

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E



ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Trabajo de Titulación para la obtención del título
De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas

**Estudio de factibilidad para la implementación y operación de una granja
agroturística en la zona de Turupamba, cantón Ibarra.**

Cinthia Yesenia López Yépez

Director: Lcdo. Víctor Jácome

Quito, Ecuador.

(Noviembre – 2014)

Carta del Director del Trabajo de Titulación

Noviembre, 2014

Lcdo. Víctor Jácome

Director de la Escuela de Hotelería y Turismo

Presente:

Yo, Lcdo. Víctor Jácome; tutor de la señorita Yesenia López; estudiante de la Carrera de Administración Turística, informo haber revisado la presente investigación denominada "Estudio de factibilidad para la implementación y operación de una granja agroturística en la zona de Turupamba, cantón Ibarra."; la cual cumple con los parámetros establecidos por la Universidad Iberoamericana del Ecuador UNIB.E por tanto se autoriza su presentación para fines legales pertinentes.



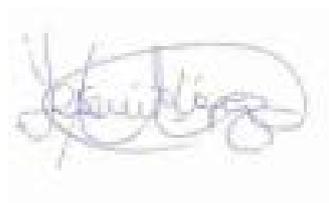
Lcdo. Víctor Jácome

Noviembre, 2014

Carta de autoría del Trabajo

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Graduación o de Titulación “Estudio de factibilidad para la implementación y operación de una granja agroturística en la zona de Turupamba, cantón Ibarra.”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente trabajo de investigación.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Cinthia Yesenia López Yépez

Noviembre, 2014

Agradecimiento

A Dios que me dio fuerza y fe para seguir adelante durante esta etapa de mi vida; a mis Padres que con su apoyo y amor estuvieron siempre a mi lado, a mis hermanos que confiaron en mí; a la Universidad Iberoamericana del Ecuador UNIB.E que durante mi etapa de estudios supieron brindarme los conocimientos para mi vida profesional; al Licenciado Víctor Jácome que como Director de esta tesis me ha orientado en mi investigación.

Agradezco especialmente a la Magister María Gabriela Flores López por toda la colaboración brindada durante la elaboración de este proyecto.

ÍNDICE:

	Pág.
RESUMEN	1
CAPÍTULO I: Introducción	2
1.1 Antecedentes	2
1.1.1 Reseña histórica del turismo en el mundo	2
1.1.2 Reseña histórica del turismo en Ecuador	4
1.2 Justificación	6
1.3 Planteamiento del problema	7
1.4 Objetivos	7
CAPÍTULO II: Beneficios del agroturismo y manejo de una granja agroturística	
2.1 Fundamentación Conceptual	9
2.1.1 Agroturismo	9
2.1.1.1 Definición de Agroturismo	9
2.1.1.2 Factores para el desarrollo del agroturismo	10
2.1.2 Líneas de turismo en Ecuador	10
2.1.3 Granjas agroturísticas o integrales	11
2.1.4 Beneficios de la implementación de una granja agroturística	12
2.1.5 Manejo de una granja agroturística	13
2.2 Sistemas de producción agrícola tradicionales	13
2.2.1 Producción agrícola andina en América del Sur	14
2.3 Técnicas andinas de cultivo	15
2.3.1 <i>Camellones</i>	16
2.3.2 <i>Albarradas</i>	17
2.3.3 <i>Aynokas</i>	18
2.4 Proyectos de agricultura tradicional en América del Sur	18
2.5 Diagnóstico situacional del sector	19
2.5.1 Ubicación	19
2.5.2 Características físicas del sector	20
2.5.3 Servicios básicos	21
2.5.4 Infraestructura y dotación de planta turística	22
2.5.5 Población	23
2.5.6 Eventos y festividades	24
2.5.7 Atractivos turísticos cercanos	25
2.6 Metodología	26
2.6.1 Tipo de muestreo	27
2.6.2 Cálculo del tamaño de la muestra	27
2.6.3 Muestra para turistas extranjeros	27
2.6.4 Muestra para turistas nacionales	28
2.7 Definiciones operacionales	28
CAPÍTULO III: Estudio de mercado y análisis de oferta y demanda	

3.1 Tabulación e interpretación de datos de encuestas nacionales	31
3.1.1 Información general	31
3.1.2 Motivaciones y preferencias	35
3.1.3 Información de viaje	39
3.2 Tabulación e interpretación de encuestas extranjeros	43
3.2.1 Información de viaje	43
3.2.2 Motivaciones y preferencias	48
3.2.3 Información de viaje	54
3.3 Análisis de la oferta	58
3.3.1 Oferta	58
3.3.2 Alojamiento	58
3.3.2.1 Turismo Comunitario San Clemente	59
3.3.2.2 Comunidad <i>Zuleta</i>	60
3.3.2.3 <i>Mushuk Kawsay</i>	61
3.3.2.4 Hacienda <i>Zuleta</i>	62
3.4 Análisis de la Demanda	64
3.4.1 Definición de demanda	64
3.4.2 Motivos de viaje en el turismo receptor	65
3.4.3 Demanda de turistas extranjeros en Ecuador	65
3.4.4 Mercados Clave	67
3.4.5 Mercados de oportunidad	67
3.4.6 Gastos promedio de turistas	68
3.4.7 Periodo de vacación según continente	68
3.4.8 Concentración de la demanda nacional	69
3.4.9 Preferencias de actividades en turistas nacionales	70
3.4.10 Perfil del turista	71
CAPÍTULO IV: Propuesta	
4.1 Estudio Técnico	71
4.1.1 Ubicación del proyecto	71
4.1.2 Detalle del Proyecto	72
4.1.2.1 Cultivos	73
4.1.2.2 Detalle y descripción de las construcciones	73
4.1.2.3 Actividades	77
4.1.2.4 Itinerarios de tours adicionales	80
4.1.2.5 Señalización	81
4.1.2.5.1 Rótulos de madera	82
4.1.2.5.2 Tipos de letreros dentro de la granja	82
4.1.2.6 Talento Humano	82
4.1.2.7 Organigrama Funcional	83
4.1.2.8 Manual d funciones	85
4.2 Fundamentación Legal	89
4.2.1 Permisos de funcionamiento	89
4.2.1.1 Constitución de la compañía	89
4.2.1.2 Obtención del RUC	90

4.2.1.3 Registro en el Ministerio de Turismo	90
4.2.1.4 Licencia Anual de funcionamiento	90
4.2.1.5 Permiso de funcionamiento	91
4.3 Publicidad	91
4.4 Misión, Visión y Objetivos	91
4.5 Fijación de precio	92
4.6 Evaluación Socio- Económica	93
4.7 Evaluación de Impactos Ambientales	95
4.7.1 Ficha de Evaluación de Impactos Ambientales	96
4.7.2 Resultado de los Impactos	98
4.7.3 Medidas de Mitigación	98
4.8 Estudio Financiero	99
4.8.1 Detalle de construcción	99
4.8.2 Gastos Mensuales	102
4.8.3 Inversión Total	103
4.8.4 Rol de pagos	104
4.8.5 Servicios básicos	105
4.8.6 Suministros de oficina	105
4.8.7 Producción de servicios	106
4.8.8 Costos Totales	107
4.8.9 Costos fijos y variables	108
4.8.10 Fuentes de financiamiento	109
4.8.11 Tabla de amortización del préstamo	110
4.8.12 Depreciaciones	110
4.8.13 Ingresos proyectados	111
4.8.14 Estado de resultados	112
4.8.15 Flujo de caja	113
4.8.16 Balance General	114
4.8.17 Presupuesto Ventas	115
4.8.16 Presupuesto Gastos	115
4.8.19 Valor Actual Neto	116
4.8.20 Tasa Interna de Retorno	117
4.8.21 Coeficiente Beneficio- Costo	118
4.8.22 Punto de Equilibrio	118
4.8.23 Periodo de recuperación interna	119
CAPÍTULO V: Conclusiones y recomendaciones	
5.1 Conclusiones	120
5.2 Recomendaciones	122
6.- ANEXOS	123
7.- BIBLIOGRAFÍA	143

ÍNDICE DE CUADROS:

	Pág.
1.- Manejo de agua en camellones	17
2.- Infraestructura de la zona de Turupamba	23
3.- Censo poblacional de Ibarra Por género	23
4.- Eventos y festividades	24
5.- Información edad turistas nacionales	31
6.- Estado civil turistas nacionales	32
7.- Género turistas nacionales	33
8.- Lugar de procedencia turistas nacionales	34
9.- Nivel de instrucción turistas nacionales	35
10.- Atractivos turísticos turistas nacionales	36
11.- Disponibilidad para vacacionar turistas nacionales	37
12.- Actividades que les gustaría realizar turistas nacionales	38
13.- Nivel de interés turistas nacionales	39
14.- Con quién viaja turistas nacionales	40
15.- Número de personas que lo acompañan turistas nacionales	41
16.- Duración de la estadía turistas nacionales	42
17.- Promedio de gastos turistas nacionales	43
18.- Edad turistas extranjeros	44
19.- Estado civil turistas extranjeros	45
20.- Continente turistas extranjeros	46
21.- Género turistas extranjeros	47
22.- Nivel de instrucción turistas extranjeros	48
23.- Cómo conoce acerca Ecuador turistas extranjeros	49
24.- Periodo disponible para vacacionar turistas extranjeros	50
25.- Sitios para visitar turistas extranjeros	51
26.- Actividades turistas extranjeros	52
27.- Días disponibles para viajar turistas extranjeros	53
28.- Con quién viaja turistas extranjeros	54
29.- Cuántas personas viajan turistas extranjeros	55
30.- Duración de la estadía turistas extranjeros	56
31.- Promedio de gastos turistas extranjeros	57
32.- Análisis de perfil competitivo	58
33. Turismo Comunitario San Clemente	60
34. Tarifas de habitaciones Hacienda Zuleta	64
35. Mercados clave Agosto 2013	67
36. Período de vacación según continente	69
37.- Organigrama estructural	83
38.- Organigrama funcional	84
39.- Fijación de precio	93

40.- Tours adicionales precio	93
41.- Detalle construcción cabañas, oficinas y recepción	100
42.- Detalle construcción talleres	100
43.- Detalle construcción vivienda y garita	100
44.- Detalle construcción bodegas	100
45.-Detalle construcción restaurante, cocina y lavandería	101
46.- Detalle construcción invernadero	101
47.- Detalle construcción plantel lombrícola	101
48.-Gastos mensuales	102
49. -Inversión total	103
50.- Rol de pagos	104
51.- Servicios básicos	105
52.- Suministros de oficina	105
53.- Producción de servicios	106
54.- Costos totales	107
55.- Costos fijos y variables	108
56.- Fuentes de financiamiento	109
57.- Tabla de amortización	110
58.- Depreciaciones	110
59.- Ingresos proyectados	111
60.- Ingresos proyectados tours adicionales	111
61.- Total ingresos proyectados	112
62. Estado de resultados	112
63. Flujo de caja	113
64. Balance general	114
65.- Presupuesto Ventas	115
66.- Presupuesto Gastos	115
67.- Valor Actual Neto	116
68.- Tasa Interna de Retorno	117
69.- Beneficio- Costo	118
70.- Periodo de recuperación interna	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

	Pág.
1.- Información de edad turistas nacionales	31
2. Estado civil turistas nacionales	32
3. Género turistas nacionales	33
4. Lugar de procedencia turistas nacionales	34

5. Nivel de instrucción turistas nacionales	35
6. Atractivos turísticos turistas nacionales	36
7. Disponibilidad para vacacionar turistas nacionales	37
8. Actividades que les gustaría realizar turistas nacionales	38
9. Nivel de interés en agroturismo turistas nacionales	39
10. Con quién viaja turistas nacionales	40
11. Número de personas que lo acompañan turistas nacionales	41
12. Duración de la estadía turistas nacionales	42
13. Promedio de gasto turistas nacionales	43
14. Edad turistas extranjeros	44
15. Estado civil turistas extranjeros	45
16. Continente turistas extranjeros	46
17. Género turistas extranjeros	47
18. nivel de instrucción turistas extranjeros	48
19. Cómo conoce acerca Ecuador turistas extranjeros	49
20. Período disponible para vacacionar turistas extranjeros	50
21. Sitios para visitar turistas extranjeros	51
22. Actividades turistas extranjeros	52
23. Días disponibles para vacacionar turistas extranjeros	53
24. Con quién viaja turistas extranjeros	54
25. Cuántas personas viajan turistas extranjeros	55
26. Duración de la estadía turistas extranjeros	56
27. Promedio de gasto turistas extranjeros	57

ÍNDICE DE IMÁGENES:

	Pág.
1. Productos turísticos por destinos regionales	11
2.- Ejemplo de rotación de cultivos	16
3.- Modelo de andén	18
4.- Ubicación de la zona de Turupamba	20
5.- Turismo receptor por motivo de visita	65
6.- Llegada de turistas internacionales por país e ingresos turismo internacional	66
7.- Entradas de turistas. 2013	66
8.- Gasto por turismo internacional	68
9.- Concentración de la demanda nacional	70
10.- Preferencias de actividades turista nacional	70

RESUMEN

El agroturismo se basa en la necesidad de las personas por descubrir prácticas agrícolas y participar en cada una de ellas. La implementación de una granja agroturística en la zona de *Turupamba*, cantón Ibarra, se orienta a la reutilización de las tradiciones ancestrales de cultivo. El estudio de factibilidad realizó una investigación que sustenta su información en fuentes primarias y secundarias para poder crear una propuesta capaz de satisfacer las necesidades de los turistas, además de generar ingresos económicos. Las encuestas de tipo cualitativo y cuantitativo se aplicaron a muestras representativas de la población para obtener datos lo más reales posibles. A partir de los resultados obtenidos, se conoció el perfil idóneo del turista tanto nacional como extranjero al cual debe estar dirigido las estrategias de publicidad, el promedio de gasto que puede tener durante su estadía en un lugar; permitió establecer también el nivel de interés en agroturismo. Según este estudio de mercado se conocieron igualmente las actividades que se deben realizar dentro del proyecto como por ejemplo talleres de cultivo ancestral, costura, bordado, elaboración de arropes de mora y tallado los cuales serán impartidos por personas de la comunidad para generar una relación entre el turista y las personas locales. Estas actividades serán complementadas con vistas a museos, sitios naturales, práctica de deportes extremos. Todo esto se puede realizar gracias a la cercanía de la zona de *Turupamba* con otros atractivos turísticos, facilidades de acceso, interés de la comunidad de participar en proyectos que diversifiquen sus actividades diarias y generen un ingreso económico extra. La propuesta técnica realizada para la investigación contempla un estudio financiero en el cual a través de indicadores de factibilidad como VAN, TIR y punto de equilibrio detallan la cantidad de inversión necesaria para el proyecto y el tiempo de recuperación del monto invertido.

Palabras clave: agroturismo, tradiciones, ancestrales, factibilidad, inversión.

CAPÍTULO I:

1.- INTRODUCCIÓN

Según la OMT, la actividad turística ha presentado un crecimiento a nivel mundial especialmente durante las últimas décadas debido a diferentes causas como la especialización de las agencias, la globalización de los destinos turísticos o el derecho al ocio; esta actividad se ha convertido en el motor que impulsa el desarrollo económico de varios países, por ello se la debe realizar de manera adecuada, tomando en cuenta que puede convertirse en la principal actividad económica de países en vías de desarrollo.

En Ecuador, uno de los países más diversos del mundo, esta actividad se ha desarrollado principalmente debido a la gran cantidad de especies de flora y fauna que posee apoyada por la cercanía entre destinos turísticos dentro del país. “El turismo debe ser bien planificado, ejecutado y controlado con el fin de producir los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla”. (Riveros H. y Blanco M. 2003. p.7)

La reutilización de técnicas andinas de cultivo como: terrazas, rotación, asociación de cultivos; y su utilización en proyectos turísticos tiene como objetivo la conservación, mantenimiento de biodiversidad, recuperación de la fertilidad de los suelos mediante el descanso de los mismos, e incluso este tipo de prácticas ancestrales son mucho más sustentables que las prácticas de cultivo modernas que desgastan los suelos y producen erosión de los mismos.

1.1.- Antecedentes:

1.1.1.- Reseña histórica del turismo en el mundo:

Según la Organización Mundial de Turismo la actividad turística se define como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (www2.unwto.org/)

Desde los inicios de la humanidad, las personas se han trasladado de un lugar a otro por diferentes motivaciones como migración, guerras e incluso comercio; pero el inicio de los viajes de placer radica a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, durante estos años se produce primero un gran crecimiento económico seguido de la Revolución Industrial y se consolida la burguesía, los cuales disponen de tiempo libre así como de dinero para viajar haciendo posibles los desplazamientos por salud, negocios, descanso, cultura, ocio o relaciones familiares. Otro factor que ayudó al desarrollo del turismo en esta época es la invención de la máquina a vapor que suponía una reducción del tiempo de desplazamiento entre diversos destinos, la rápida evolución de este tipo de transporte, que sustituyó al transporte tirado por animales, se notó principalmente en Europa y Norteamérica donde las líneas férreas se desarrollaban con rapidez.

En la Edad Contemporánea se genera el surgimiento de varios tipos de turismo como el de salud o de montaña gracias a la construcción de sanatorios y clínicas privadas en las zonas montañosas de Europa, muchos de estos sitios en la actualidad se han convertido en pequeños hoteles que atraen a turistas hacia un ambiente acogedor.

