empleado 2	Chef	12p	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
3	Empleado 3	Ayudante C	121p	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
4	Empleado 4	Ayudante C	123P	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
5	Empleado 5	Jardinero	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
6	Empleado 6	Jardinero	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
7	Empleado 7	Servicios G	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
8	Empleado 8	Servicios G	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
9	Empleado 9	Ayudante L	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
10	Empleado 10	Ayudante L	22g	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
11	Empleado 11	Jefe Mantenimiento	22g	\$550,00	\$0,00	\$550,00	\$0,00	\$51,98	\$51,98	\$498,03
<b>TOTAL</b>				<b>\$4.950,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$4.950,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$467,78</b>	<b>\$467,78</b>	<b>\$4.482,23</b>

Provisiones									
Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	Fondos de Reserva		Vacaci ones	Total	Costo MO		
			XIII	XIV					
			\$41,	\$32,			\$197,	\$649,8	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	67	17	\$41,65	\$20,83	07	2	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,	\$32,	\$41,65	\$20,83	\$197,	\$649,8	
			67	17			07	2	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,	\$32,	\$35,40	\$17,71	\$172,	\$557,1	
			42	17			33	7	
\$61,33	\$2,75	\$2,75	\$45,	\$32,	\$45,82	\$22,92	\$213,	\$711,5	
			83	17			56	8	
			<b>\$412</b>	<b>\$353</b>			<b>\$206,2</b>	<b>\$1.98</b>	<b>\$6.468</b>
<b>\$551,93</b>	<b>\$24,75</b>	<b>\$24,75</b>	<b>,50</b>	<b>,83</b>	<b>\$412,34</b>	<b>5</b>	<b>6,34</b>	<b>,57</b>	

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata

### 10.5.5. Insumos semovientes y peces

Los insumos semovientes y los peces se detallan a continuación:

**Tabla 108.** *Insumos semovientes y peces*

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Alimentos borregos	Kg	600	\$ 0,30	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Alimento vacuno	Kg	600	\$ 0,30	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Alimento caballos	Kg	699	\$ 0,30	\$ 209,70	\$ 2.516,40
Alimento peces	Kg	200	\$ 0,30	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>TOTAL INSUMOS SEMIOVIENTES Y PECES</b>				<b>\$ 629,70</b>	<b>\$ 7.556,40</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.5.6. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos del proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 109.** *Gastos administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia de compra</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Sueldos y Salarios Administrativos</b>				<b>\$5.167,65</b>	<b>\$62.011,81</b>
<b>Insumos semovientes y peces</b>				<b>\$629,70</b>	<b>\$7.556,40</b>
<b>Suministros de Oficina</b>				<b>\$12,25</b>	<b>\$147,00</b>
Resma de papel bond	Unidad	\$2,00	1	\$2,00	\$24,00
Esferos	Unidad	\$0,30	2	\$0,60	\$7,20
Lápices	Unidad	\$0,30	2	\$0,60	\$7,20
Borradores	Unidad	\$0,30	1	\$0,30	\$3,60
Corrector	Unidad	\$1,00	2	\$2,00	\$24,00
Pen drive 16GB	Unidad	\$6,00	1	\$6,00	\$72,00
Carpetas de cartón	Unidad	\$0,25	3	\$0,75	\$9,00
<b>Suministros de Limpieza</b>				<b>\$10,25</b>	<b>\$123,00</b>
Escobas	Unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00
Palas	unidad	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00
Trapeador	unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00
Desinfectante	MI	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00
Jabón líquido	MI	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00
Papel Higiénico	unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00
Lavavajillas	unidad	\$0,90	1	\$0,90	\$10,80
Fundas de basura	unidad	\$0,10	1	\$0,10	\$1,20
Cloro	unidad	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00
Detergente	unidad	\$0,75	1	\$0,75	\$9,00
<b>Otros Gastos</b>				<b>\$41,00</b>	<b>\$492,00</b>
Servicios Básicos más internet				\$41,00	\$492,00
<b>Total</b>				<b>\$5.860,85</b>	<b>\$70.330,21</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

La proyección de los gastos administrativos, se aplicó una tasa de crecimiento de un 4% en el aumento de sueldos y salarios, como se detalla a continuación:



Trapeador	\$1,5		\$18,0	\$18,0		\$18,1	\$18,1		\$18,2	\$18,2		\$18,2	\$18,2		\$18,3	\$18,3
Desinfectante	\$1,0		\$12,0	\$12,0		\$12,1	\$12,1		\$12,1	\$12,1		\$12,2	\$12,2		\$12,2	\$12,2
Jabón líquido	\$1,0		\$12,0	\$12,0		\$12,1	\$12,1		\$12,1	\$12,1		\$12,2	\$12,2		\$12,2	\$12,2
Papel																
Higiénico	\$1,5		\$18,0	\$18,0		\$18,1	\$18,1		\$18,2	\$18,2		\$18,2	\$18,2		\$18,3	\$18,3
Lavavajillas	\$0,9		\$10,8	\$10,8		\$10,8	\$10,8		\$10,9	\$10,9		\$10,9	\$10,9		\$11,0	\$11,0
Fundas de																
basura	\$0,1		\$1,2	\$1,2		\$1,2	\$1,2		\$1,2	\$1,2		\$1,2	\$1,2		\$1,2	\$1,2
Cloro	\$1,0		\$12,0	\$12,0		\$12,1	\$12,1		\$12,1	\$12,1		\$12,2	\$12,2		\$12,2	\$12,2
Detergente	\$0,8		\$9,0	\$9,0		\$9,0	\$9,0		\$9,1	\$9,1		\$9,1	\$9,1		\$9,2	\$9,2
<b>Otros Gastos</b>	<b>\$41,0</b>	<b>\$492,0</b>	<b>\$492,0</b>	<b>\$492,0</b>												
Servicios Básicos	\$41,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0	\$492,0
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$5.860,92</b>	<b>\$70.060,20</b>	<b>\$270.300,00</b>	<b>\$70.330,23</b>	<b>\$72.687,30</b>	<b>\$273.000,00</b>	<b>\$72.960,34</b>	<b>\$75.416,44</b>	<b>\$276.001,10</b>	<b>\$75.692,56</b>	<b>\$78.251,66</b>	<b>\$279.002,20</b>	<b>\$78.530,81</b>	<b>\$81.197,11</b>	<b>\$282.003,30</b>	<b>\$81.479,40</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los sueldos administrativos del proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 111. Sueldos administrativos**

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				Salario	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Administrador/a	11p	\$700,00	\$0,00	\$700,00	\$0,00	\$66,15	\$66,15	\$633,85
2	Empleado 2	Secretaria	113P	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
3	Empleado 3	Vendedor	2	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
4	Empleado 4	Vendedor		\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
5	Empleado 5	Recepcionista	2	\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
6	Empleado 6	Recepcionista		\$425,00	\$0,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84
7	Empleado 7	Operativo		\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
8	Empleado 8	Operativo	22	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.975,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$3.975,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$375,64</b>	<b>\$375,64</b>	<b>\$3.599,36</b>

Provisiones									
Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total	Costo MO	
\$78,05	\$3,50	\$3,50	\$58,33	\$32,17	\$58,31	\$29,17	\$263,03	\$896,88	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,42	\$32,17	\$35,40	\$17,71	\$172,33	\$557,17	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$32,17	\$41,65	\$20,83	\$197,07	\$649,82	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$32,17	\$41,65	\$20,83	\$197,07	\$649,82	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,42	\$32,17	\$35,40	\$17,71	\$172,33	\$557,17	
\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,42	\$32,17	\$35,40	\$17,71	\$172,33	\$557,17	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$32,17	\$41,65	\$20,83	\$197,07	\$649,82	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$32,17	\$41,65	\$20,83	\$197,07	\$649,82	
<b>\$443,21</b>	<b>\$19,88</b>	<b>\$19,88</b>	<b>\$331,25</b>	<b>\$257,33</b>	<b>\$331,12</b>	<b>\$165,63</b>	<b>\$1.568,29</b>	<b>\$5.167,65</b>	

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.



Hojas volantes	\$10, 0	\$120, 0	\$120,0	\$122, 3	\$122,3	\$124, 7	\$124,7	\$127, 1	\$127,1	\$129, 6	\$129,6					
Degustaci ones	\$5,0	\$60,0	\$60,0	\$60,3	\$60,3	\$60,5	\$60,5	\$60,8	\$60,8	\$61,0	\$61,0					
<b>Total</b>																
<b>Gastos</b>	<b>\$305</b>	<b>\$3.4</b>	<b>\$180,</b>	<b>\$3.667</b>	<b>\$3.6</b>	<b>\$182,</b>	<b>\$3.804</b>	<b>\$3.7</b>	<b>\$185,</b>	<b>\$3.946</b>	<b>\$3.9</b>	<b>\$187,</b>	<b>\$4.094</b>	<b>\$4.0</b>	<b>\$190,</b>	<b>\$4.248</b>
<b>de</b>	<b>,6</b>	<b>87,0</b>	<b>0</b>	<b>,0</b>	<b>21,5</b>	<b>6</b>	<b>,1</b>	<b>61,3</b>	<b>2</b>	<b>,5</b>	<b>06,6</b>	<b>9</b>	<b>,5</b>	<b>57,7</b>	<b>6</b>	<b>,3</b>
<b>Ventas</b>																

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los sueldos para vendedores del proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 114.** *Sueldos para vendedores*

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Vendedor/a	11v	\$193,00	\$0,00	\$193,00	\$0,00	\$18,24	\$18,24	\$174,76
	<b>TOTAL</b>			<b>\$193,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$193,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$18,24</b>	<b>\$18,24</b>	<b>\$174,76</b>