Para el año 1.841, el padre del turismo Thomas Cook, realiza el primer viaje organizado de la historia, aunque económicamente fue un fracaso se convirtió en precedente de los paquetes turísticos actuales pues en él se dio cuenta del gran potencial que tendría la realización periódica de estas actividades, por lo cual en 1.851 se crea la primera Agencia de Viajes en el mundo llamada *Thomas Cook and Son*. Para 1.867, Henry Wells y William Fargo, crean *American Express* que en un principio se dedicaba únicamente al transporte de mercancías para luego convertirse en una de las agencias más grandes del mundo. Posteriormente cuando la Primera Guerra Mundial finalizó empieza la construcción masiva de autocares y automóviles, durante este tiempo las playas así como los ríos pasan a convertirse en centros del turismo de Europa; gracias a ello las personas se comienzan a interesar cada vez más en el aprovechamiento del tiempo de libre con el fin de utilizarlo de manera recreativa y de ocio.

El *boom* turístico ocurre entre 1.950 y 1.973; en este periodo se observó un crecimiento acelerado del turismo internacional como consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social, económica, el impulso del tiempo de ocio en el hemisferio occidental y se empieza a legislar sobre el sector.

En la década de 1.980 el nivel de vida se eleva; por consiguiente el turismo se convierte en el impulsor de la economía mundial principalmente por el mejoramiento del transporte turístico, aparecimiento y consolidación de vuelos *charter*, que incluso implicaron una gran competencia para empresas de vuelos regulares las cuales tuvieron que crear sus propias filiales de vuelos de este tipo. La internacionalización de las grandes empresas y de los tour operadores es otro factor que impulsó el desarrollo del turismo.

En la década de los 90 se presenta una madurez del sector, se limita la capacidad receptiva mediante el cálculo de la capacidad de los lugares turísticos, se adecua la oferta y la demanda, se diversifica la oferta creando paquetes de acuerdo a las necesidades del mercado de la época y se mejora la calidad del servicio que se brinda a los turistas. Diversos países comienzan a tomar en cuenta al turismo como eje de la economía por lo tanto se comercializa y promociona esta actividad de manera planificada.

Durante los primeros meses del año 2013 el turismo a nivel mundial presentó un crecimiento de alrededor del 5 %; aumentando el número de llegadas de turistas internacionales en 41 millones superando las estimaciones realizadas según cifras del barómetro de la OMT.

1.1.2. - Reseña histórica del turismo en Ecuador:

El desarrollo del turismo en Ecuador comienza con la creación de legislaciones que ayudaron a regular esta actividad, la primera se realizó en el gobierno de Isidro Ayora en 1.930 cuando se facilita el ingreso de extranjeros al país y se otorga a la actividad pública la facultad de realizar la promoción e información turística del país mediante delegaciones diplomáticas. En 1.935 durante el

gobierno del General Alberto Enríquez Gallo se crea una ley de turismo la cual consistía en entregar al turista extranjero una cédula que le permitía ingresar al país, además se otorgan exoneraciones tributarias a aquellas personas que instauren establecimientos hoteleros o posadas modernas.

En el gobierno de Galo Plaza Lasso en 1.948 se reforma la legislación para que personas del continente americano puedan ingresar al país con la tarjeta de turismo mientras que los turistas de otros continentes continuaban utilizando la Cédula de Turismo. También se crea la Dirección Nacional de Turismo, la cual dependía del Ministerio de Economía, esta entidad era la encargada de la promoción de los servicios turísticos a nivel nacional e internacional.

El 5 de Marzo de 1.953 nace *Metropolitang Touring*, empresa que ha estado ligada al desarrollo de la actividad turística en el Ecuador, en un principio realizaba recorridos por Quito, visitas a mercados indígenas de *Otavalo*, *Ambato*, *Latacunga*, *Pujilí*, *Saquisilí* y visita a la Comunidad de los *Tsáchilas*. En Diciembre de 1.969 empiezan la operación del turismo organizado en las Islas Galápagos.

El 10 de Agosto de 1.992 se crea el Ministerio de Información y Turismo durante el gobierno de Sixto Durán Ballén donde se visualiza al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo social y económico del país, en Junio de 1.994 debido al crecimiento de la actividad se separa al turismo de la información para que el Ministerio se dedique exclusivamente al impulso y fortalecimiento del turismo. En 1.997 se crea la ley especial de desarrollo turístico. La actual ley vigente del sector turístico fue creada en 2.002 y modificada el 06 de Mayo del 2.008.

Hasta finales del 2012 el turismo creció un 12% según el Ministerio de Turismo, por lo que se vaticina una evolución positiva de esta actividad en el país gracias a lo cual se ha incrementado la participación internacional del Ecuador en ferias de turismo promoviéndolo como un destino privilegiado para practicar actividades de manera sostenible y consiente. Esto es impulsado en parte porque el turismo se ha convertido en uno de las bases sobre las cuales se planea desarrollar la

actividad económica del país llegando a ser prioridad del estado por lo cual se han desarrollado diversos planes como el PIMTE y el PLANDETUR que dan lineamientos a seguir de manera organizada para impulsar esta actividad.

1.2 Justificación

El turismo es una forma de expansión económica, cultural, política, social y psicológica que produce excedentes y fomenta la ocupación de espacios de ocio así como el descanso de grupos sociales. Hacia mediados de los años 70 se consideraba como turismo únicamente a actividades asociadas con museos, sol y playa, monumentos e historia pero debido a la saturación de estos elementos, en los años 90 se toma en cuenta la necesidad de desarrollar nuevos productos turísticos que marquen una diferencia y sean capaces de satisfacer las nacientes necesidades de los turistas. Entre estas nuevas formas de turismo se encontraba el agroturismo que se convirtió en una manera de experimentar la vida rural mediante el aprovechamiento de los paisajes cultivados. Esta actividad genera nuevos ingresos, educación turística, ambiental y agrícola, además enriquece a los involucrados.

“El agroturismo es una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local.” (Riveros H., Blanco M. 2003. p. 11). Se perfila como una actividad capaz de ofrecer a las personas la posibilidad de conocer y experimentar la cultura local, además aprender sobre prácticas tradicionales de cultivo promoviendo así la revalorización de elementos históricos, permite además construir culturas capaces de incorporar su cosmovisión ancestral al ritmo de vida actual.

Las experiencias de agroturismo en América Latina, donde se han integrado visitas a actividades agroindustriales todavía son pocas pero la oferta podría ser más amplia e interesante si se consideraran otras empresas agroindustriales localizadas en áreas rurales manejadas por pequeños y medianos productores, articulándose a paquetes que incluyan otros atractivos turísticos. (Riveros H., Blanco M. 2003. p. 6)

Al agroturismo se lo debe desarrollar como una actividad que satisfaga expectativas económicas así como exigencias ambientales, siendo respetuosos con la estructura socio- económica y física de cada destino ayudando a mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas. Es importante recalcar que la zona

de *Turupamba* cuenta con características naturales apropiadas para realizar actividades agroturísticas gracias a la presencia de atractivos naturales o culturales cercanos, la existencia de grandes extensiones de tierra en las que se puede establecer las instalaciones para el funcionamiento adecuado de actividades turísticas y facilidades de acceso. “Un centro agroturístico es producto de un proceso en el que los cultivos y el aspecto cultural y educativo juegan papeles decisivos y son el componente clave de su desarrollo.” (www.tpagro.com/)

1.3.- Planteamiento y definición del problema

La pérdida paulatina en el uso de las técnicas de agricultura ancestral, supone un grave problema para la población debido a que genera la migración del campo a la ciudad de las generaciones más jóvenes y el abandono del suelo antes utilizado para producir alimentos de consumo interno, esto implica a su vez que la identidad agrícola se encuentra en peligro de pérdida total. Las personas mayores principalmente continúan utilizando técnicas ancestrales mientras que los jóvenes prefieren cambiar la vida del campo por trabajos en la ciudad. Esto se debe principalmente a la inexistencia de proyectos, públicos o privados, interesados en rescatar y mantener estas tradiciones como lo demuestra el Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad de Ibarra, el cual no contempla a la zona de *Turupamba* como punto de desarrollo turístico. Tomando en cuenta dichas razones esta población que antes utilizaba técnicas ancestrales de cultivo se ha convertido únicamente en un poblado rural que no presenta actividad turística alguna.

Una alternativa para desarrollar turismo en este sector es el agroturismo, el cual ofrece la posibilidad de reutilizar técnicas de cultivo tradicionales, conocer aspectos de la cultura local y generar ingresos económicos mediante agricultura, artesanía y procesamiento de productos.

¿Es la implementación de una granja agroturística la forma más factible de preservar las técnicas ancestrales de cultivo en la zona de *Turupamba*, cantón Ibarra, provincia Imbabura?

1.4.- Objetivos

Objetivo General:

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación y operación de una granja agroturística en la zona de *Turupamba*, cantón Ibarra dónde los turistas aprendan y utilicen técnicas andinas de cultivo en el proceso de siembra y cosecha de productos naturales.

Objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente los beneficios del agroturismo y el manejo de granjas turísticas realizando un análisis situacional de la zona de *Turupamba*, cantón Ibarra
- Determinar el segmento de mercado adecuado para el agroturismo, analizando la oferta y demanda de turistas nacionales y extranjeros
- Realizar una propuesta técnica para la implementación de una granja agroturística basada en actividades tradicionales de la zona

CAPÍTULO II:

2.- BENEFICIOS DEL AGROTURISMO Y MANEJO DE UNA GRANJA AGROTURÍSTICA

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL:

2.1.1.- Agroturismo:

2.1.1.1.- Definición de agroturismo:

Es una forma de turismo en la cual se aprovecha la cultura rural para ofrecer diversas actividades, nace del interés del turista por realizar prácticas agrícolas y participar en su manejo.

El enfoque agroturístico se beneficia de las áreas rurales y sobretudo de los viejos paisajes culturales que permiten reconocer como vivieron y trabajaron generaciones pasadas para atraer a numerosos turistas. (www2.gtz.de/)

El agroturismo es una alternativa viable para el desarrollo de las comunidades porque toma en cuenta el manejo adecuado de los recursos naturales, el rescate de la cultura y tradiciones ancestrales de cultivo; esta actividad económicamente activadora propone una agricultura sustentable en donde se minimice el uso de productos químicos modernos y se maximice la reutilización de técnicas naturales de cultivo, para ello se debe basar en puntos como:

- Manejo y producción sustentable y efectiva de los recursos naturales
- Autosuficiencia alimentaria
- Recuperación y uso de prácticas tradicionales de cultivo
- Conservación y revalorización de la cultura local
- Participación activa de la comunidad en la gestión para el desarrollo del agroturismo en la zona
- Regeneración de los recursos naturales afectados por la práctica irresponsable de agricultura

La implementación del agroturismo en una zona también supone el desarrollo de tecnologías limpias como la energía eólica, energía solar o la producción de gas

metano, las cuales aunque implican un costo inicial alto, son factores que contribuyen al alcance de sustentabilidad y autosuficiencia.

2.1.1.2.- Factores para el desarrollo del agroturismo:

Para que el agroturismo pueda desarrollarse exitosamente debe cumplir algunas condiciones indispensables como:

1. Un paisaje natural o cultural que posea riqueza atrayente a los turistas y que se encuentre correctamente estructurado.
2. Existencia de otros atractivos históricos, culturales o naturales cercanos.
3. Facilidades de acceso para ayudar a la movilidad de los turistas y las conexiones con centros urbanos.
4. Existencia de cierta infraestructura que satisfaga algunas necesidades básicas de los turistas.
5. Superestructura correctamente administrada para desarrollar la actividad turística de manera responsable y controlada.
6. Disposición de la comunidad local para llevar a cabo la actividad.

“El agroturismo planeado con cautela puede coadyuvar a la conservación de los recursos animales, vegetales y genéticos *in situ*.” (www2.gtz.de/) La responsabilidad al momento de fomentar el agroturismo dentro de una comunidad implica apoyo al desarrollo económico, compromiso de conservación ambiental y, concientización tanto a pobladores como a los turistas sobre la importancia de manejar los recursos de manera eficaz asegurando su prolongación a través del tiempo.

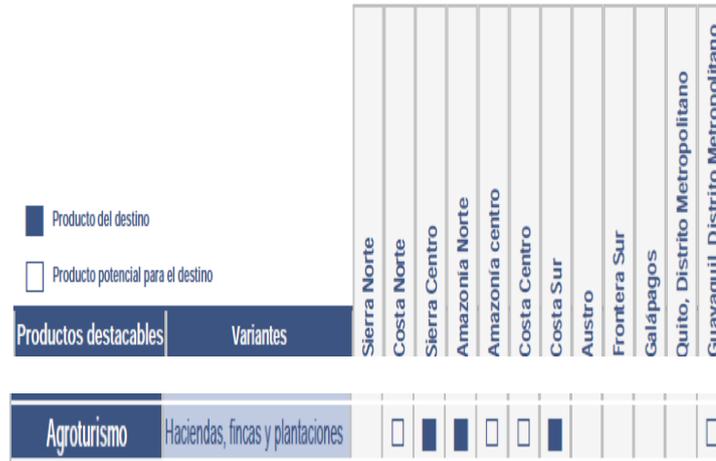
2.1.2.- Líneas de turismo en Ecuador:

El turismo en Ecuador se basa principalmente en tres líneas de producto que son ecoturismo o turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo de aventura las cuales se encuentran desarrollados en la mayor parte de las regiones del país. Según el PLANDETUR 2020, el agroturismo en Ecuador es una actividad que se desarrolla únicamente con dos destinos: la Ruta de las flores (plantaciones

florícolas) y el Paseo de los sabores (banano, café, etc.); por dicha razón se busca ejecutar esta nueva línea de producto en otras regiones del país que posean características adecuadas para brindar este servicio.

Imagen N° 1: Productos turísticos por destinos regionales

Fuente: MINTUR: PIMTE- PLANDETUR 2020. 2009.



La Sierra Norte no está considerada como un destino para ser desarrollado dentro de la línea del agroturismo debido a la limitada existencia de propuestas para practicar este tipo de turismo.

2.1.3.- Granjas agroturísticas o integrales:

En la actualidad alrededor del mundo existen granjas integrales, donde el manejo de la actividad turística se realiza de manera responsable agrupando a todos los elementos que la conforman como suelo, animales, plantas y cultura local logrando un complemento de unos factores con otros; esto busca combinar la actividad agropecuaria con el desarrollo de actividades complementarias como visita a sitios naturales o históricos cercanos a la zona, al mismo tiempo se trata de evitar la producción agrícola a gran escala principalmente debido a que esto solo beneficia a una parte de la población rural, además afecta el ambiente por la sobre explotación de los recursos y el agotamiento de la fertilidad del suelo.

Las granjas agroturísticas son una oportunidad de desarrollo para las familias campesinas gracias a la oportunidad de realizar un proyecto, en el cual, se valore el entorno natural y se pueda crear una conciencia sobre la importancia de vivir en armonía con el ambiente, proporciona además alimentación sana, rica en proteínas, minerales y vitaminas mediante el consumo de alimentos naturales.

La creación de estas granjas debe basarse en principios como atención de necesidades tanto sociales como económicas de las familias que forman parte del proyecto agroturístico, fortalecer el ambiente y las relaciones entre los seres que lo conforman, manejar convenientemente los cultivos para garantizar el reciclado de nutrientes en forma estable, incrementar la biocenosis en el suelo para asegurar la coexistencia adecuada de los organismos.

2.1.4.- Beneficios de la implementación de una granja agroturística:

Si bien la implementación de una granja agroturística en un sector no puede ser una actividad económica única, se la puede concebir como una importante acción complementaria, que además brinda bases para el desarrollo de los pueblos y su rescate cultural mediante la valorización del entorno natural, por lo tanto presenta diversos beneficios.

- a) Beneficios Económicos: los requerimientos de las familias se pueden satisfacer mediante la producción y los ingresos que dejan los turistas durante sus visitas, mejora la calidad de vida y el ingreso económico mediante un trabajo digno y justo.
- b) Beneficios ecológicos: mediante un manejo ecológico adecuado se puede mantener equilibrado naturalmente el suelo, evitar la erosión, conservar la fertilidad mediante procesos naturales, mantener las poblaciones biológicas, producir alimentos más sanos evitando el uso de agentes químicos como pesticidas o plaguicidas al reemplazarlos por sustancias naturales.
- c) Beneficios sociales: mayor estabilidad, aumento de autoestima de los pobladores mediante la dignificación de la actividad agrícola, rescate de las tradiciones culturales y de la identidad poblacional, intervención de la

comunidad en procesos participativos para el bien común, capacitación y reducción de la pobreza.

Los beneficios que presenta una granja agroturística se ven maximizados según el manejo sistémico, aprovechamiento adecuado del espacio, aplicación de tecnologías verdes que permiten realizar labores más efectivas y la utilización de alternativas de producción que hagan redituable el sistema.

2.1.5.- Manejo de una granja agroturística:

Para que una granja agroturística sea exitosa debe ser considerada como un ecosistema integral, en donde, todos los componentes se desarrollan armónicamente; por lo cual se debe tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Reducir el uso de energía y recursos
- Regular la pérdida de nutrientes y mejorar el reciclado de los mismos mediante la utilización de leguminosas, abonos orgánicos y compost.
- Estimular la producción local de cultivos
- Reducir los costos, aumentar la eficiencia y viabilidad económica promoviendo un sistema agrícola diverso y flexible

Para lograr este manejo adecuado, se debe armonizar las necesidades de corto plazo como la rentabilidad económica con las necesidades de mediano y largo plazo como la sustentabilidad del sistema de producción, asegurando así una producción efectiva de alimentos y preservando el entorno natural para futuras generaciones.