Provisiones								
Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total	Costo MO
\$21,52	\$0,97	\$0,97	\$16,08	\$32,17	\$16,08	\$8,04	\$95,82	\$270,58
<b>\$21,52</b>	<b>\$0,97</b>	<b>\$0,97</b>	<b>\$16,08</b>	<b>\$32,17</b>	<b>\$16,08</b>	<b>\$8,04</b>	<b>\$95,82</b>	<b>\$270,58</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.5.7. Gastos Financieros

Los gastos financieros del proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 115.** *Gastos financieros*

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>																
<b>Descripción</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gastos</b>			<b>Gastos</b>			<b>Gastos</b>			<b>Gastos</b>					
		<b>Fijos</b>	<b>V</b>	<b>Total año 1</b>	<b>Fijos</b>	<b>V</b>	<b>Total año 2</b>	<b>Fijos</b>	<b>V</b>	<b>Total año 3</b>	<b>Fijos</b>	<b>V</b>	<b>Total año 4</b>	<b>Fijos</b>	<b>V</b>	<b>Total año 5</b>
Intereses	\$ 1.119,7	\$ 13.436,6		\$ 13.436,6	\$ 11.043,3		\$ 11.043,3	\$ 8.359,8		\$ 8.359,8	\$ 5.351,0		\$ 5.351,0	\$ 1.977,2		\$ 1.977,2
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$ 1.119,7</b>	<b>\$ 13.436,6</b>		<b>\$ 13.436,6</b>	<b>\$ 11.043,3</b>		<b>\$ 11.043,3</b>	<b>\$ 8.359,8</b>		<b>\$ 8.359,8</b>	<b>\$ 5.351,0</b>		<b>\$ 5.351,0</b>	<b>\$ 1.977,2</b>		<b>\$ 1.977,2</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.5.8. Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto están por paquetes y también por extras del restaurante, el 50% para el paquete 1 y el otro 50% para el paquete 2 será nuestra oferta a los visitantes, como se detalla a continuación:

**Tabla 116.** *Proyección de ingresos*

Proyección de Ingresos															
Producto	Cantidad	PU	Año 1	Cantidad	PU	Año 2	Cantidad	PU	Año 3	Cantidad	PU	Año 4	Cantidad	PU	Año 5
Paquete 1	1386	\$66,00	\$91.476,00	1.521	\$66,00	\$100.353,00	1.651	\$66,00	\$108.966,00	1.776	\$66,00	\$117.216,00	1.897	\$66,00	\$125.169,00
Paquete 2	1386	\$67,00	\$92.856,46	1.521	\$67,00	\$101.867,42	1.651	\$67,00	\$110.610,40	1.776	\$67,00	\$118.984,90	1.897	\$67,00	\$127.057,91
<b>Total</b>	<b>2772</b>	<b>\$66,00</b>	<b>\$184.332,46</b>	<b>3041</b>	<b>\$66,00</b>	<b>\$202.220,42</b>	<b>3302</b>	<b>\$66,00</b>	<b>\$219.576,40</b>	<b>3552</b>	<b>\$66,00</b>	<b>\$236.200,90</b>	<b>3793</b>	<b>\$66,00</b>	<b>\$252.226,91</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Los ingresos del proyecto por restaurante se estima un consumo promedio de \$5,00 y la cantidad de visitantes anual según las proyecciones de la capacidad instalada del proyecto agroturístico.

**Tabla 117.** *Proyecciones ingresos extras por restaurante*

	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Cantidad Anual</b>	2.772	3.041	3.302	3.552	3.793
<b>Valor promedio de consume</b>	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
<b>Total anual</b>	<b>\$13.858,63</b>	<b>\$15.207,28</b>	<b>\$16.509,15</b>	<b>\$17.762,36</b>	<b>\$18.964,96</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 10.5.9. Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja del proyecto se detalla a continuación:

**Tabla 118.** *Flujo de caja*

DESCRIPCIÓN	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$198.191,1</b>	<b>\$217.427,7</b>	<b>\$236.085,5</b>	<b>\$253.963,3</b>	<b>\$271.191,9</b>
Ingresos por ventas paquete 1		\$91.476,0	\$100.353,0	\$108.966,0	\$117.216,0	\$125.169,0
Ingresos por ventas paquete 2		\$92.856,5	\$101.867,4	\$110.610,4	\$118.984,9	\$127.057,9
Ingresos extras por restaurante		\$13.858,6	\$15.207,3	\$16.509,2	\$17.762,4	\$18.965,0
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$199.062,2</b>	<b>\$201.601,7</b>	<b>\$204.000,5</b>	<b>\$206.228,4</b>	<b>\$208.251,1</b>
Materia Prima		\$33.391,4	\$34.039,2	\$34.699,5	\$35.372,7	\$36.058,9
Mano de Obra Directa		\$77.622,8	\$79.128,7	\$80.663,8	\$82.228,7	\$83.823,9
CIF		\$614,3	\$626,2	\$638,3	\$650,7	\$663,4
Gastos de Administración		\$70.330,2	\$72.960,3	\$75.692,5	\$78.530,8	\$81.479,4
Gastos de Ventas		\$3.667,0	\$3.804,1	\$3.946,5	\$4.094,5	\$4.248,3
Gastos Financieros		\$13.436,6	\$11.043,3	\$8.359,8	\$5.351,0	\$1.977,2
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>-\$871,1</b>	<b>\$15.826,0</b>	<b>\$32.085,1</b>	<b>\$47.734,9</b>	<b>\$62.940,8</b>
<b>INGRESOS NO</b>						
<b>D. OPERACIONALES</b>	<b>\$146.557,8</b>	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0
Recursos Propios	\$20.859,0					
Recursos de Terceros	\$125.698,8					
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$32.857,6</b>	<b>\$38.910,3</b>	<b>\$44.804,2</b>	<b>\$50.477,2</b>	<b>\$55.989,4</b>
Pago de capital de préstamo		\$19.736,8	\$22.130,0	\$24.813,5	\$27.822,4	\$31.196,1
Pago de intereses de préstamo		\$13.436,6	\$11.043,3	\$8.359,8	\$5.351,0	\$1.977,2

Pago de participación de utilidades		-\$130,7	\$2.373,9	\$4.812,8	\$7.160,2	\$9.441,1
Pago de impuestos		-\$185,1	\$3.363,0	\$6.818,1	\$10.143,7	\$13.374,9
<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D- E)</b>						
<b>F. E)</b>	\$146.557,8	-\$32.857,6	-\$38.910,3	-\$44.804,2	-\$50.477,2	-\$55.989,4
<b>G. FLUJO GENERADO (C-F)</b>	<b>-\$146.557,8</b>	<b>\$31.986,4</b>	<b>\$54.736,2</b>	<b>\$76.889,2</b>	<b>\$98.212,1</b>	<b>\$118.930,1</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		-\$146.557,8	-\$114.571,4	-\$59.835,2	\$17.054,1	\$115.266,2
<b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>						
<b>I. H)</b>	<b>-\$146.557,8</b>	<b>-\$114.571,4</b>	<b>-\$59.835,2</b>	<b>\$17.054,1</b>	<b>\$115.266,2</b>	<b>\$234.196,4</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

El flujo generado en el año 2020 tiene una inversión de \$ 146.557,8 que se necesita recuperar, para eso el flujo para el año 2021 es de \$31.986,4 de dinero que necesitamos operativamente, seguido en aumento para el año 2022 se necesita efectivo de \$54.736,2, incrementándose para el año 2023 en saldo de caja de \$76.889,2, seguido en aumento para el año 2024 se necesita efectivo de \$98.212,1, y finalmente para el año 2025 se proyecta un saldo de caja de \$ 118.930,1.

### 10.5.10. Estado de Resultados

El estado de resultados o estado de pérdidas del proyecto se detalla a continuación:

**Tabla 119.** *Estado de resultados*

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por ventas	\$ 198.191,08	\$ 217.427,70	\$ 236.085,55	\$ 253.963,26	\$ 271.191,88
( - ) Costo de servicio	\$ 111.628,48	\$ 113.794,08	\$ 116.001,68	\$ 118.252,11	\$ 120.546,21
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 86.562,60</b>	<b>\$ 103.633,62</b>	<b>\$ 120.083,87</b>	<b>\$ 135.711,14</b>	<b>\$ 150.645,67</b>
( - ) Gastos de ventas	\$ 3.666,95	\$ 3.804,07	\$ 3.946,51	\$ 4.094,50	\$ 4.248,25
<b>= Utilidad Neta en Ventas</b>	<b>\$ 82.895,64</b>	<b>\$ 99.829,56</b>	<b>\$ 116.137,35</b>	<b>\$ 131.616,64</b>	<b>\$ 146.397,42</b>
( - ) Gastos administrativos	\$ 70.330,21	\$ 72.960,28	\$ 75.692,46	\$ 78.530,78	\$ 81.479,42
<b>( = ) Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 12.565,43</b>	<b>\$ 26.869,28</b>	<b>\$ 40.444,89</b>	<b>\$ 53.085,86</b>	<b>\$ 64.918,00</b>
( - ) Gastos Financieros	\$ 13.436,56	\$ 11.043,30	\$ 8.359,82	\$ 5.350,95	\$ 1.977,23
<b>( - ) Utilidad antes de participaciones</b>	<b>\$ -871,13</b>	<b>\$ 15.825,98</b>	<b>\$ 32.085,07</b>	<b>\$ 47.734,91</b>	<b>\$ 62.940,77</b>
( - ) 15% participación trabajadores	\$ -130,67	\$ 2.373,90	\$ 4.812,76	\$ 7.160,24	\$ 9.441,12
<b>( - ) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ -740,46</b>	<b>\$ 13.452,08</b>	<b>\$ 27.272,31</b>	<b>\$ 40.574,67</b>	<b>\$ 53.499,66</b>
( - ) Impuesto a la renta (25%)	\$ -185,12	\$ 3.363,02	\$ 6.818,08	\$ 10.143,67	\$ 13.374,91
<b>( = ) Utilidad o pérdida del ejercicio</b>	<b>\$ -555,35</b>	<b>\$ 10.089,06</b>	<b>\$ 20.454,23</b>	<b>\$ 30.431,00</b>	<b>\$ 40.124,74</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Para el inicio del proyecto en el año 2021 se tiene una pérdida monetaria de \$ 555,35 que es aceptable por el monto de la inversión generada para estos años, para el año 2022 se tiene una utilidad luego de impuestos de \$ 10.089,06; para el año 2023 se tiene una utilidad luego de impuestos de