2.2 SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA TRADICIONALES:

Los sistemas agrícolas tradicionales se caracterizan principalmente por la diversidad de plantaciones conocidas como policultivos y patrones agroforestales. Esto es un factor positivo debido a que al diversificar los cultivos se obtiene variabilidad en la dieta, se minimiza el riego y se aumenta los réditos económicos.

Estos sistemas son conocidos como la secuencia anual y distribución espacial de uno o varios cultivos en una superficie determinada, toman en cuenta la interacción que tienen con tecnología y recursos utilizados en su producción. Entre ellos existen los siguientes:

- Monocultivo: se planta una sola especie durante todo el año para evitar la competencia interespecífica
- Cultivo múltiple: tiene más de una especie de cultivo en el mismo terreno, mismo año, el cultivo puede o no ser de la misma especie uno a continuación del otro con o sin barbecho
- Cultivo mezclado: dos o más cultivos pueden crecer simultáneamente en el mismo terreno sin estar separados en surcos
- Cultivo intercalado: dos o más cultivos se siembran en la misma área en surcos
- Cultivos asociados o policultivos: dos o más cultivos o especies se siembran en un espacio muy próximo lo que genera una competencia entre especies

2.2.1 Producción agrícola andina en América del Sur:

Las técnicas autodidactas empleadas por los agricultores andinos, incluso antes de la llegada de los españoles hace alrededor de 500 años, todavía tienen importancia en Perú, Bolivia y en menor escala en Ecuador. Estas culturas andinas, a lo largo del tiempo han tenido en común una agricultura bien organizada basada en la adecuada utilización de los recursos y el mejoramiento de animales domésticos y plantas mediante técnicas naturales. Estos factores unidos al perfeccionamiento de sus principales cultivos, representan hasta la actualidad un importante factor para la alimentación regional y mundial. Por ejemplo la cultura andina a lo largo de América del Sur domesticó una gran variedad de plantas como: papa, quinua, maíz, *mashwa*, oca, naranjilla, pepino yunga, entre otras las cuales forman parte de la dieta alimenticia del mundo entero.

Lamentablemente se ha producido una marginación de los cultivos andinos, debido principalmente a la concepción social de que algunos productos nativos son alimentos de poblaciones pobres generando una agricultura de tipo marginal. El mantenimiento de estos cultivos andinos hasta la actualidad, se debe principalmente a comunidades campesinas que aun habitan en estas zonas, las cuales mediante la preservación de sus tradiciones y conocimiento ancestral de cultivo, manejo y utilización de estas especies ha evitado su pérdida. Sus técnicas agrícolas tradicionales merecen ser tomadas en cuenta para proyectos cuyo objetivo sea su rescate. Según el INIAP en Ecuador, Perú y Bolivia se han obtenido importantes muestras de la variabilidad de cultivos andinos, asegurando una importante conservación de material genético *in situ* en los propios terrenos de los agricultores y bajo su sistema de cultivo local.

2.3 TECNICAS ANDINAS DE CULTIVO:

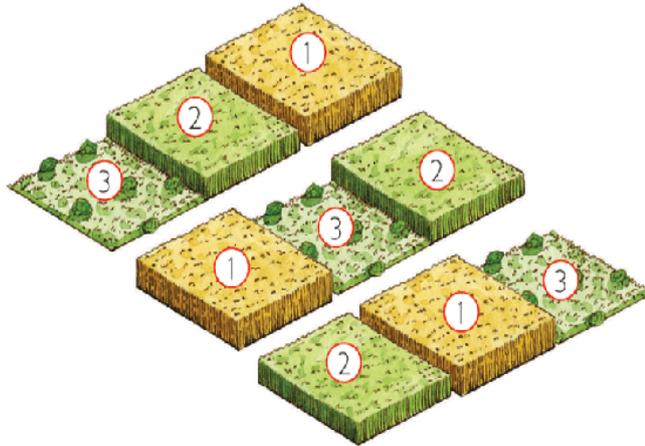
Como herramienta para mitigar la degradación de los suelos se han utilizado métodos ancestrales como terrazas, zanjias de infiltración y líneas de contorno. Otros métodos frecuentemente utilizados son la labranza mínima y cultivos de cobertura que estimulan la cubierta continua del suelo.

Estas técnicas cultivo poseen entre sus principales elementos los siguientes:

- ✓ Indicadores biológicos que les permiten predecir condiciones climáticas
- ✓ Desarrollo de herramientas agrícolas simples pero efectivas como el arado de pie
- ✓ El adecuado manejo del suelo mediante la utilización de camellones o terrenos elevados
- ✓ Modificación del relieve del suelo y el uso de técnicas de drenaje o riego a través de terrazas de cultivo o terrenos elevados
- ✓ Creación de depresiones de suelo para recoger agua lluvia
- ✓ Utilización de abono orgánico como el guano
- ✓ Sistemas de rotación y asociación de cultivos y la utilización de plantas como repelentes de insectos y para el control de las plantas
- ✓ Técnicas de conservación de productos andinos como la deshidratación de tubérculos y su conservación para años con baja productividad

Imagen No 2. Ejemplo de rotación de Cultivos

Fuente: Tecnologías Peruanas, 2013



2.3.1 Camellones:

Desde el nacimiento de la agricultura prehispánica los sistemas andinos agrícolas se han basado en el drenaje o elevación de la superficie cultivada. Esta es la base de los *camellones* o campos elevados agrícolas que utilizan la transferencia de tierra para elevar el nivel del suelo sobre la superficie del entorno; se utiliza principalmente para mejorar las condiciones de cultivo cuando hay drenaje deficiente. La alimentación del agua en este tipo de cultivo se encuentra garantizada debido a que los canales o zanjas de drenaje pueden conservar agua durante épocas de sequía. También permite que el suelo se fertilice de manera adecuada y continua. Las funciones principales de los *camellones* son: evacuar el excedente de agua, canalizar el agua de manera que aumente la superficie potencial del cultivo, mejoramiento estructural del suelo y facilitar la penetración del agua.

Cuadro N° 1: Manejo de agua en *camellones*

Fuente: F. Valdez, 2012.

MANEJO DE AGUA EN LOS CAMELLONES		
ÉPOCA	Septiembre- Noviembre	Enero- Marzo
Nivel natural del agua (Ríos, capa freática)	Bajo o ausente	Alto
Estado de cultivos	Germinación Brote, inicio Crecimiento	Pleno desarrollo
Raíces	Pequeñas	Profundas (salvo excesos de agua)
Riesgos	Sequía Heladas	Exceso de agua
Nivel óptimo de agua	Alto Riego	Drenaje Bajo

2.3.2 *Albarradas*:

Son humedales artificiales lenticos o reservorios artificiales de agua que poseen muros de tierra denominados cabecera y brazos. Tiene forma circular, semicircular, de herradura, circular alargado o con cola. Las *albarradas* se llenan a través de un proceso de acumulación lenta de agua lluvia de escorrentías que bajan de elevaciones cercanas. Esta técnica se utiliza para que las aguas lluvias puedan ser utilizadas en regadío mediante su captación.

2.3.3 Andenes:

Superficie horizontal en terrenos con declives realizados por humanos y sostenidos por una pared. Se los usa en mayor medida en terrenos que tienen fuertes pendientes, en donde no se puede realizar excavaciones horizontales. La construcción de estos andenes o terrazas son beneficiosos en la conservación del ambiente y en el incremento de la producción agrícola. Los andenes permiten la

participación comunitaria y el uso de tecnología adecuada de acuerdo a técnicas ancestrales. Sus principales ventajas son evitar el arrastre de la tierra agrícola, retener agua y cuando se acumula demasiada agua también permite la evacuación de su excedente, crea un microclima más abrigado que el que posee áreas abiertas y permite mayor diversidad en los cultivos.

Imagen No 3: Modelo de Anden

Fuente: Plataforma de Arquitectura, 2013



2.3.4: Aynokas:

Son terrenos destinados para el cultivo los cuales son parcelados y distribuidos entre la comunidad. Se los puede localizar al pie de laderas, cerros o planicies. Tienen un ciclo de producción que generalmente es de cuatro años y uno de descanso que es de tres años los que se utilizan para recuperar la fertilidad del suelo.

2.4 PROYECTOS DE AGRICULTURA TRADICIONAL EN AMÉRICA DEL SUR:

Durante los últimos años se han duplicado los esfuerzos para evitar la erosión genética y el avance de la agricultura moderna donde prima la homogeneidad de cultivos; así como la alta producción basada en niveles elevados de fertilización. El rescate y reutilización de técnicas andinas de cultivo, mediante un manejo adecuado, puede convertirse en proyectos exitosos que integren a comunidades en pro de un desarrollo mutuo. Un ejemplo de este tipo de proyectos se puede encontrar al noroeste de Argentina, en la Cooperativa agropecuaria y artesanal Quebrada y Valles *CUAQUEVA* la cual surgió en la zona de *Jujuy* en la década de

los 90 abarcando actualmente la zona *Tumbaya* y *Maimara*. Esta cooperativa se basa en la recuperación y producción de especies de papa precolombina y semillas mediante la integración de 150 agricultores de esa región. El objetivo principal es brindar capacitación y formación de técnicas ancestrales de cultivo para elevar la calidad de vida de las familias involucradas en el proyecto.

El proyecto *CUAQUEVA* en la zona conocida como *Raya Raya* ubicada en la zona de *Tumbaya Grande*, busca el rescate de terrazas para cultivo mediante la utilización de técnicas ancestrales especialmente de sistemas de andenería empleados por sus antepasados; estos sistemas ofrecen la posibilidad de obtener variaciones en el cultivo de semillas andinas y proteger sus alimentos ancestrales mediante la recuperación de sus semillas nativas para alcanzar metas de desarrollo sustentable y sostenible.

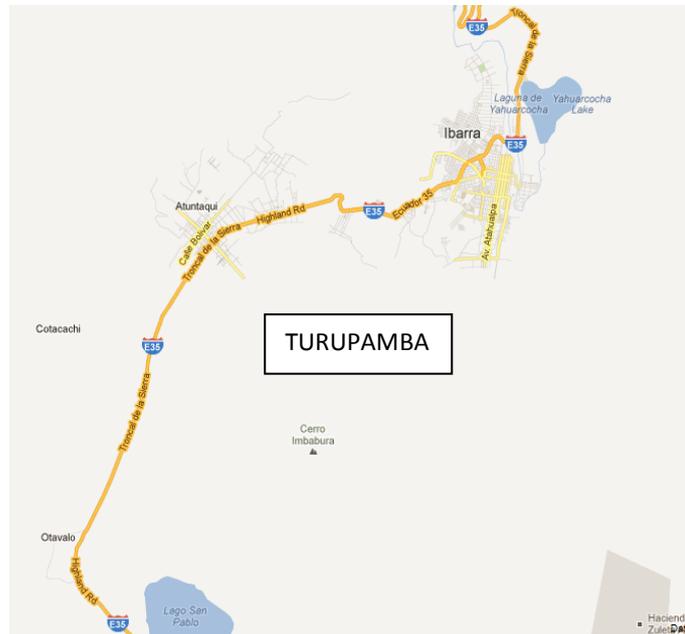
2.5 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SECTOR:

2.5.1. Ubicación:

La zona de *Turupamba* se encuentra ubicada en la Sierra Norte del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra a 2.300 m.s.n.m.; limita al norte y este con el cantón Ibarra, al oeste con San Antonio de Ibarra y al sur con el Cerro Imbabura. Su localización geográfica en UTM es 10'041.000 norte, 820.000 oeste. Se encuentra ubicada a 127 km de la ciudad de Quito, a 135 Km de la frontera con Colombia y 185 km de San Lorenzo, en la Provincia de Esmeraldas.

Imagen No.4: Ubicación de la zona de Turupamba

Fuente: Google Maps, 2014



2.5.2. Características físicas del sector:

Posee una topografía correspondiente a pendientes que varían entre el 5 y 15% de las estribaciones del Cerro Imbabura. Entre los elementos orográficos se destacan los cañones de los ríos *Ambi* y *Tahuando*.

En el cantón Ibarra y su área de influencia directa se identifican 5 formaciones:

- Monte espinoso pre - montano.
- Bosque seco pre - montano.
- Bosque muy húmedo pre - montano.
- Bosque húmedo montano (sub páramo húmedo).
- Bosque muy húmedo sub alpino

La superficie estimada para la ciudad de Ibarra, donde pertenece la zona de *Turupamba*, es de 1.162,22 km² con una densidad de 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km² mientras que la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km². Posee una temperatura promedio de 18 grados, con vientos

promedios de orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s mínimo. El análisis hidrometeorológico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400mm. Las elevaciones montañosas más importantes del cantón son: Imbabura (4.630 m.s.n.m.), *Cubilche* (3.800 m.s.n.m.), *Cunro* (3.304 m.s.n.m.).

2.5.3. Servicios Básicos:

Los servicios básicos de la zona de *Turupamba* son dotados por la municipalidad de Ibarra debido a que pertenece a dicho cantón.

La red de energía eléctrica pública y domiciliaria es proporcionada por la Empresa Eléctrica del Norte, la cual es responsable del manejo y dotación de este servicio a toda la ciudad de Ibarra y sus correspondientes parroquias.

Otro importante servicio es proporcionado por la empresa EMAPA-I encargada de la red de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Ibarra, se debe recalcar que todas las casas del sector cuentan con un servicio de agua potable que llega hasta sus casas aunque ciertas personas, especialmente las de edad avanzada, prefieren utilizar en sus casas sistemas tradicionales como los baños naturales que al ser abandonados son utilizados como fuente de abono natural para las cosechas.

La red de alcantarillado es un servicio que todavía no cubre a todo el sector de *Turupamba*, por lo que en ciertas partes se utilizan acequias para echar los desperdicios generados en los hogares. La recolección de basura se realiza en la zona dos veces por semana. Existen redes de telefonía domiciliaria dotas por la empresa pública CNT la cual es suministrada por el municipio de la ciudad de Ibarra, además en el sector existe señal de telefonía móvil de todas las operadoras.

En lo concerniente a internet su dotación privada para familias del sector es muy limitada y la mayoría de personas que necesiten de este servicio deben ir a la ciudad Ibarra para conseguirlo, tampoco existen centros de internet auspiciados por el Gobierno Nacional en este lugar por esta razón las personas del sector de *Turupamba*, especialmente los adultos, han quedado rezagados de aprender a utilizar estas herramientas de comunicación por su limitado nivel de educación y la falta de programas de capacitación en computación para esta zona.

En la zona propiamente no existen centros de salud, de primeros auxilios o consultorios privados, por lo cual las personas que viven aquí se deben acercar a la población de Santo Domingo a 5 minutos de distancia donde existe un centro de salud, San Antonio de Ibarra ubicada a 15 minutos donde también existe un centro de salud o a la ciudad de Ibarra ubicada a 30 minutos donde existen hospitales públicos, clínicas privadas, consultorios públicos y privados y centros de salud. La población adulta o de tercera edad de este sector prefiere recurrir a medicina alternativa como curanderos para atender sus dolencias por lo arraigado de sus creencias en espíritus o mal aire, mientras que las personas jóvenes recurren a la medicina química para atenderse.

2.5.4.- Infraestructura y dotación de planta turística:

Las vías de acceso al sector son de segundo orden prevaleciendo las vías empedradas o lastradas, además las calles del sector no poseen un mantenimiento adecuado y con frecuencia se realizan mingas entre los pobladores para evitar así problemas de acceso. Otra dificultad que presenta la población es la falta de señalización.

Para acceder a la zona de *Turupamba* se pueden optar por dos caminos el primero se localiza en el barrio *Caranqui*, perteneciente a la ciudad de Ibarra, posee una distancia de 2 km y tarda 10 minutos hasta llegar hasta la zona de *Turupamba*; el segundo camino es por el barrio San Antonio desde donde se tarda 15 minutos y la distancia aproximada es de 4 kilómetros.

Las cooperativas de transporte público que operan en esta zona son “San Miguel de Ibarra” con frecuencias cada 15 minutos hacia el barrio Santo Domingo de Ibarra desde donde los pobladores deben caminar aproximadamente 15 minutos hasta llegar a *Turupamba*, y la Cooperativa “28 de Septiembre” la cual tiene frecuencias cada 15 minutos hasta la Zona, las tarifas son de 25 centavos y el tiempo de viaje es de aproximadamente 30 minutos.

Cuadro N° 2: Infraestructura de la zona de *Turupamba*

Fuente: Y. López, 2013

TIPO	INFRAESTRUCTURA	CARACTERÍSTICAS
Tipo de acceso	Terrestre, aéreo, acuático	Solo se puede acceder al lugar por vía terrestre con transporte público o privado.
Oferta de transporte público y privado	Horarios, tiempo de viaje, tarifas	Desde la ciudad de Ibarra se pueden encontrar cooperativas de buses que salen hacia Turupamba cada 15 minutos las tarifas son de 25 centavos. El tiempo de viaje es de aproximadamente 30 minutos. Las frecuencias de buses operan desde las 06:00 hasta las 19.00.
Medios de Comunicación	Radio, teléfono, internet	Existen medios de comunicación como radio y teléfono. El servicio de internet todavía no se encuentra presente en la zona dificultando su accesibilidad.