\$ 20.454,23; para el año 2024 se tiene una utilidad luego de impuestos de \$ 30.431,00 y finalmente para el año 2025 se tiene una utilidad luego de impuestos de \$ 40.124,74; en conclusión la rentabilidad del proyecto va generando ganancias en el tiempo de ejecución del proyecto.

#### 10.5.11. Evaluación financiera

La evaluación financiera se calculó a través de los siguientes flujos operacionales generados del proyecto, esto obtenemos de la tabla 118:

<b>FLUJO GENERADO (C-F)</b>	<b>\$-146.557,81</b>	\$ 31.986,42	\$ 54.736,23	\$ 76.889,24	\$ 98.212,15	\$ 118.930,14
-----------------------------	----------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

**Tabla 120.** *Evaluación Financiera*

<b>Evaluación Financiera</b>	
TMAR	9,45%
	\$
VAN	131.202,4
Periodo de Recuperación	2 años 1 mes 4 días
TIR	33,32%

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

Por lo tanto, el proyecto es factible ya que dio como resultado un Valor Actual Neto (VAN) es mayor que 0 con \$ 131.202,4; el periodo de recuperación es de alrededor de 2 años 1 mes y 4 días y la Tasa Interna de Retorno significa que el proyecto es rentable con 33,32% que es mayor a la Tasa Mínima de Aceptación de la Rentabilidad (TMAR) del proyecto de 9,45%.

### **10.5.12. Evaluación Social**

Es tan importante la evaluación social se procura examinar el impacto del proyecto de la hacienda agroturística el rancho el Rosario ubicada en el barrio El Progreso, parroquia Pastocalle, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi en la comunidad donde participa, fomentando calidad y equidad de los involucrados; donde es un territorio donde existe identidad campesina y es un espacio con un alto nivel paisajístico, lo cual se considera puede ser aprovechado y por encima de cualquier cosa valorado.

La evaluación social consiste en comparar los beneficios con los costos que dichos proyectos implican para la sociedad, es decir, consiste en determinar el efecto que el proyecto tendrá sobre el bienestar de la sociedad (bienestar social de la comunidad) (Fontaine, 2008).

A nivel nacional, al ser una empresa legalmente constituida se contribuye con los exención de impuestos y generación de empleo para todos los que pertenecen a la provincia de Cotopaxi, y esta empresa se va a relacionar con el territorio local y nacional teniendo en cuenta que desarrollan actividades de tipo pedagógico y recreativo donde se genera una interrelación entre la comunidad, con los institutos tecnológicos y universidades, los turistas y el entorno, lo cual lleva a procesos de reflexión sobre las problemáticas de la comunidad pero también sobre las cosas positivas que ofrece la zona.

Ante la bondad de la naturaleza y de las necesidades cada vez más críticas de los pequeños eco productores de la provincia y de la comunidad, se debe fomentar la creación de haciendas agroturísticas, en las cuales los criterios básicos serán: producción vegetal, producción animal, uso de insumos de bajo costo y la incorporación de valor agregado a los productos obtenidos, así como también por medio de una mejor oferta de productos recreativos y alimenticios.

## **11. Impacto**

### **11.1. Impacto económico**

El impacto económico se verá manifestado en el aumento de la economía a nivel local y regional, puesto que, al poder generar pleno empleo, atraer nuevos turistas y crear reconocimiento a la comunidad, no solo la empresa se verá beneficiada en sus utilidades, sino que también lo hará la comunidad en general de la parroquia Pastocalle Así pues, con el ingreso de más dinero al sector, fruto de las actividades turísticas, tanto la población en

general como la empresa se verán beneficiadas, lo que traerá consigo una mejora en la capacidad adquisitiva de los moradores.

### **11.2. Impacto social**

En cuanto al impacto social generado por la hacienda agroturística, se puede identificar, el fomento de una cultura enfocada hacia lo natural, el cuidado y respeto del medio ambiente y el aprovechamiento de los recursos disponibles, sin afectar negativamente el entorno. Además, con la llegada de los turistas de otras regiones, la parroquia Pastocalle, tiene la posibilidad de dinamizar su economía, aumentando la generación de empleos y las oportunidades de negocios, como en el incremento de la ocupación de otras empresas turísticas.

### **11.3. Impacto ambiental**

La hacienda agroturística el Rancho El Rosario tiene un compromiso con el uso racional de los recursos, que son un bien común. Es una obligación garantizar calidad de vida para las generaciones actuales y futuras.

Con lo cual es menester dar un adecuado manejo a los residuos, separando lo reciclable de lo orgánico, también, utilizando productos de limpieza con los menores componentes químicos posibles y utilizando bolsas para desechos que sean biodegradables, además de introducir medidas de ahorro de energía eléctrica y controlar el buen uso del agua.

## 12. Presupuesto

Recurso	Descripción	Cantidad	Precio	Total
Transporte(caminata)	Traslado hacia la zona de estudio (Propio)	10	0	0
Alimentación	Durante las salidas de campo (propio)	60	0	0
Copias	De documentos legales de instituciones públicas y privadas	100	\$ 0,03	\$ 3
Descargas de archivos Internet	Investigación bibliográfica relevante	10	0	0
Análisis de suelos	Para la evaluación ambiental de sitios intervenidos antropogénica mente	10	\$ 100	\$ 1000
Licencia ARCGIS	Para la elaboración de los mapas del sector	1	\$ 500	\$ 500
GPS	Georreferenciación del área de estudio	2	\$ 300	\$ 600
Drone	Fotografías aéreas para el mapeo del área de estudio	1	\$ 500	\$ 500
Laptop	Que soporte los softwares específicos para el uso de TIC (propia)	1	0	0
Impresiones	Proyecto final B/N	100	\$ 0,1	\$ 10
	Catálogo/guía/mapas (full color)	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Cámara fotográfica	Captación de fotografías (PROPIA)	1	0	0
Hospedaje	Vivienda (propia)	1	0	0

Hojas de papel bond	Impresión de información y fichas de colección de datos	1000	\$ 0,05	\$ 50
Personal técnico de apoyo	Ayudante para el trabajo de campo	2	\$ 200	\$ 400
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 3.281,75</b>
<b>Imprevistos 5%</b>				<b>\$ 154,09</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 3.435,84</b>

**Nota:** Los datos fueron obtenidos de la investigación. Fuente: Wladimir Zapata.

### 13. CONCLUSIONES

- La demanda de este servicio en la ciudad de Latacunga comprende la calidad en los servicios que se ofrezcan, a precios cómodos y la infraestructura adecuada de las instalaciones de la hacienda agroturística.
- La investigación realizada en este trabajo permitió definir y determinar que la creación de una hacienda es operativamente factible, financieramente rentable y tiene un alto nivel de desarrollo en la comunidad y en el sector en general.
- Al realizar el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto; la construcción, restaurante y áreas de recreación, construcciones que se pretende adecuar en un terreno. También se determinó los canales de comercialización y estrategias de marketing de manera directa e indirecta.
- En el ámbito ambiental el proyecto es viable debido a que las acciones positivas tienen un porcentaje mayor a los negativos, esto es debido a que las actividades a realizar en la hacienda Agroturística están basadas en la sostenibilidad con poca amenaza para el entorno y la comunidad en general.
- El estudio administrativo ha permitido establecer una figura legal de la empresa privada, con esto permitirá un desarrollo empresarial, debido a que está alineado a las leyes y lineamientos basados en la Constitución del Ecuador, posteriormente se tomará en cuenta los reglamentos establecidos en la Ley de turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado legalmente y no exista complicaciones al momento de ejecutar la actividad.
- Para determinar la viabilidad económica financiera se utilizó los índices de del Valor Actual Neto (VAN) es mayor que cero, lo que indica que el proyecto es factible, pues este valor presenta de carácter positivo lo que demuestra que la inversión al periodo; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que el Costo de Capital, lo que demuestra que el proyecto es rentable. Por otro lado, el periodo de recuperación del capital invertido sería a partir del segundo año. En conclusión, de acuerdo con los resultados obtenidos mediante los tres indicadores el proyecto es factible y genera ganancia.

## 14. RECOMENDACIONES

- Se recomienda considerar las especificaciones técnicas para poner en marcha la construcción del proyecto. También se debe considerar realizar convenios con las instituciones públicas y privadas de la localidad de esta manera promover y darse a conocer la hacienda Agroturística.
- Se recomienda que, en el primer año de las actividades de implantación de la infraestructura, sea indispensable el control sobre los costos de producción especialmente con los equipos y materiales de producción.
- Se recomienda priorizar las medidas de mitigación propuestas para minimizar los impactos ambientales negativos causados durante la ejecución y operación del proyecto y promover las buenas prácticas ambientales.
- Se debe cumplir con los requerimientos legales para su debida operación y de conformidad con las leyes vigentes para evitar posibles inconvenientes a futuro. También es importantes que la empresa cuente con personal calificado para un adecuado funcionamiento, ya que de ellos depende la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el personal a contratar cumpla con la normas y políticas internas de la empresa.
- Se deben generar buenas relaciones con el municipio, para incentivar a las personas no solo al cuidado ambiental sino también al consumo de este servicio, promocionando la ciudad como un destino turístico, siendo la hacienda agroturística un punto de referencia.
- Además, esta propuesta es favorable para los GAD y asociaciones privadas y sin fines de lucro, pues por medio de la creación de sitios turístico en la ciudad, se aporta al desarrollo turístico, y al desarrollo económico.