La planta turística con la que cuenta el sector es muy limitada destacando la ausencia de campamentos vacacionales, hosterías, centros de recreación, restaurantes o centros de información turística razón por la cual el potencial de la zona no se ha desarrollado; tampoco se ha tomado en cuenta al sector en planes de manejo los cuales se impulsan la creación de estos centros.

2.5.5. Población:

Según el último Censo de Población realizado en el año 2010 “La población del cantón Ibarra se establece en 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.” (www.inec.gob.ec/)

Cuadro N° 3: Censo poblacional de Ibarra por género

Fuente: CPV 2010- INEC, 2010

IBARRA	
Género	
1. Hombre	87.786
2. Mujer	93.389
Total	181.175

La mayoría de la población de la zona de *Turupamba* está compuesta por mestizos con un porcentaje de alrededor de 80% y una pequeña parte de

población indígena con el 20%. El idioma oficial es el español con presencia minoritaria del quichua. La religión prevaleciente es la católica practicada por la mayor parte de la población, mientras que otras creencias religiosas como la evangélica y ateísta tienen una presencia minoritaria.

2.5.6. Eventos y festividades:

Los eventos y festividades se caracterizan por la presencia de bailes folklóricos y comparsas tradicionales, juegos populares, castillos, quema de chamiza y desfiles. Al ser la religión católica de práctica mayoritaria dentro de la zona, son comunes las recreaciones de escenas religiosas mediante imágenes vivas.

Cuadro N° 4: Eventos y festividades de la zona de Turupamba

Fuente: Y. López, 2013

EVENTOS Y FESTIVIDADES	
EVENTO	MES
Día de los inocentes	Enero
Cuaresma	Abril
Participación en las fiestas del retorno de Ibarra	Abril
<i>Inti- Raymi</i>	Junio Julio
San Juan	Junio Julio
Participación en las fiestas de Fundación de la Ciudad de Ibarra	Septiembre
Fiesta del Divino Niño	Diciembre

En la población los eventos que más llaman la atención son la Fiesta de San Juan celebrada en los meses de Junio y Julio, esta celebración se la realiza mediante la representación de bailes folklóricos y comparsas donde participan todos los habitantes de la zona; otra celebración reconocida es el Día de los Inocentes con la organización de comparsas, chistes, degustación de gastronomía típica de Imbabura así como la tradicional inocentada que consiste principalmente en hacer bromas a las personas pertenecientes a la población.

2.5.7 Atractivos turísticos cercanos:

- Ibarra: Conocida como “La Ciudad Blanca” debido al color de sus fachadas se asienta en un valle y goza de un clima subtropical. Se pueden encontrar museos religiosos y arqueológicos con colecciones de arte de pintores locales, las iglesias, plazas y su centro histórico muestran a la ciudad en sus inicios como villa española.
- *Caranqui*: Ubicado en el extremo oeste de la ciudad, fue el núcleo originario de la primera población de Ibarra; en este barrio *Huayna Cápac* construyó el Templo del Sol del que todavía quedan algunos restos. Actualmente se puede encontrar un museo arqueológico.
- Sendero de Guayllabillas: Se pueden realizar varias actividades como *trekking* o caminatas por senderos naturales pequeños y locales, pueden llevar desde cuatro horas con un nivel bajo de esfuerzo hasta dos días con niveles más exigentes. Ofrece una opción de recreación en espacios naturales para conocer la flora del sector, además existe espacios para actividades recreativas en su parque de juegos e incluso para realizar camping.
- Cerro Imbabura: O *Taita* Imbabura es un volcán apagado, posee una altura de 4.630 m.s.n.m.; es uno de los referentes de aclimatación y prácticas antes de realizar ascensos a otras montañas y nevados del Ecuador. Desde aquí en días despejados se puede observar el Nevado Cayambe, Antisana, la ciudad de Ibarra y apreciar flora a más de 4.000 metros.
- Laguna de *Yahuarcocha*: posee un origen glacial y está ubicada a 3 km de la ciudad de Ibarra, su nombre significa Lago de Sangre porque aquí se llevó a cabo la batalla entre *Caranquis* e Incas. Se encuentra rodeada por el Autódromo Internacional José Tobar en el cual se desarrollan competencias nacionales e internacionales. Es posible realizar paseos en canoa, *sky* acuático, motos acuáticas y competencias de natación.
- Reserva Ecológica *Cotacachi- Cayapas*: Es un área de fuertes contrastes que abarca paisajes distintos ya que se extiende desde la base de la sierra occidental hasta las cumbres. La parte de la reserva ubicada en la Provincia de Imbabura es muy accesible y por lo tanto más conocida,

dentro de la reserva se encuentra el Lago *Cuicocha* ubicado en el fondo de un inmenso cráter; su origen se debe a una enorme explosión y al posterior flujo de masa que generó las dos islas del centro conocidas como: *Teodoro Wolf* y *Yerovi*. La variedad de fauna va desde animales de páramo como conejos de monte, venado, osos de anteojos y lobos de páramo hasta monos aulladores de color negro que es una especie de la zona del Oriente.

- Parque El Cóndor: es una organización sin fines de lucro encargada de la protección, conservación y rescate de aves rapaces que han sido maltratadas o han estado en cautiverio, su objetivo es rehabilitarlas y reintroducirlas a la naturaleza. Dentro de este lugar se puede caminar, mirar el lago San Pablo y observar las exhibiciones de vuelo de las aves.

2.6 METODOLOGÍA:

Las técnicas de recolección de datos que se usaron fueron el análisis y revisión bibliográfica en fuentes escritas o virtuales que sirvieron de base para la investigación y guía para realizar la propuesta para el proyecto, otra técnica usada fue la consulta de fuentes secundarias para ampliar la información en las diferentes etapas de la investigación. La encuesta de tipo cualitativo y cuantitativo se la aplicó a personas nacionales así como a turistas extranjeros, mediante un cuestionario impreso con preguntas claras, simples y enfocadas a un solo punto a la vez. El diseño del cuestionario constó de 4 diferentes partes:

- a.- Datos de identificación: Nombre de la institución, nombre del entrevistador, número del cuestionario de la muestra, localización de la entrevista y numeración de las preguntas para su codificación.
- b.- Introducción y objetivos: Puede incluir instrucciones sobre la forma de llevar a cabo el cuestionario, presentación de objetivos del estudio los cuales deben ser concretos y redactados en frases cortas.
- c.- Preguntas: se colocaran primero preguntas para establecer el perfil de la persona encuestada como edad, escolaridad, ocupación, etc. Luego seguirán preguntas de preferencia y opinión que estarán directamente relacionadas al tema de la investigación las cuales nos ayudaran a establecer el mercado meta al que se debe dirigir el producto. Estas preguntas pueden ser dicotómicas, de opción múltiple, escala de calificación y preguntas abiertas
- d.- Cierre y observaciones: Cierre con términos de agradecimiento al entrevistado y observaciones realizadas por el encuestador sobre la cooperación del encuestado y la actitud hacia la encuesta. (Gutiérrez 2000. p.321.)

Además se utilizó un método de recolección y análisis de datos de también de manera cuantitativa y cualitativa para abarcar de forma integral todos los resultados obtenidos. Se realizó observación directa del sector de Turupamba por parte del investigador con el fin de realizar un análisis socioeconómico del lugar.

2.6.1 Tipo de Muestreo:

Se efectuó un muestreo probabilístico por cuotas, el cual selecciona ciertos elementos de la muestra mediante criterios previamente establecidos como rango de edad.

2.6.2 Calculo del tamaño de la muestra:

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos importantes como: nivel de confianza estimado, error permitido y tamaño de la muestra. En este caso se utilizara la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

2.6.3 Muestra para turistas extranjeros:

En donde:

N= Tamaño de la población. En este caso se tomará los datos sobre el movimiento de llegadas de extranjeros durante los meses de Enero a Diciembre dados por la Dirección Nacional de Migración .797.943 personas.

Z= Nivel de confianza. El nivel de confianza a ser utilizado en esta fórmula es del 97.5% que es igual a 2.24

P= Probabilidad de éxito 0.95

Q= Probabilidad de fracaso 1-0.95= 0.05

e= Precisión (error máximo admisible en términos de proporción). Cuando no se tiene un valor determinado se suele utilizar valores que varían entre el 1% (0.01) y el 9% (0.09). Este valor queda a criterio del encuestador.

n= 95 turistas extranjeros.

2.6.4 Muestra para turistas nacionales

En donde:

N= Tamaño de la población. Para obtener la muestra de turistas nacionales se tomó los datos dados por INEC según el Censo de población y vivienda realizado en el año 2010, en donde se establece que en la Provincia de Imbabura existen 398.244 habitantes.

Z= Nivel de confianza. El nivel de confianza utilizado esta fórmula será del 99% que es igual al 2.576 que es el más usual.

P= Probabilidad de éxito 0.95

Q= Probabilidad de fracaso $1-0.95= 0.05$

e= Precisión que en este caso es de 0.05

n= 126 turistas nacionales.

2.7 DEFINICIONES OPERACIONALES:

1.- Agroturismo: "Turismo que se realiza en zonas rurales". (Montaner, J., J. Antich y R. Arcaróus. 2004. p. 23)

2.-Atractivo turístico:

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística. (Novo, G. 1977. p.30)

3.-Autosuficiencia: "Sentimiento de suficiencia propia. Estado del que puede satisfacer sus necesidades valiéndose de sus propios medios". (Montaner, J., J. Antich y R. Arcaróus. 2004. p. 24)

4.-Demanda turística: “Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino”. (Montaner, J., J. Antich y R. Arcaroús. 2004. p. 34)

5.-Desarrollo sostenible:

El consumo de recursos necesario para el desarrollo debe ser inferior al de su capacidad de regenerarse para no comprometer las necesidades legítimas de las generaciones futuras. Igualmente, profundiza en el replanteamiento ético y social del significado del desarrollo y en la inclusión de los activos ambientales en los cálculos económicos. (Novo, G. 1977. p.43)

6.-Estudio de factibilidad:

Los estudios de factibilidad tienen como objetivo el conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión, definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto.

El estudio de Factibilidad se compone de cuatro partes:

- Estudio de mercado
 - Aspectos técnicos
 - Aspectos administrativos
 - Aspectos financieros
- (<http://www.eduturismo.tripod.com/>)

7.-Oferta turística: Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresa. En estas prestaciones de materiales y de servicios, estos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico. (<http://www.giganet.com.ar/>)

8.- Revalorización: “Devolver a una cosa el valor o estimación que había perdido”. (Montaner, J., J. Antich y R. Arcaroús. 2004. p. 156)

9.-Sustentabilidad:

Se refiere al equilibrio existente entre una especie con los recursos del entorno al cual pertenece. Básicamente, la sustentabilidad, lo que propone es satisfacer las necesidades de la actual generación pero sin que por esto se vean sacrificadas las capacidades futuras de las siguientes generaciones de satisfacer sus propias necesidades, es decir, algo así como la búsqueda del equilibrio justo entre estas dos cuestiones. (<http://www.giganet.com.ar/>)

10.-Tradición: Trasmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, costumbres hecha de generación en generación. Noticia de un hecho antiguo transmitida de este modo. Doctrina o costumbre conservada en un pueblo por trasmisión de padres a hijos. (Real Academia Española.1990. p. 302)

11.-Trabajo de campo: “Denominación empleada para referirse a las diferentes tareas que tienen que realizarse fuera de la oficina del investigador para conseguir la información de la muestra o población”. (Gutiérrez. 2.000. p. 243)

12.-Turista: “Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual, pernocta y permanece en él más de 24 horas.” (Novo 1977. p. 8)

CAPÍTULO III:

3.- ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

En el siguiente capítulo se detalla la tabulación e interpretación de encuestas para obtener el perfil del turista nacional y extranjero.

3.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS ENCUESTAS NACIONALES:

3.1.1.- Información General:

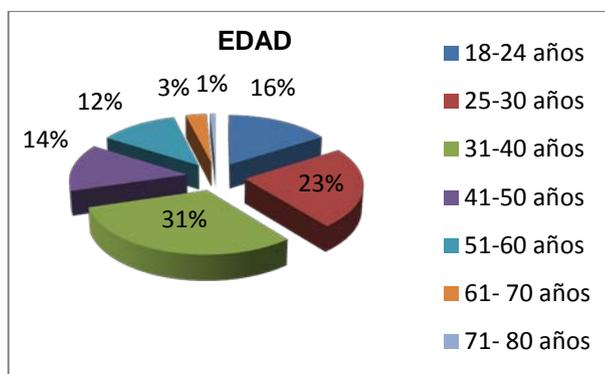
3.1.1.1.- Edad: **Cuadro N°5:** Información edad turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Edad:	
18-24 años	20
25-30 años	29
31-40 años	40
41-50 años	17
51-60 años	15
61- 70 años	4
71- 80 años	1
Total	126

Gráfico N° 1: Información edad turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



El 31% de encuestados que tienen entre 31 a 40 años de edad los cuales son personas jóvenes y en etapa laboral. 24% está representado por personas de 25 a 30 años que están iniciando su etapa laboral y que tienen limitadas posibilidades de gasto. Luego el 16% está representado por personas de 18 a 24 años que se encuentran en etapa universitaria y principalmente viajan los fines de semana o durante las vacaciones estudiantiles con familiares o amigos, un 14% de encuestados está entre 41 a 50 años, seguidos por 12% entre 51 a 60 años. Los menores porcentajes pertenecen a encuestados que oscilan entre 61 a 70 años con un 3% y 71 a 80 años con el 1%.

3.1.1.2.- Estado Civil:

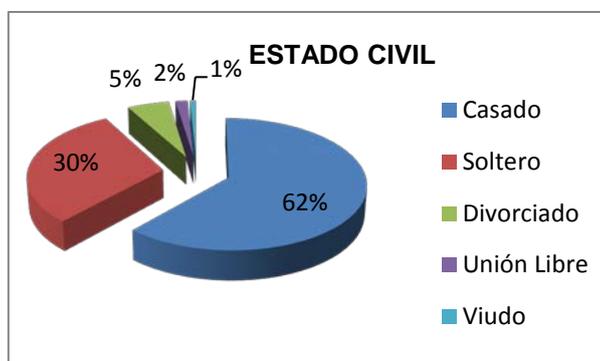
Cuadro N° 6: Estado civil turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Estado Civil	
Casado	78
Soltero	38
Divorciado	7
Unión Libre	2
Viudo	1
Total	126

Gráfico N° 2: Estado civil turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



Según los datos obtenidos en la encuesta el 62% de los turistas nacionales encuestados son casados por lo que viajan con su familia, el 30% son solteros

seguidos por el 5% de encuestados que son divorciados, 2% en unión libre y el 1% viudos.

3.1.1.3.- Género:

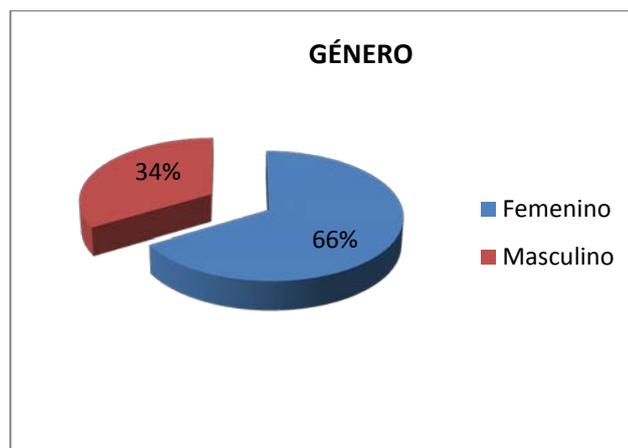
Cuadro N° 7: Género turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Género:	
Femenino	84
Masculino	42
Total	126

Gráfico N° 3: Género turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



Con esta información podemos establecer las actividades que a realizar dentro de la granja agroturística por ello debemos tomar en cuenta que el 66% son mujeres por lo que varias actividades estarían direccionadas a este género como por ejemplo: talleres de bordado, tejido en lana, entre otras. El 34% pertenece a hombres que se dedicarían principalmente a actividades como arado, siembra y cosecha de productos o talleres de artesanías en madera.

3.1.1.4.- Lugar De Procedencia:

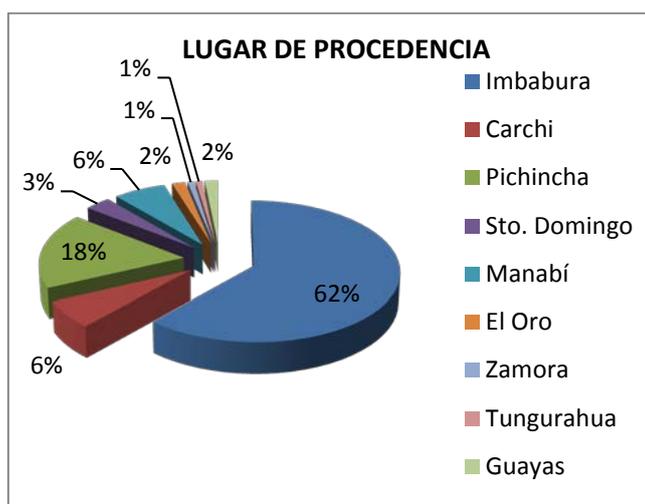
Cuadro N° 8: Lugar de procedencia turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Lugar de Procedencia	
Imbabura	78
Carchi	8
Pichincha	22
Sto. Domingo	4
Manabí	8
El Oro	2
Zamora	1
Tungurahua	1
Guayas	2
Total	126

Gráfico N° 4: Lugar de procedencia turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



Se conoció que 66% de las personas encuestadas son de la provincia de Imbabura, por lo el mercado nacional se orientaría en primer lugar hacia las personas de esta provincia para que sean los primeros en conocer sobre el proyecto que se propone en la zona de *Turupamba*. 18% de las personas proceden de Pichincha siendo uno de los principales mercados dentro de Ecuador. En menor cantidad se encuentran las provincias de Carchi y Manabí con el 6%, Santo Domingo de los *Tsáchilas* con el 3%, Guayas y el Oro 2%, Zamora y Tungurahua 1%.

3.1.1.5.- Nivel de Instrucción:

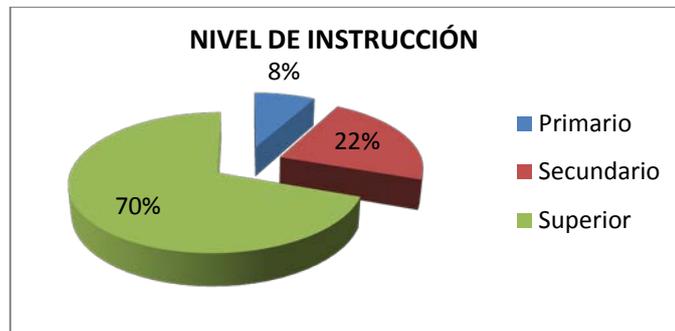
Cuadro N° 9: Nivel de instrucción turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Nivel de Instrucción	
Primario	10
Secundario	28
Superior	88
Total	126

Gráfico N° 5: Nivel de instrucción turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



El 70% de los encuestados poseen instrucción superior, grupo al cual se desea dirigir la propuesta por tener mayor capacidad de gasto, 22% posee instrucción secundaria y el 8% instrucción únicamente primaria.

3.1.2.- Motivaciones y Preferencias:

3.1.2.1.- ¿Qué atractivos turísticos del Ecuador le gustaría visitar?

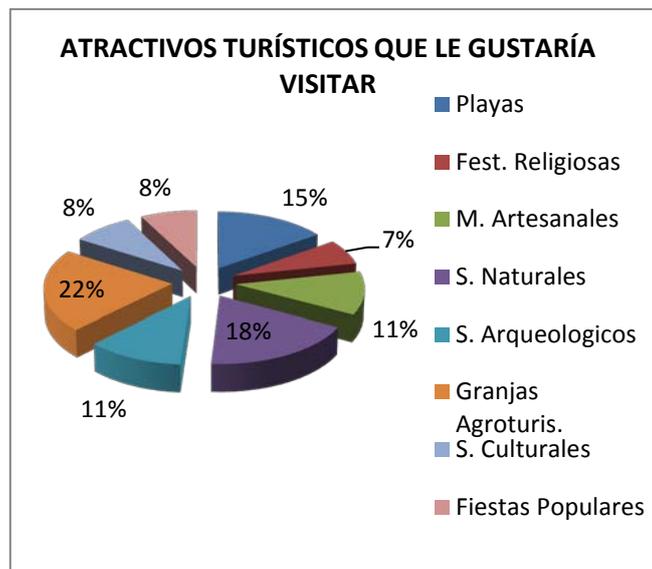
Cuadro N° 10: Atractivos turísticos turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Atractivos que le gusta visitar	
Playas	69
Fest. Religiosas	30
M. Artesanales	51
S. Naturales	83
S. Arqueológicos	52
Granjas Agroturis.	98
S. Culturales	38
Fiestas Populares	35
Total	456

Gráfico N° 6: Atractivos turísticos turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



22% de las personas encuestadas a nivel nacional prefieren visitar durante sus vacaciones granjas agroturísticas por ser lugares que les ofrece posibilidades distintas a las ya convencionales, seguido por el 18% que les gustaría visitar atractivos que cuentan con sitios naturales y les permiten el contacto con la naturaleza, 15% desean visitar playas. El 11% encuentran los sitios arqueológicos y mercados artesanales interesantes, 8% corresponde a sitios culturales y fiestas populares y finalmente 7% que desea visitar lugares con fiestas religiosas.

3.1.2.2.- ¿Cuántos días al año tiene disponible para vacacionar?

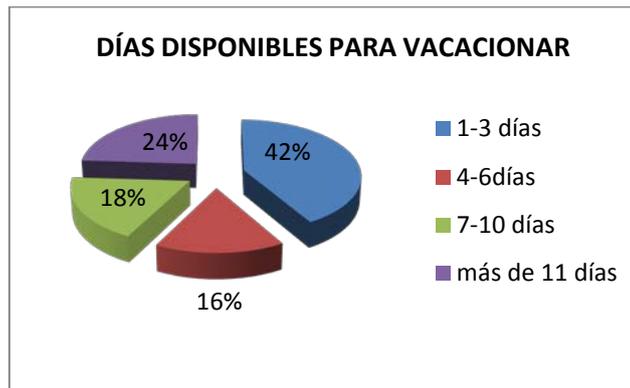
Cuadro N° 11: Disponibilidad para vacacionar turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Días para vacacionar	
1-3 días	53
4-6 días	20
7-10 días	23
más de 11 días	30
Total	126

Gráfico N° 7: Disponibilidad para vacacionar turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



El 42% de los encuestados posee de 1 a 3 días disponibles para vacacionar, el 24% posee más de 11 días disponibles para vacacionar, el 18% posee de 7 a 10 días y el 16% de 4 a 6 días. Según estos datos establecemos que lo ideal sería ofrecer paquetes de dos o tres días en los que se puedan realizar diversas actividades dentro de la granja agroturística.

3.1.2.3.- ¿Qué actividades le gustaría realizar durante sus vacaciones?

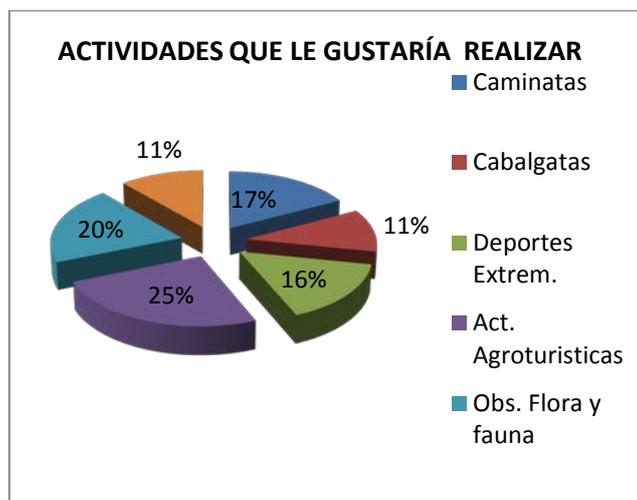
Cuadro N° 12: Actividades que le gustaría realizar turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Actividades que les gusta realizar	
Caminatas	61
Cabalgatas	39
Deportes Extrem.	55
Act. Agroturísticas	89
Obs. Flora y fauna	71
Turis. Comunitario	40
Total	355

Gráfico N° 8: Actividades que le gustaría realizar turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



A 25% de los encuestados les gustaría realizar actividades agroturísticas como siembra y cosecha, elaboración de artesanías; otras actividades con altos porcentajes son observación de flora y fauna con el 20%, caminatas 17% y deportes extremos 16%, por lo que estas actividades podrían complementar el agroturismo que se plantea realizar dentro del proyecto. El 11% de las personas desea realizar turismo comunitario y cabalgatas siendo estas actividades las que presentan menor interés dentro de los encuestados.

3.1.2.4.- ¿Qué tan interesado está usted en realizar agroturismo en nuestro país?

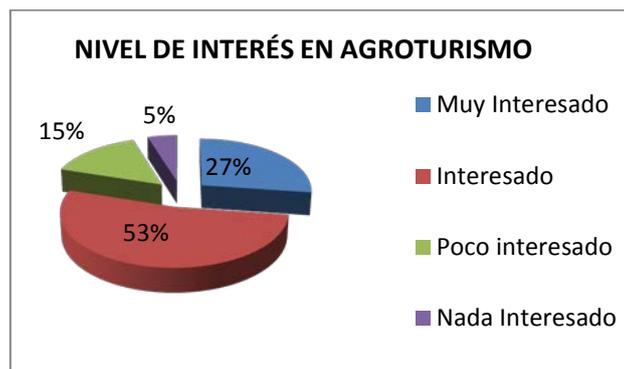
Cuadro N° 13: Nivel de interés en agroturismo turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Interés en Agroturismo	
Muy Interesado	34
Interesado	67
Poco interesado	19
Nada Interesado	6
Total	126

Gráfico N° 9: Nivel de interés en agroturismo turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



Según los datos de la encuesta el 53% de las personas están interesados en realizar agroturismo en el país pero que no conocen lugares donde realizarlo. El 27% ya conocen sobre esta actividad o la han realizado alguna vez por lo que se encuentran muy interesados. El 15% se encuentra poco interesado porque desconoce sobre este tipo de turismo y el 5% no encuentra nada de interés en practicar agroturismo.

3.1.3.- Información de viaje:

3.1.3.1.- ¿Con quién viaja durante sus vacaciones?

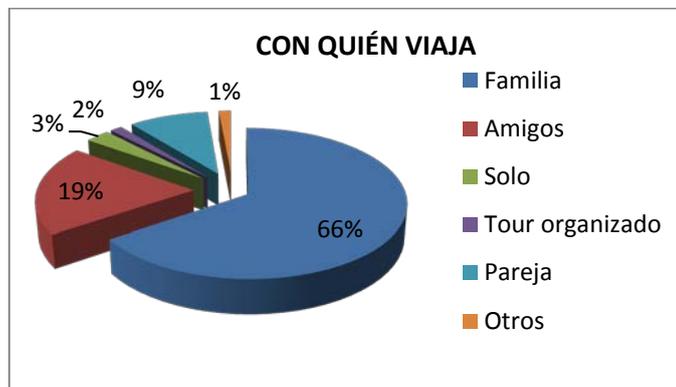
Cuadro N° 14: Con quien viaja turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Con quién Viaja	
Familia	91
Amigos	27
Solo	4
Tour organizado	2
Pareja	13
Otros	2
Total	139

Gráfico N° 10: Con quien viaja turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



66% de las personas viaja con su familia por lo que la granja agroturística tendría un ambiente familiar para turistas nacionales, razón por la cual la decoración debe lograr un ambiente acogedor, el 19% lo hace con sus amigos. El 9% viaja con su pareja y los menores porcentajes lo representan las personas que viajan solos 3%, tour organizado 2% y 1% otros.

3.1.3.2.- ¿Normalmente cuantas personas lo acompañan durante sus viajes?

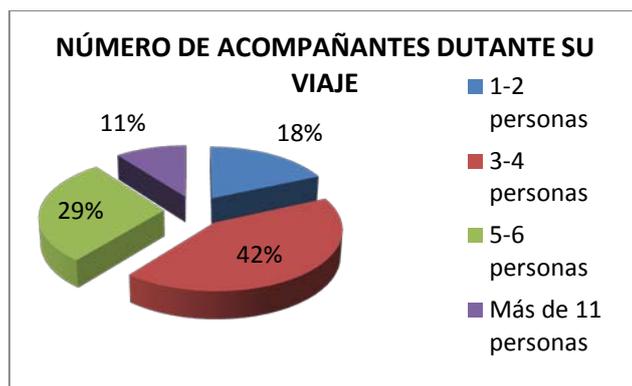
Cuadro N° 15: Número de personas que lo acompañan turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Cuántas personas lo acompañan	
1-2 personas	23
3-4 personas	54
5-6 personas	36
Más de 11 personas	13
Total	126

Gráfico N° 11: Número de personas que lo acompañan turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



Según el número de acompañantes se puede establecer la capacidad que deberían tener las habitaciones, por lo que el 42% lo representan encuestados que viajan acompañados por 3 o 4 personas, por lo que la mayoría de las habitaciones deberían ser triples o cuádruples para satisfacer al número de personas que viajan especialmente en familia; el 29% viajan con 5 o 6 personas, 18% viajan una o dos personas por lo que el menor número de habitaciones sería simples o dobles y el 11% viajan acompañados de 11 personas o más.

3.1.3.3.- ¿Cuánto tiempo dura su estadía durante sus viajes?

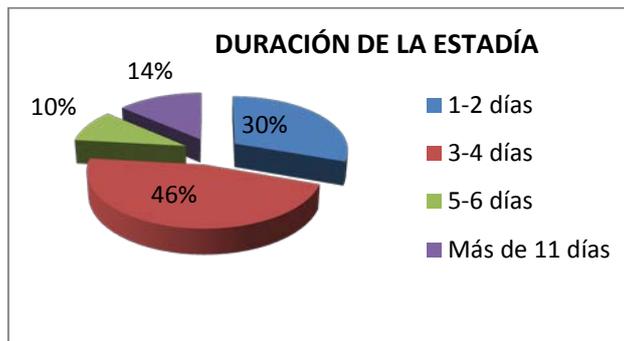
Cuadro N° 16: Duración de la estadía turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Duración de la estadía	
1-2 días	38
3-4 días	59
5-6 días	12
Más de 11 días	17
Total	126

Gráfico N° 12: Duración de la estadía turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



La duración de la estadía en un lugar es de 3 a 4 días con un porcentaje de 46% y el 30% de 1 a 2 días quedándose en un solo lugar. 14% de las personas permanecen más de 11 días en un mismo lugar y; el 10% tiene una estadía que dura de 5 a 6 días. Estos datos permiten establecer la rotación que tendrían las habitaciones o cabañas la cual sería de dos a cuatro días.

3.1.3.4.- ¿Cuál es su promedio de gasto durante sus vacaciones?

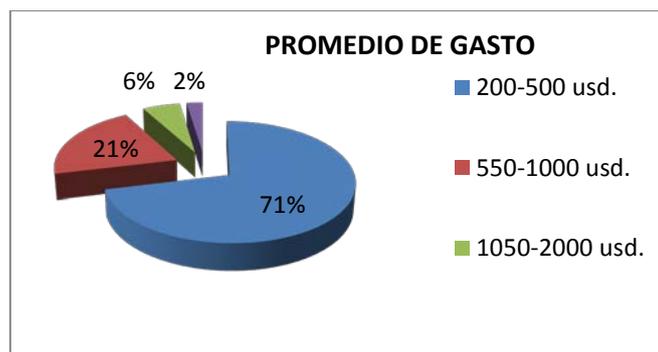
Cuadro N° 17: Promedio de gasto turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013

Promedio de Gasto	
200-500 usd.	90
550-1000 usd.	26
1050-2000 usd.	7
Más de 2050 usd.	3
Total	126

Gráfico N° 13: Promedio de gasto turistas nacionales.

Fuente: Y. López 2013



El promedio de gasto para una estadía de 2 a 4 días es de 200 a 500 dólares. El 21% gasta de 550 a 1.000 dólares, 6% gasta entre 1.050 a 2.000 usd. y el 2% gasta más de 2050 dólares que son encuestados que tienen el mayor tiempo de duración en su estadía.

3.2 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS EXTRANJEROS:

3.2.1- Información general:

3.2.1.1 Edad:

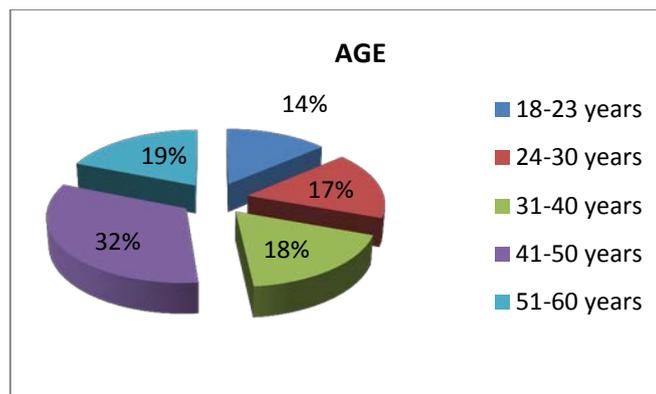
Cuadro N° 18: Edad turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Age:	
18-23 years	13
24-30 years	16
31-40 years	17
41-50 years	31
51-60 years	18
Total	95

Gráfico N° 14: Edad turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Según el gráfico sobre edad de turistas extranjeros, el 32% se encuentra entre 41 a 50 años los cuales se encuentran en edad laboralmente activa y tienen posibilidades de gasto, 14% corresponden a personas de 18 a 23 años que son universitarios que desean viajar hacia otros países antes de empezar sus estudios o por periodos cortos de vacaciones y con posibilidades limitadas de gasto. 17% lo representan turistas de 24 a 30 años que están iniciando su etapa laboral que en su mayoría son personas solteras y que prefieren viajar con sus amigos, 19% de 51 a 60 años los cuales son en su mayoría personas jubiladas y el 18% de 31 a 40 años.

3.2.1.2.- Estado Civil:

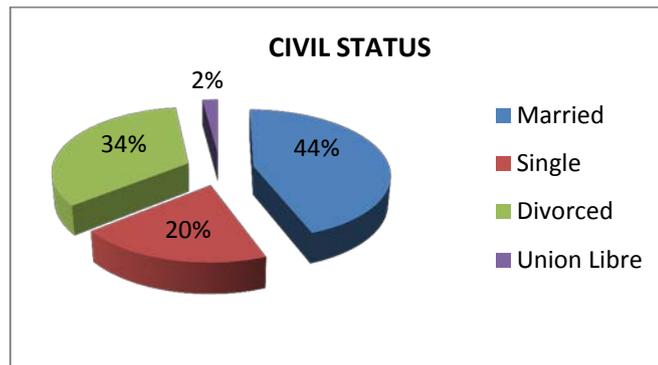
Cuadro N° 19: Estado civil turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Civil Status:	
Married	42
Single	19
Divorced	32
Unión Libre	2
Total	95

Gráfico N° 15: Estado civil turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



El 44% son personas casadas, 34% personas divorciadas, 20% solteros y 2% en unión libre. Este porcentaje de personas casadas nos indica que prefiere viajar con su familia durante sus vacaciones, mientras que los porcentajes restantes indican que viajan principalmente con amigos o pareja.