## 15. REFERENCIAS

- Acosta Solis, M. (1974). Política Conservacionista de los Recursos Naturales Renovables. *Instituto Ecuatoriano de Ciencias Naturales*, 90, 1-43.
- Aquiahuatl Torres, E. C. (2015). *Metodología de la investigación interdisciplinaria*. Tomo I. Self published Ink.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología*. Editorial Episteme.
- Armstrong, G., & Philip, K. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decima Primera ed.). PEARSON.
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Ballesta, P. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Edimundo.
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural. Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Organización Internacional del Trabajo.
- Barrera-Bassols, N. (2002). Los orígenes de la ganadería en México. *Ciencias*, 44, 14-27.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Education.
- Brealey, R., Allen, F., & Myers, S. (2010). *Principios Finanzas corporativas (9º ed)*. McGraw- Hill Education.
- Burneo, S. (2016). Estudio de factibilidad. *Enfoque*, 37, 18.
- Business School. (2016). *Plan de negocio*. Obtenido de <https://www.obsedu.com/int/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/la-evaluacion-deproyectos-herramienta-clave-para-evitar-el-fracaso>
- Cano, A. (2017). *La Administración y el Proceso Administrativo*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Ciencias Económica y Administrativas, Bogotá. Obtenido de <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>

- Cànoves Valiente, G., Herrera Jiménez, L., & Villarino Pérez, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*(15), 63-76.
- Center, M. P. (1991). *El marketing mix: conceptos, estrategias y*. Ediciones Díaz de Santos.
- Cibrán, P., Prado, C., Crespo, M. Á., & Huarte, C. (2013). *Planificación financiera*. Madrid: Unimundo.
- Corvo, H. (2018). *LIFEDER*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/periodo-de-recuperacion.html>
- Cruz, M., & Huerta, C. (2013). *Hacia una ganadería sustentable. Estudio de caso: Jilotepec, Veracruz*. Instituto de Ecología.
- Escudero, J. L. (2007). *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de producción*. ESIC Editorial.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2006). *Investigación de mercado y sus elementos*. Obtenido de [www.investigacionmercado.com/elementos.html](http://www.investigacionmercado.com/elementos.html)
- Fontaine, E. (2008). *Evaluación social de proyectos*. 13. ed. Pearson.
- Garmendia, A., Salvador, A., Crespo, C., & Garmedia, L. (2008). *Evaluación del impacto ambiental*. PEARSON EDUCACION,S.A.
- Guillen, F. (2002). Educación, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. *Iberoamericana de Educación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw Hill.
- Instituto Interamericano de Turismo. (2006). *Hacia una Nueva Orientación del Turismo en las Américas*. . Prentice Hall.
- Johnson R., W., & Melicher R., W. (2004). *Administración financiera*. México D.F.: CECSA.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Dirección de Marketing*. Pearson Education.
- Lopez, C., & Molina, A. (2011). *Plan Estratégico de Marketing para Posicionar Marca e Imagen de la Compañía Interbyte S.A*. Tesis de grado presentada en la Facultad de

Ciencias Administrativas de la UPS. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3124/1/UPS-GT000218.pdf>

Loscertales, B. (1999). El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. *Geographicalia*, (37), 1-13.

Martínez, Y. (2001). *Tendencias sociales*. Obtenido de Más de la mitad de los ecosistemas terrestres están dañados por la intervención humana: [https://www.tendencias21.net/Mas-de-la-mitad-de-los-ecosistemas-terrestres-estandados-por-la-intervencion-humana\\_a589.html](https://www.tendencias21.net/Mas-de-la-mitad-de-los-ecosistemas-terrestres-estandados-por-la-intervencion-humana_a589.html)

Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica (MAE). (2020). *Sistema de Clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*. Subsecretaría de Patrimonio Natural, Quito.

Ordaz, V., & Garcia, G. (2006). Analisis y critica de la metodologia para la realizacion de planes regionales en el estado de guanajuato. *Eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo responsable, sostenible y accesible*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>

Pacheco, C., & Pérez, J. (2018). *Proyecto de inversión*. IMCP.

Pindado García, J. (2012). *Finanzas Empresariales*. Madrid: PARANINFO EDITORIAL.

Raffino, M. E. (1 de 12 de 2021). *Estados financieros*. Obtenido de <https://concepto.de/estados-financieros/>

Reyes-Ruiz, L., & Carmona Alvarado, F. A. (2020). Metodología de la investigación. *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20comprensi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=L a%20investigaci%C3%B3n%20documental%20>

Robles Roman, C. L. (2012). *Fundamentos de administracion*. Red tercer milenio.

Rodríguez, C. (2011). Procesos Administrativos. *Calameo*, 11.