3.2.1.3.- Continente:

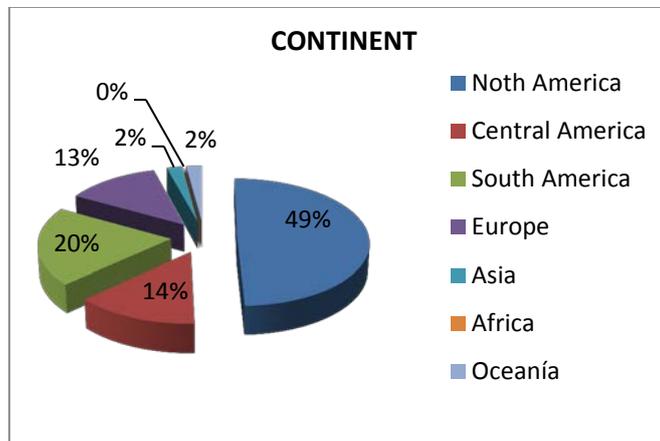
Cuadro N° 20: Continente turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Continente:	
Noth America	47
Central America	13
South America	19
Europe	12
Asia	2
Africa	0
Oceanía	2
Total	95

Gráfico N° 16: Continente turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Sobre los lugares de procedencia, el 49% proviene de Norte América por lo que el mercado para el proyecto estaría direccionado a promocionarlo principalmente en este lugar. 20% de América del Sur, 14% de América Central y 13% de Europa. Los menores porcentajes los poseen los continentes de Asia y Oceanía con el 2% cada una y África con el 0% de visitantes procedentes de este continente.

3.2.2.4.- Género:

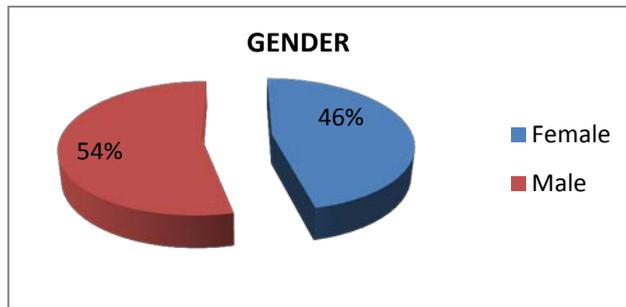
Cuadro N° 21: Género turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Gender:	
Female	44
Male	51
Total	95

Gráfico N° 17: Género turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



54% de los encuestados son de género masculino y 46% femenino. Estos datos nos indican que a diferencia de los turistas nacionales, los turistas extranjeros presentan un porcentaje mayor de género masculino a los que ofreceríamos actividades como talleres de artesanía en madera, siembra y cosecha de productos agrícolas de manera tradicional; mientras que al género femenino se ofrecería actividades sobre talleres de bordado y tejido en lana. También se ofrecerían actividades combinadas para ambos géneros como cultivo de planta medicinales propias de la zona andina.

3.2.2.5.- Nivel de instrucción:

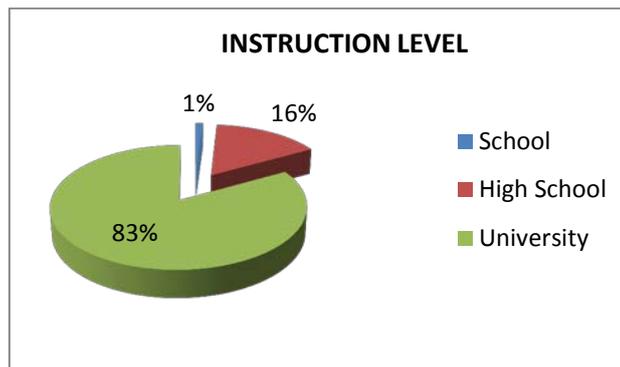
Cuadro N° 22: Nivel de instrucción turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Instruction Level:	
School	1
High School	15
University	79
Total	95

Gráfico N° 18: Nivel de instrucción turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



El mayor porcentaje de personas encuestadas poseen instrucción superior con un porcentaje del 83%, siendo este grupo al que se pretende dirigir el proyecto por ser personas que tienen capacidad adquisitiva más elevada y que generalmente tienen mayor interés por viajar. El 16% poseen instrucción secundaria y apenas el 1% tienen instrucción primaria.

3.2.2.- Motivaciones y preferencias:

3.2.2.1 ¿Cómo conoce acerca de Ecuador?

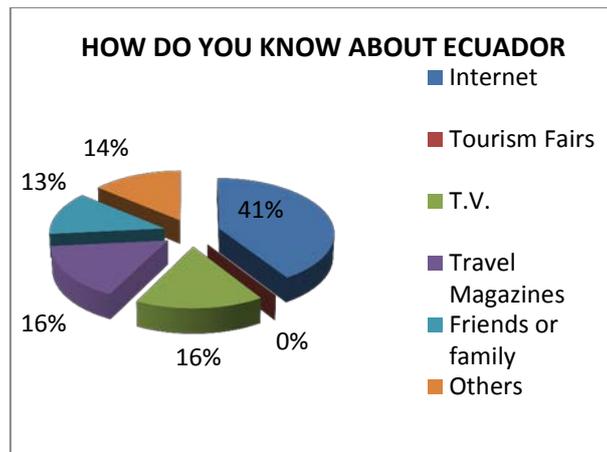
Cuadro N° 23: Cómo conoce acerca Ecuador turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

How do you know about Ecuador?	
Internet	77
Tourism Fairs	0
T.V.	31
Travel Magazines	30
Friends or family	24
Others	26
Total	188

Gráfico N° 19: Cómo conoce acerca Ecuador turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



La mayoría de personas que conoce Ecuador lo hace a través de Internet con el 41%, por lo que los planes de marketing incluirán esta herramienta para dar a conocer la Granja Agroturística en la zona de *Turupamba*. Empatados en segundo lugar con el 16% se encuentran la televisión y las revistas de turismo cada uno razón por la cual también se puede emplear el uso de estos medios para atraer más turistas. Otros medios con el 14%. En cuarto lugar se encuentran los medios que dan a conocer el Ecuador a través de familia o amigos con el 13%. Finalmente las ferias de turismo en este caso representan el 0%.

3.2.2.2.- ¿Qué periodo al año tiene disponible para vacacionar?

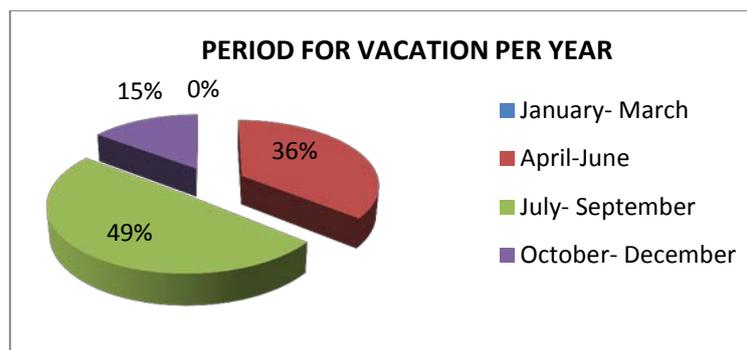
Cuadro N° 24: Periodo disponible para vacacionar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

Period for vacation per year	
January- March	0
April-June	34
July- September	47
October- December	14
Total	95

Gráfico N° 20: Periodo disponible para vacacionar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Según los datos obtenidos en la encuesta, la temporada alta de turistas extranjeros sería durante los meses de Julio hasta Septiembre con el 49% del total; basándose en esta información durante este periodo se prepararía al personal para un aumento en el número de turistas. Con el 36% están las personas que tienen disponible entre Abril a Junio para viajar. 15% viaja entre Octubre a Diciembre. El menor porcentaje lo representan los meses de Enero a Marzo con el 0%.

3.2.2.3.- ¿Qué sitios prefiere visitar?

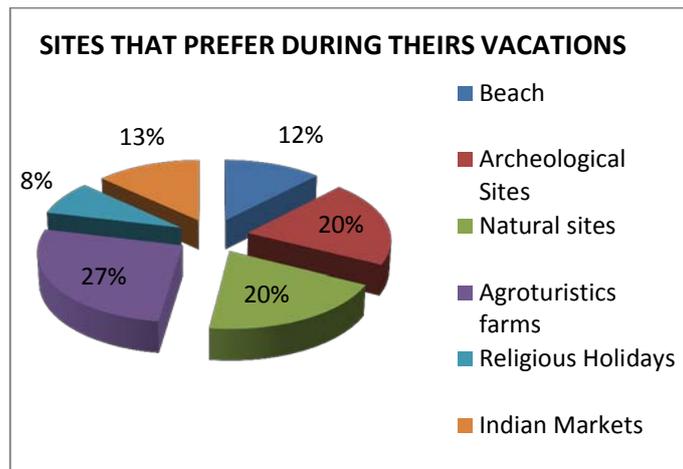
Cuadro N° 25: Sitios para visitar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

¿What sites prefer visit during your trip?	
Beach	39
Archeological Sites	65
Natural sites	63
Agroturistics farms	85
Religious Holidays	26
Indian Markets	42
Total	320

Gráfico N° 21: Sitios para visitar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Entre los sitios que mayor acogida tienen para ser visitados están las granjas agroturísticas con el 27%, seguido de los sitios naturales y los sitios arqueológicos con el 20% cada uno. Mercados Indígenas 13%, playas 12% y fiestas religiosas 8%.

3.2.2.4.- ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su viaje?

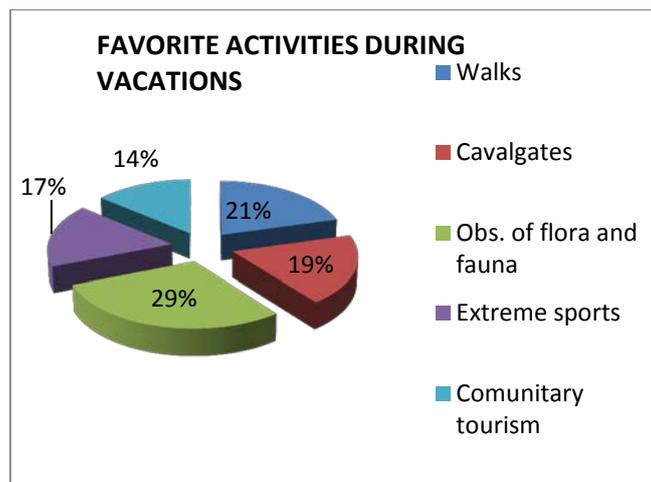
Cuadro N° 26: Actividades turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

¿What activities you want to do during your trip?	
Walks	58
Cavalgates	53
Obs. of flora and fauna	83
Extreme sports	48
Comunitary tourism	39
Total	281

Gráfico N° 22: Actividades turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Las principales actividades que les gusta realizar a los turistas durante sus viajes a Ecuador son observación de flora y fauna 29%, caminatas 21%, cabalgatas 19% deportes extremos 17% y finalmente turismo comunitario 14%. Según estos datos los tours dentro de la granja, además de actividades agroturísticas, deberían basarse en la observación de flora y fauna, caminatas en lugares naturales cercanos.

3.2.2.5. ¿Cuántos días al año tiene disponible para vacacionar?

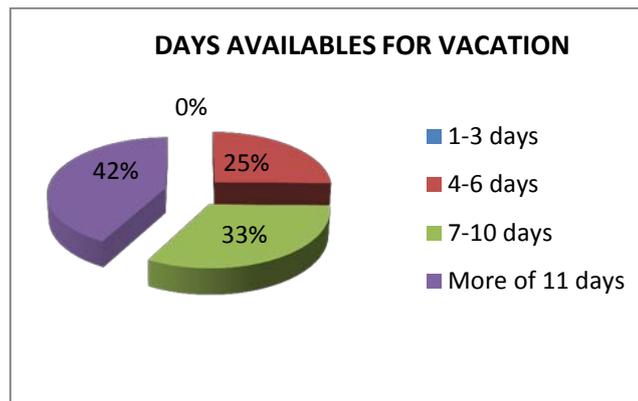
Cuadro N° 27: Días disponibles para viajar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

How many days at year have available for vacation?	
1-3 days	0
4-6 days	24
7-10 days	31
More of 11 days	40
Total	95

Gráfico N° 23: Días disponibles para viajar turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



42% de los encuestados posee más de 11 días para vacacionar, 33% de 7 a 10 días, 25% de 4 a 6 días y el 0% tienen de 1 a 3 días para vacacionar por año. En la granja agroturística los paquetes para extranjeros estarían compuestos cinco días en adelante.

3.2.3. – Información de viaje:

3.2.3.1.- ¿Con quién viaja durante sus vacaciones?

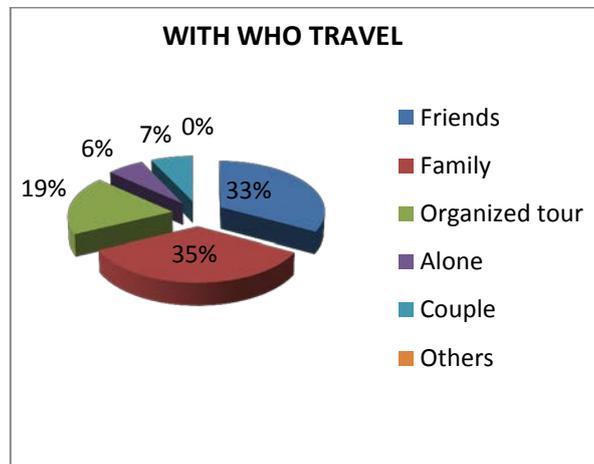
Cuadro N° 28: Con quién viaja turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

With who do you travel on holidays?	
Friends	84
Family	89
Organized tour	48
Alone	16
Couple	18
Others	0
Total	255

Gráfico N° 24: Con quién viaja turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



35% de las personas viaja con su familia indicando que el ambiente de la granja agroturística debe ser acogedor e ideal para pasarlo en familia, seguido con el 33% de personas que viajan acompañadas de sus amigos por ser solteras, 19% viajan en tours organizados, 7% con su pareja, 6% solos y 0% viajan con otros acompañantes.

3.2.3.2.- ¿Usualmente, con cuántas personas viaja?

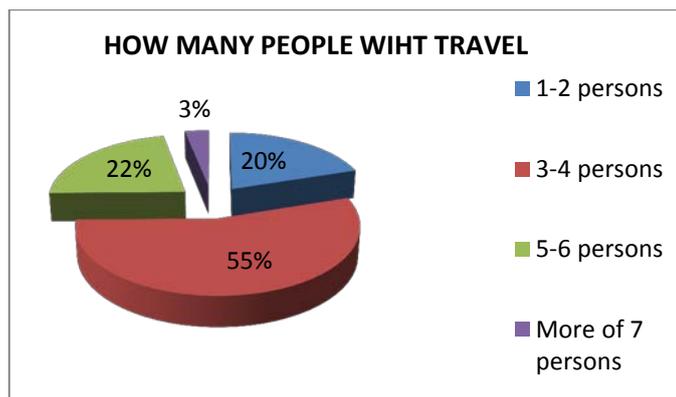
Cuadro N° 29: Cuantas personas viajan turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

How many people usually travel with you?	
1-2 persons	19
3-4 persons	52
5-6 persons	21
More of 7 persons	3
Total	95

Gráfico N° 25: Cuantas personas viajan turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Los turistas extranjeros viajan entre 3 o 4 personas por lo que las habitaciones principalmente deberían ser triples o cuádruples, el 22% corresponde a 5 o 6 personas, 20% viajan con una o dos personas y 3% viajan más de siete personas.

3.2.3.3.- ¿Cuán larga es su estadía durante sus viajes?

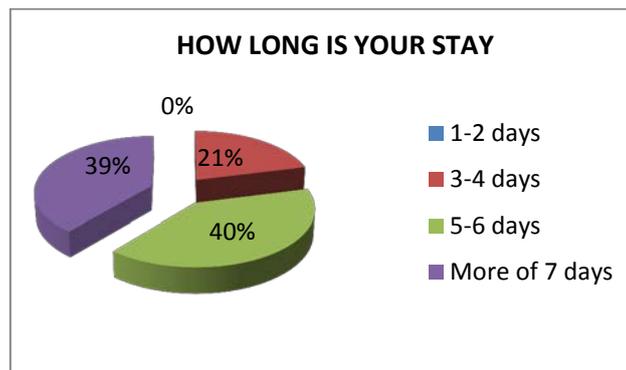
Cuadro N° 30: Duración de la estadía turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

How long is your stay while traveling?	
1-2 days	0
3-4 days	20
5-6 days	38
More of 7 days	37
Total	95

Gráfico N° 26: Duración de la estadía turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



El 40% dice que su estadía en un solo lugar dura de 5 a 6 días y 39% más de 7 días, por lo que las actividades de la granja deberían estar planeadas principalmente para este lapso de tiempo, luego se ubica con el 21% las personas que visitan un solo lugar de tres a cuatro días y el 0% dice que visita de uno a dos días un solo lugar.

3.2.3.4.- ¿Cuál es su gasto promedio durante sus vacaciones?

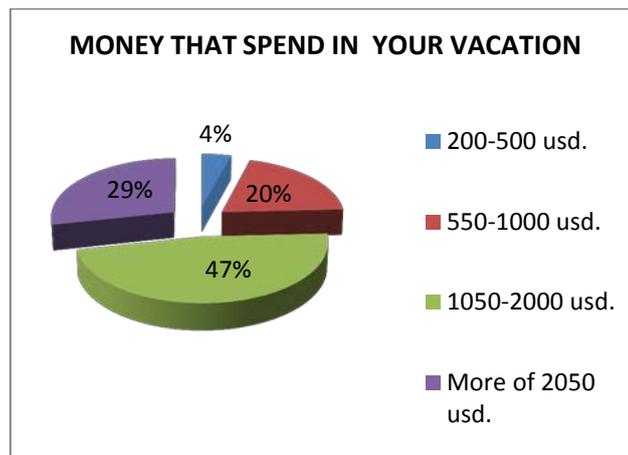
Cuadro N° 31: Promedio de gasto turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013

How much money do you spend during your vacations?	
200-500 usd.	4
550-1000 usd.	19
1050-2000 usd.	45
More of 2050 usd.	27
Total	95

Gráfico N° 27: Promedio de gasto turistas extranjeros.

Fuente: Y. López 2013



Según el tiempo de estadía se observan los niveles de gasto en un solo lugar, así el 47% de las personas gasta un promedio de 1.050 a 2.000 usd. que en general son personas cuya estadía es de 5 a 6 días, el 29% tienen un promedio elevado de gastos que es de más de 2050 usd., 20% gastan de 550 a 1000 dólares y 4% de 200 a 500 dólares que permanecen apenas de uno a dos días en un solo lugar.

3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.3.1 Oferta

La oferta, es definida como la cantidad de bienes o servicios que organizaciones, empresas o personas tienen la intención y capacidad de vender al mercado en un determinado precio para satisfacer necesidades o deseos.

3.3.2 Alojamiento:

Según el catastro de alojamientos turísticos 2013 en Ibarra existen 19 hostales, 20 hostales residencia, 8 hosterías, 9 hoteles y 3 hoteles residencia que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y servicios complementarios. Los establecimientos que se detallan a continuación están ubicados en parroquias rurales de la ciudad de Ibarra, y se han considerado como competencia del proyecto por ser los más cercanos a la ubicación del mismo y ofrecer servicios similares. Mediante una matriz de análisis de competitividad se determinó los competidores directos del proyecto:

Cuadro N° 32: Análisis de perfil competitivo.

Fuente: Planificación estratégica modalidad virtual. En:

<https://www.umgadmonc.files.wordpress.com/>

FACTORES CLAVES	PONDERACIÓN	COMPETIDOR A SAN CLEMENTE		COMPETIDOR B COMUNIDAD ZULETA		COMPETIDOR C MUSHUK KAWSAY		COMPETIDOR D HACIENDA ZULETA	
		Clasificación	Resultado	Clasificación	Resultado	Clasificación	Resultado	Clasificación	Resultado
1.- Servicio al cliente	0.15	2	0.30	3	0.450	3	0.45	3	0.45
2.- Precio	0.15	2	0.30	2	0.300	2	0.30	3	0.45
3.- Calidad del producto	0.15	3	0.45	3	0.450	3	0.45	4	0.60
4.- Superioridad tecnológica	0.10	1	0.10	2	0.200	1	0.10	2	0.20
5.- Relación con los distribuidores	0.10	2	0.20	3	0.300	3	0.30	3	0.30
6.- Fortaleza financiera	0.15	3	0.45	2	0.300	2	0.30	4	0.60
7.- Estrategias publicitarias	0.10	1	0.10	1	0.100	2	0.20	4	0.40
8.- Experiencia	0.10	3	0.30	2	0.200	2	0.20	4	0.40
Σ=	1.00	2.20		2.30		2.30		3.40	

RANGO DE CALIFICACIÓN

Calificación	Significado
4	Muy fuertes
3	Fuertes
2	Débiles
1	Muy débiles

RESULTADO DE LA MATRIZ:

N°	COMPETIDOR	RESULTADO	COMENTARIO	FACTOR CLAVE DE ÉXITO
1	SAN CLEMENTE	2.20	FUERTE	Programas de forestación y reforestación
2	COMUNIDAD ZULETA	2.30	FUERTE	Trabajo conjunto de la comunidad
3	MUSHUK KAWSAY	2.30	FUERTE	Modelo de eficiencia turística
4	HACIENDA ZULETA	3.40	MUY FUERTE	Consolidación en el mercado extranjero

3.3.2.1 Turismo Comunitario San Clemente:

Inició en el año 2.002 como una iniciativa de familias *kichwuas Karanquis* con el objetivo de mantener su identidad mediante la recuperación y conservación de la Tierra. Sus acciones se enfocan en programas de forestación, reforestación, manejo de desechos sólidos y defensa de la cosmovisión indígena.

Datos Generales:

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Parroquia: La Esperanza. A 30 minutos al sur oriente de la ciudad de Ibarra en las faldas de volcán Imbabura

Distancia: 7 Km desde Ibarra

Altitud: 2.800 m.s.n.m.

Temperatura: Oscila entre los 15 a 20 grados centígrados.

Clima: Templado

Productos y servicios:

Dentro de la oferta turística que ofrece San Clemente está:

1.- Alimentación: Comidas típicas con productos orgánicos cultivados en la comunidad.

2.- Alojamiento: Basado en la convivencia familiar, una experiencia para compartir la cotidianidad de la forma de vida de los *Kichwas Karankis*. Cuentan con 17 alojamientos con capacidad para 54 personas.

3.- Guías Nativos: Personas preparadas para realizar guianza de la zona con conocimientos de inglés y francés.

4.- Cabalgatas: Recorridos por las faldas del volcán Imbabura, laguna de *Cubilche* y comunidades aledañas. Desde 2 o 3 horas hasta un día de cabalgata.

5.- Trekking

6.- Música y danza: Expresiones de identidad de los indígenas *Kichwas Karankis*.

Cómo llegar

Desde la ciudad de Ibarra en transporte público: desde el parque Germán Grijalva en transportes "La Esperanza" hacia el sector de San Clemente, La Esperanza"

Taxi o transporte privado: En dirección sur por la Av. Atahualpa, hasta el final de la vía.

Tarifas:

Cuadro N° 33: Turismo Comunitario San Clemente

Fuente: <http://www.sanclementetours.com/tarifas.php>

TARIFAS TURISMO COMUNITARIO SAN CLEMENTE		
Precio	Duración	Incluye
40,00	1 día/ 1 noche	Alojamiento, habitaciones exclusivas para los visitantes, chimenea, baño ducha de agua caliente, almuerzo, cena, desayuno y guía local

3.3.2.2 Comunidad *Zuleta*:

Comunidad ubicada en la parroquia *Angochagua*, provincia de Imbabura, está rodeada de paisajes naturales como mirador el *Cunro*, Laguna de *Cubilche*. Antiguamente en *Zuleta* habitaron *Caranquis* quedando como muestra 148 tolas conservadas por encontrarse en la propiedad de la Hacienda *Zuleta*.

Alojamiento:

En las casa de los comuneros existe capacidad para 3, 4, 5 pasajeros y grupos de 10 personas en adelante, la comida y los programas culturales se realizan en la hostería de la casa comunal.

Atractivos en la Comunidad de *Zuleta*:

Turismo vivencial y convivencia Familiar

Juegos Tradicionales

Presentación de Danza Típica

Artesanía; bordados, talabartería, madera

Visita a comunidades cercanas

Agroturismo: Siembra de productos de acuerdo con el calendario agrícola como: papas *Solanum tuberosum*, trigo *Triticum aestivum*, cebada *Hordeum vulgare*, maíz *Zea Mays*, oca *Oxalis tuberosa*, entre otros.

Turismo de Aventura, caminatas, camping, excursiones, *trekking*, ciclismo de montaña, cabalgata, observación de Aves.

3.3.2.3 *Mushuk Kawsay*:

Grupo de emprendimiento de turismo comunitario comprometido en rescatar la cultura y conservar el entorno de la zona de *Zuleta*. El emprendimiento se presenta como un modelo de eficiencia turística en el cual participan hombres, mujeres, jóvenes y niños de la comunidad. Promueve prácticas de turismo sostenible y el contacto directo entre turista y comunidad a través de actividades que generan una experiencia de viaje distinta.

Datos Generales

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Parroquia: *Angochagua*. A 30 minutos del centro de la ciudad de Ibarra

Altitud: 2.800 m.s.n.m.

Temperatura: Oscila entre los 15 a 20 grados centígrados

Superficie: 4700 has

Productos y servicios:

1.- Alojamiento. Con capacidad para 25 pasajeros distribuidos en grupos de 3, 4, 5 y 8 pasajeros en casas de los comuneros. Alimentación y los programas culturales se realiza en la hostería- restaurante de la comuna. Los programas incluyen: caminatas, camping, excursiones, *trekking*, fogatas, ciclismo de Montaña, cabalgata, observación de Aves

2.- Turismo Comunitario: convivencia familiar, juegos tradicionales, presentación de danza típica, visitas a talleres: bordados a mano, talabartería, muebles de madera y fábrica de queso, programa cultural, visita a comunidades cercanas

Programa de voluntariado:

1.- Agroturismo: Siembra o cosecha de productos de acuerdo con el calendario agrícola como son; papas, trigo, cebada, choclo, maíz, oca, melloco, haba entre otros.

Como llegar

Existen tres vías de acceso:

Quito - Cayambe - Olmedo - *Zuleta* (87 Km), tiempo aproximado una hora cincuenta minutos.

Quito - Ibarra - Caranqui - La Esperanza - *Zuleta* - (133 Km), tiempo aproximado tres horas.

Quito - San Pablo de Lago - *Zuleta* (85 Km), tiempo aproximado dos horas.

3.3.2.4 Hacienda *Zuleta*:

Construida a finales del siglo XVI, La Hacienda *Zuleta* está ubicada a 2.800 m.s.n.m.; posee 2.000 ha que pertenecen a la familia del ex presidente Galo

Plaza Lasso. Cuenta con 14 habitaciones cada una con chimenea. Ofrece comida casera y de la región la cual es preparada con vegetales orgánicos, trucha, y productos lácteos producidos en la hacienda.

Datos Generales:

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Parroquia: *Angochagua*

Altura: 2800 m.s.n.m.

Atractivos turísticos y servicios

Cabalgatas, paseos en bicicleta, caminatas para conocer ordeños, campos cultivados, paisajes de altura y la vida de la comunidad.

Visita al Proyecto Cóndor Huasi para conocer el trabajo en la rehabilitación del Cóndor Andino *Vultur gryphus*

Paseos en carreta a través de caminos empedrados para conocer los paisajes andinos de la Hacienda y la comunidad.

Fundación Galo Plaza Lasso: proyecto no gubernamental creado en 1.995 con el objetivo de patrocinar proyectos que beneficien a la comunidad de *Zuleta* y comunidades aledañas a la provincia de Imbabura. Es conocida principalmente por los trabajos de bordado de camisas y el proyecto Cóndor *Huasi*.

Tarifas:

Cuadro N° 34: Tarifas de habitaciones Hacienda *Zuleta*

Fuente: www.zuleta.com/es/rates-and-reservations

TARIFAS HACIENDA ZULETA	
<i>Junior Suites</i>	\$365 Por persona por noche
Habitación <i>Deluxe</i>	\$305 Por persona por noche
Habitación <i>Standard</i>	\$215 Por persona por noche
Niños hasta los 3 años no pagan. <ul style="list-style-type: none">• Niños hasta los 12 años pagan el 50% de la tarifa• Estadía de 4 a 6 noches tienen 5% de descuento• Estadía de 6 o más noches tienen 10% de descuento• Grupos mayores a 10 personas tienen 5% de descuento	

Las tarifas publicadas son por persona por noche e incluyen lo siguiente: bebidas de bienvenida, desayuno, almuerzo con menú de 3 platos, aperitivos en la tarde, cena con menú de 3 platos. (Los menús se planifican de acuerdo a las preferencias de nuestros huéspedes. Se pueden hacer platos vegetarianos y veganos.)

Bebidas no alcohólicas (jugos frescos, refrescos, agua mineral), café o té en la mañana y la tarde.

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

3.4.1 Definición de demanda:

Según el Dr. Alejandro Martínez Estrada, la demanda es la cantidad de servicios o bienes que el sujeto económico está dispuesto a comprar en un precio determinado según sus necesidades, preferencias y la posibilidad real de adquirirlo.

La Organización Mundial de Turismo indica que las llegadas de turistas internacionales en el mundo aumento alrededor de un 4%, representando globalmente más de 1.000 millones de personas que viajan por primera vez. Los continentes que registran un mayor crecimiento son Asia y el Pacífico con 7% de incremento, lo cual representa 16 millones de personas más que el año anterior. Por su parte América registra un aumento del 5% que se traduce en 7 millones de

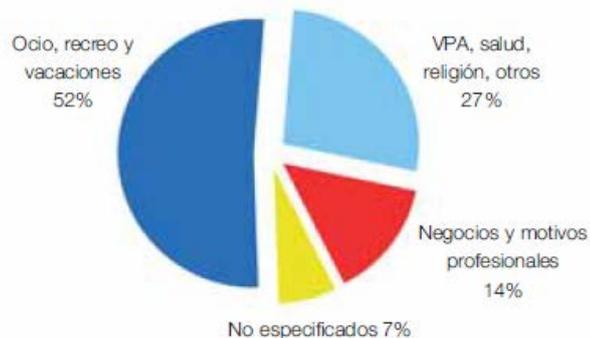
personas más que visitaron este continente. Se espera que este crecimiento se mantenga con aumentos que varíen entre el 3 y 4% siendo las regiones con mayor perspectiva de aumento Asia y Pacífico (entre 5 y 6%), África (4-6%) y América (3- 4%).

3.4.2 Motivos de viaje en el turismo receptor:

En el siguiente gráfico se observa que el 52% de los turistas viaja por preferencias como ocio, recreo y vacaciones.

Imagen N° 5: Turismo receptor por motivo de visita en el año 2012

Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT. 2013



3.4.3 Demanda de turistas extranjeros en Ecuador:

La OMT en el informe de Panorama de Turismo Internacional 2013, muestra que los países de América del Sur que han registrado mayor crecimiento en el año 2012 son: Venezuela (+19%), Chile (+13%), Ecuador (+11%), Paraguay (+11%) y Perú (+10%). Esto significa que Ecuador es un nuevo destino que atrae la atención de turistas alrededor del mundo debido a las diferentes actividades que se pueden realizar en diferentes tipos de turismo. Además los ingresos económicos por turismo internacional en el año 2012 representaron 1.026 millones de dólares (EEUU) convirtiendo al turismo en una nueva fuente de ingresos para el país.

Imagen N° 6: Llegada de Turistas internacionales por país e ingresos por turismo internacional.

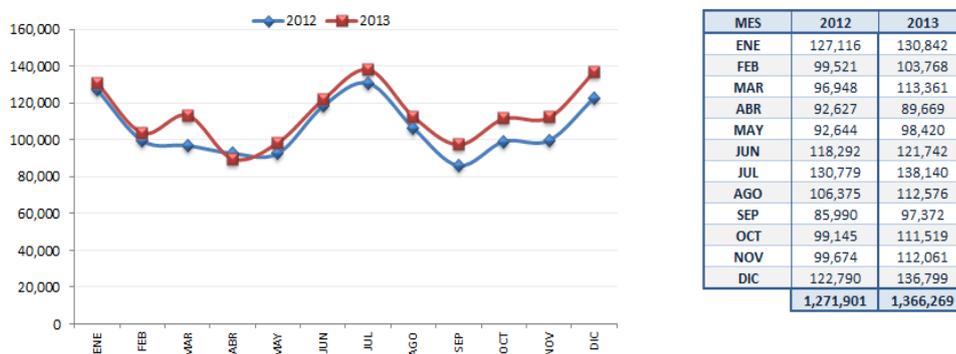
Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT. 2013

Destinos	Series¹	Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional				
		(1000)			Variación (%)			Cuota (%)		(Millones de \$ EE.UU.)		Cuota (%)
		2010	2011	2012²	10/09	11/10	12/11	2012²	2010	2011	2012²	2012²
América del Sur		23.614	25.456	26.673	10,2	7,8	4,8	16,4	20.189	23.084	23.705	11,1
Argentina	TF	5.325	5.705	5.599	23,6	7,1	-1,9	3,4	4.942	5.354	4.895	2,3
Bolivia	TF	807	946	..	20,2	17,2	379	481	532	0,3
Brasil	TF	5.161	5.433	5.677	7,5	5,3	4,5	3,5	5.702	6.555	6.645	3,1
Chile	TF	2.801	3.137	3.554	1,5	12,0	13,3	2,2	1.645	1.889	2.201	1,0
Colombia	TF	2.385	2.045	2.175	3,6	-14,3	6,4	1,3	2.083	2.201	2.351	1,1
Ecuador	VF	1.047	1.141	1.272	8,1	9,0	11,5	0,8	781	843	1.026	0,5
Guayana	TF	152	157	..	7,7	3,3	80
Guayana Francesa	
Paraguay	TF	465	524	579	5,9	12,6	10,6	0,4	217	261	239	0,1
Perú	TF	2.299	2.598	2.846	7,4	13,0	9,5	1,7	2.008	2.360	2.657	1,2
Suriname	TF	204	220	240	35,9	7,9	8,9	0,1	61	61
Uruguay	TF	2.349	2.857	2.695	14,3	21,6	-5,7	1,7	1.509	2.203	2.076	1,0
Venezuela	TF	526	595	710	-14,5	13,0	19,3	0,4	740	739	844	0,4

La OPTUR, por su parte, reconoce un incremento paulatino en la entrada de extranjeros al Ecuador en el 2013, se ha registrado el ingreso de 1'366.269 personas con un aumento de 94.368 personas en comparación al 2012 en el cual 1'271.901 extranjeros visitaron el país.