- Romero, O. H. (2018). *Plan de negocios con enfoque práctico en el sector comercial. Machala.* Universidad de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>
- Santos, A. (2015). *Plan de Negocios.* Trabajo de investigación. Mendoza, Universidad Nacional del Cuyo.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión, formulación y evaluación.* Chile: Pearson Educación.
- Sevilla, A. (2021). *Economipedia.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Tylor, J. (2000). *Investigacion de Mercados: Un enfoque aplicado.* Mc Graw Hill.

## 16. APÉNDICES

### Apendice 1



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE



#### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:**

SAMPEDRO ARRIETA

**NOMBRES:** MILTON

ALBERTO ESTADO

**CIVIL:** CASADO

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0602636987

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 2

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1076

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** RIOBAMBA

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032393061

**TELÉFONO CELULAR:** 0984509068

**EMAIL INSTITUCIONAL:**

milton.sampedro@utc.edu.ec TIPO DE

DISCAPACIDAD: N/A

# DE CARNET CONADIS: N/A

#### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	INGENIERO EN EOTURISMO	24-10-2004	1002-04-533659
TERCER	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	08-08-2011	1002-11-1077036
CUARTO	MAGISTER en EDUCACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL	09-09-2013	1032-13-86039100

#### PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación

Autor	<b>“ESTUDIO DE LA INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL DE CORREDORES TURISTICOS. CASO DE ESTUDIO CANTON PALLATANGA, PROVINCIA CHIMBORAZO, ECUADOR”</b>	“TURyDES, Turismo y Desarrollo Local” (ISSN: 1988-5261), LATINDEX, C.I.R.E.T	Málaga a 18 de julio de 2017.	18 de julio de 2017.
Autor	“La exportación de cereal de quinua orgánica al mercado de Hamburgo- Alemania”, como parte del libro <b>“FACETAS ACADÉMICAS”</b>	“FACETAS ACADÉMICAS” Libro bajo el <b>ISBN: 978-9942-759-51-1</b>	Guayaquil, 18 de diciembre de 2017	18 de diciembre de 2017
Autor	<b>“LAS RELACIONES DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN HUMANISTA EN ECUADOR”</b>	“Revista Caribeña de las Ciencias Sociales”, (ISSN: 2254-7630), LATINDEX	Málaga a 9 de mayo de 2016.	9 de mayo de 2016.
Coautor	<b>“La Capacidad de Carga Turística como una herramienta de planificación en turismo”</b>	ESPE	Ecuador-Latacunga	2016
Coautor	Planificación para la conservación de sitios del turismo sostenible, caso bosque de Leonana, provincia de Chimborazo.	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación, volumen 4
Coautor	Diagnóstico ornitológico en el campus Salache	Libro	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación digital

### HISTORIAL PROFESIONAL

**FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo

**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81 Servicios personales

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** Octubre 2016

**FIRMA**

## Apéndice 2

**HOJA VIDA****UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** ZAPATA GUTIERREZ**NOMBRES:** GUIDO WLADIMIR**ESTADO CIVIL:** SOLTERO**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0503688798**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:****LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** QUITO 17 DE OCTUBRE DE 1992**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** LATACUNGA**TELÉFONO CONVENCIONAL:****TELÉFONO CELULAR:** 0987146696**EMAIL INSTITUCIONAL:** [guido.zapata7988@utc.edu.ec](mailto:guido.zapata7988@utc.edu.ec)**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

Escuela: San José La Salle

Colegio Particular Miguel Iturralde

**CURSOS**

Idioma Ingles B2 en el Centro de Educación Continua de la EPN

**SEMINARIOS**

Seminario de Guianza y Ecoturismo 2018

Seminario de Jornadas Internacionales de Turismo Sostenible 2018

Seminario de Guianza y excursionismo Aprender, viajar y coexistir



.....

**FIRMA**

**B ENCUESTA:**

**1. Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**2. Ocupación:** Estudiante \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_ Jubilado \_\_\_\_\_

**3. Nivel de Ingresos:** de 200 a 500 \_\_\_\_\_ de 501 a 1000 \_\_\_\_\_ más de  
1001 \_\_\_\_\_

**4. ¿Cuál es su rango de edad?**

16 a 20

21 a 30

46 a 60

61 más

**5. ¿Le gustaría convivir en un entorno natural?**

Si No

**6. ¿Con que frecuencia acude usted a destinos turísticos?**

Semana Mensual

Semestral

**7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por los servicios de la Hacienda Turística el Rosario?**

25 a 30

35 a 45

45 a 50

Más de 50

**8 ¿Estaría dispuesto a visitar la Hacienda turística el rosario ubicada en pastocalle provincia de Cotopaxi?**

Si

No

**9 ¿Le interesaría aprender sobre las actividades que se desarrollan en el campo?**

De campo, agricultura y ganadería Ocio y

descanso

Pesca deportiva, caminatas, camping

**10 ¿En qué tipo de actividades participaría usted dentro de una Hacienda?**

Si

No

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**