Imagen N° 7: Entrada de turistas 2013.

Fuente: OPTUR Estadísticas turísticas. 2013



La concentración de la demanda de extranjeros en el país se presenta en las provincias de Pichincha 65,30%; Guayas 47,50%; Azuay 18,90%; Santa Elena 16,30%; indicando que estas provincias son las preferidas para ser visitadas.

3.4.4 Mercados clave:

Al tomar en cuenta los datos del Ministerio de Turismo según los mercados clave, se determina que los principales países serían: Colombia que presenta un decrecimiento en el periodo de Agosto de 2013. A pesar de este dato emitido por el MINTUR, Colombia no sería considerado un mercado clave para el proyecto, porque en la mayoría de los casos los ingresos de personas de este país al nuestro no se realizan con la intención de realizar turismo. Los mercados claves para el proyecto los conforman Estados Unidos con 180,130 entradas de turistas con una variación del 1%; Perú también presentando un aumento de personas con 97,722 ingresos. España y Alemania, ambos países presentan una disminución en comparación al mismo periodo del año anterior.

Cuadro N° 35: Mercados Clave Agosto 2013

Fuente: Ministerio de Turismo. Estadísticas Turísticas. 2013

	País	Agosto 2012	Agosto 2013	Variación	Acumulado	Acumulado	Variación	
					ENE-AGO 2012	ENE-AGO 2013		
Mercados Clave	Colombia	25,473	22,168	3,305	238,427	231,651	6,776	-3%
	EE.UU.	22,482	22,786	304	177,887	180,130	2,243	1%
	Perú	12,639	14,019	1,380	90,557	97,722	7,165	8%
	España	7,274	6,688	586	44,362	43,423	-939	-2%
	Alemania	3,501	3,157	344	19,993	18,841	1,152	-6%
	TOTAL		68,818		61%			
	ARRIBOS AGOSTO		112,576					

3.4.5 Mercados de Oportunidad:

Los principales mercados de oportunidad donde deberían estar dirigidas las estrategias de publicidad para la granja agroturística por presentar un porcentaje

de aumento son: Chile 1%, Canadá 4%, Reino Unido 11% y Francia 7%, Holanda 10% y Brasil 4%.

3.4.6 Gasto promedio de turistas:

Los turistas que más dinero gastaron en sus países de destino fueron los procedentes de China con una cifra de 102.000 millones; esto se debe principalmente por el aumento de las rentas disponibles en China, disminución de restricciones para viajar al exterior y la revalorización de su moneda. En segundo lugar esta Alemania con 84.000 millones y Estados Unidos con 83.000 millones. En cuarto lugar y manteniendo su posición durante años se encuentra Reino Unido cuyos turistas gastan 52.000 millones en sus destinos.

Imagen N° 8: Gasto por turismo Internacional

Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT. 2013

Rango	Gastos por turismo internacional (miles de millones \$ EE.UU.)		Monedas locales variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población 2012	Gasto per cápita
	2011	2012*	11/10	12/11	2012*	(millones)	(\$ EE.UU.)
1 China	72,6	102,0	26,2	37,2	9,5	1.354	75
2 Alemania	85,9	83,8	4,7	5,8	7,8	82	1.023
3 Estados Unidos	78,2	83,5	3,6	6,7	7,8	314	266
4 Reino Unido	51,0	52,3	-1,6	4,1	4,9	63	828
5 Federación de Rusia	32,9	42,8	19,3	36,5	4,0	142	302
6 Francia	44,1	37,2	7,6	-8,7	3,5	63	586
7 Canadá	33,3	35,1	7,6	6,2	3,3	35	1.007
8 Japón	27,2	27,9	-11,2	2,4	2,6	128	218
9 Australia	26,7	27,6	7,0	2,9	2,6	23	1.210
10 Italia	28,7	26,4	0,8	-0,3	2,5	61	433

Al basarse en estos porcentajes de gasto y en los mercados claves así como en los de consolidación, las estrategias para difundir el proyecto como destino turístico deberían realizarse principalmente en Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia a través de Internet.

3.4.7: Periodo de Vacación según Continente:

Cuadro N° 36: Periodo de vacación según continente

Fuente: Encuesta turistas extranjeros. Yesenia López. 2013

PERIODO DE VACACION					
NACIONALIDAD	Enero-Marzo	Abril-Junio	Julio-Sept.	Oct-Dic.	TOTAL
Norte América	0	19	21	7	47
América Central	0	3	9	1	13
América del Sur	0	7	10	2	19
Europa	0	3	7	2	12
Asia	0	2	0	0	2
África	0	0	0	0	0
Oceanía	0	0	0	2	2
TOTAL	0	34	47	14	95

En el cuadro anterior se puede realizar la comparación de la procedencia de los turistas con el periodo disponible para vacacionar; así se deduce que la mayoría de personas que visitan Ecuador desde Norte América, América Central, América del Sur, Asia y Europa lo hacen durante los meses de Julio a Septiembre debido a vacaciones escolares y laborales con un total de 47 turistas encuestados. Otro periodo de mucha afluencia, lo representan los meses de Abril a Junio con 34 personas que llegan desde los continentes de Europa, Norte, Sur y Centro América.

El tercer periodo disponible para vacacionar es de Octubre a Diciembre, con un total de 14 personas que visitan el país desde Norte América, Sudamérica y Europa quienes viajan debido a vacaciones por fechas mundiales como la navidad. El periodo de menor afluencia según las personas encuestadas lo compondrían los meses de Enero a Marzo con un total de 0 personas.

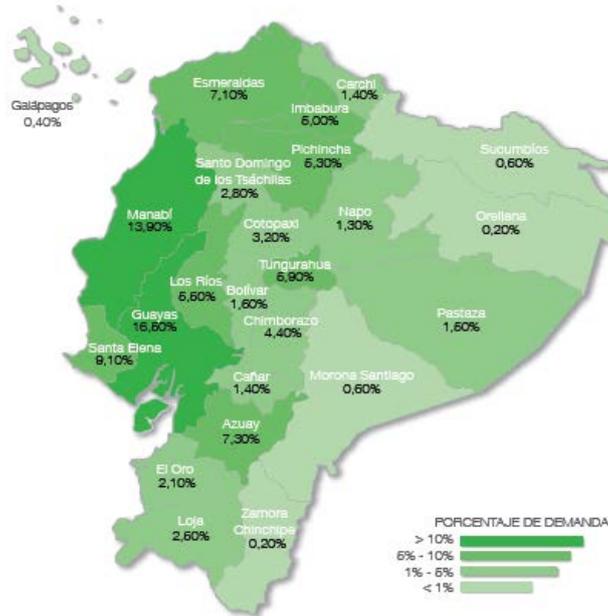
3.4.8 Concentración de la demanda nacional:

Según el Ministerio de Turismo en el 2012, la demanda de los turistas nacionales se centraba principalmente en Guayas 16,50%; Manabí 13,90%; Santa Elena 9,10%; Azuay 7,30%; Esmeraldas 7,10%; Pichincha, Imbabura y Tungurahua tienen cada una un porcentaje de concentración del 5% de la demanda nacional. En relación a estos datos Imbabura es una de las 10 provincias más visitadas por turistas nacionales. Analizando los datos de turistas nacionales y de la

concentración de la demanda nacional la promoción de la granja agroturística debería centrarse principalmente en la provincias de Guayas, Pichincha, Tungurahua e Imbabura.

Imagen N° 9: Concentración de la demanda nacional 2012

Fuente: Ministerio de Turismo. 2013



3.4.9 Preferencias de actividades en Turistas Nacionales:

Imagen N° 10: Preferencias actividades turistas nacionales

Fuente: Encuesta de Turismo Interno Sistema de Estadísticas turísticas del Ecuador.

MINTUR.2003

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Practicar deportes	326.317	12,2
Observar flora y fauna	79.232	3,0
Visitar, naturalizar en áreas protegidas	695.169	26,1
Visita a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Diversión	1.214.990	45,6
Gastronomía	170.882	6,4
Realizar compras	52.381	2,0
Otros	44.137	1,7
Total del universo	2.666.315	100,0

En el año 2003, el Ministerio de Turismo realizó una encuesta de turismo interno en la cual se determinó que los atractivos turísticos más visitados son lugares que ofrecen actividades de diversión con el 45,6%, seguido de visita a sitios naturales y áreas protegidas con el 26,1%. En tercer lugar práctica de deportes con 12,2% y cuarto lugar gastronomía con el 6,4%. En el cuadro anterior podemos ver que Otras actividades, en las que se encuentra incluido el agroturismo, representan una de las preferencias más bajas dentro de este porcentaje con el 1,7.

Comparando estos resultados con los porcentajes de las encuestas realizadas por el investigador, se observa que los resultados son opuestos debido a que en la encuesta realizada para el trabajo actual se obtiene un porcentaje del 22% de personas que prefieren visitar granjas agroturísticas; mientras que en la encuesta del MINTUR se obtiene el 1,7% de personas que quieren visitar estos lugares obteniendo como conclusión que las preferencias de los turistas nacionales dentro del periodo 2.003-2.013 han cambiado y el agroturismo posee más acogida dentro del turismo nacional.

3.4.10 Perfil del turista:

NACIONAL:

Personas de 25 a 40 años, sin distinción de género que se encuentran en capacidad adquisitiva los cuales viajen con familiares o amigos y que pernocten una o dos noches en la granja agroturística, esto significa que son visitantes de fines de semana; interesados en realizar actividades agroturísticas dentro del proyecto.

EXTRANJEROS:

Turistas de 31 a 60 años, casadas o jubiladas, con una pernoctación de 5 a 11 días los cuales viajen acompañados de familiares o amigos; que deseen conocer los procesos ancestrales de cultivo, cosecha, elaboración de productos naturales y deseen complementar su visita con atractivos turísticos naturales o culturales.

CAPÍTULO IV:

4.- PROPUESTA

En este capítulo se desarrollará la propuesta técnica del proyecto agroturístico detallando las actividades que se pretende realizar, distribución de espacios dentro de la granja y el estudio financiero respectivo.

4.1 ESTUDIO TÉCNICO:

Al comprobar que en el cantón Ibarra el agroturismo es una actividad con un creciente desarrollo, se procederá a ejecutar una propuesta para la creación de una granja agroturística en la zona de *Turupamba*; cumpliendo con los requisitos necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación previa.

4.1.1 Ubicación del Proyecto

Turupamba es una zona rural perteneciente al cantón Ibarra, en esta localidad se plantea crear y operar una granja agroturística; la cual reutilice tradiciones ancestrales de los habitantes del sector en lo referente a métodos de cultivo, cosecha, elaboración de alimentos y de artesanías.

PROVINCIA:	IMBABURA
CANTÓN:	IBARRA
PARROQUIA:	CARANQUI
ZONA:	<i>TURUPAMBA</i>

4.1.2 Detalle del Proyecto:

En la propuesta se plantea implementar 7 cabañas; una doble, tres triples y tres cuádruples; las cuales se construirán con materiales ecológicos y técnicas andinas. Además se implementará un huerto orgánico con frutales, granos y tubérculos. Los productos de la granja serán utilizados para la preparación de los alimentos que se consuman dentro del lugar.

4.1.2.1 Cultivos

Frutales:

En cuanto a los cultivos frutales que se podrán apreciar están aguacate, naranja, moras y frutas conocidas principalmente en la zona como mísferos, mortiños y motilones los cuales además de adornar naturalmente el paisaje de la zona servirán para la degustación de los turistas que así lo deseen.

Plantas medicinales:

Existirán plantas medicinales para que los turistas puedan conocer los procesos de cultivo, cosecha y posterior secado y su utilización en infusiones o remedios caseros. Las plantas que se cultivarán serán manzanilla *Matricaria chamomilla*, valeriana *Valeriana officinalis*, toronjil *Melissa officinalis*, hierba luisa *Aloysia triphylla*, cedrón *Lippia citriodora*, menta *Menta piperita*, mejorana *Origanum majorana*.

Granos:

Fréjol, maíz, chocho, haba, cebada.

Tubérculos:

Papas, ocas, mellocos.

4.1.2.2 Detalle y descripción de las construcciones:

Terreno:

El predio para el proyecto posee 8 ha de extensión en las cuales se distribuirán las cabañas, huertos, corrales, oficinas administrativas, recepción, garita de seguridad, vivienda de guardia, bodegas, estacionamientos, talleres para artesanías, zonas verdes, entre otras.

Materiales a utilizar:

El material principal que se propone utilizar es el bahareque encementado, que consiste en un sistema de construcción con palos entretnejidos de caña o madera, paja y barro cubierto con un revoque de mortero de cemento el cual se apoya en

esterilla de guadua, malla de alambre o una combinación de los dos. Se decidió utilizar esta combinación ya que el bahareque por si solo suele presentar algunos problemas como grietas o fisuras. Las cabañas serán en forma de cubo, lo que asegura que si existe un sismo las cabañas tendrán mayor resistencia a este evento debido a la flexibilidad de la construcción.

En el techo, sobre la base de carrizo, se tejerá la paja de manera que impermeabilizará el agua y a la vez permitirá que dentro de la vivienda sea fresco cuando exista calor y abrigado en época de frío. La vida útil de este material depende del mantenimiento que se le dé, pero las construcciones de vegetación seca permiten crear armonía en el paisaje y darle un estilo rustico al lugar.

Las cabañas serán de una planta. La cabaña doble tendrá camas gemelas, cabañas triples poseerán camas simples o una cama matrimonial y una simple, las cuádruples una cama matrimonial y camas gemelas.

En la elaboración del suelo primero se compactará la tierra utilizando una herramienta conocida como pisón, que es un instrumento de madera para construir casas, luego se procede a empedrar con piedra tallada.

Las oficinas administrativas y de recepción serán del mismo material que las cabañas. El piso será de ladrillo impermeabilizado con el fruto de *huarango* (*Prosopis pallida*) cocinado y mezclado con cebada tostada y molida hasta obtener una especie de cola natural o laca, se procederá a dejar enfriar y luego se lo regará uniformemente por el piso de ladrillo.

Tendencias en decoración:

La decoración se orientará hacia un ambiente relajado; dentro de esta tendencia se tiene como principal objetivo el uso de tonos terrosos, colores festivos, tejidos rústicos, hierro forjado, decoraciones con cuero y artesanías. La decoración tiene como principal objetivo resaltar detalles con elementos autóctonos del lugar. Los colores que se utilizarán serán en especial rojos brillantes, bronce, oro, verdes intensos, marrones profundos además de chocolates y anaranjados en combinación con otros tonos cálidos. Todos estos colores son recomendados al momento de pintar paredes, muebles o adornos. Esta tendencia tradicional en decoración creará un ambiente rústico.

Para los colores de los marcos de las puertas o ventanas se usará pintura color ladrillo o marrón oscuro para resaltarlas debido a que el exterior poseerá tonos tierra. Para la sala o el living un estilo de decoración que se base en colores vibrantes como el azul vivo, el fucsia, verde o amarillo que representan tonalidades con bastante fuerza, alegría y presencia sería lo ideal. A su vez se complementará la decoración con adornos naturales como flores coloridas. Los muebles a utilizar tienen dos tendencias la primera es muebles con marcado aire colonial y estampados típicos que generalmente suelen ser grandes y pesados. Por otro lado muebles rústicos y hechos de paja ideales para patios. Las alfombras tejidas también dotarán del estilo andino perfecto ya sea con figuras geométricas, paisajes montañosos o animales típicos de la región.

Cabañas, oficinas y recepción:

De acuerdo al estudio de mercado realizado, en el cual se determinó que las personas viajan principalmente con familia y amigos se estableció que el alojamiento a construir constará de:

- 1 cabaña doble (baño completo)
- 3 cabañas triples (baño completo)
- 3 cabañas cuádruples (baño completo)

Talleres:

Estos espacios serán utilizados para realizar actividades dentro de la granja debido a esta razón se construirán:

- Taller para pintura y escultura (cap. 10 personas)
- Taller para tejido y bordado (cap. 10 personas)
- Taller de elaboración de arropo de mora

Vivienda de guardia y garita de seguridad:

La vivienda del guardia contará con dos dormitorios, sala-comedor, cocina, baño completo.

Estacionamiento:

Tomando en cuenta que los lugares de estacionamiento deben corresponder a la mitad de la capacidad de un lugar, se construirán 12 lugares de estacionamiento de los cuales 3 estarán destinados para personas con capacidades especiales o mujeres embarazadas. Los lugares de estacionamiento medirán 4, 8 metros de largo por 2,30 metros de ancho.

Bodegas:

Las bodegas serán utilizadas para guardar los materiales que vayan a ser utilizados en los talleres y huertos orgánicos.

- Bodega para materiales de la granja agroturística
- Bodega de lencería y mantelería

Restaurante, cocina y lavandería:

La construcción contará con un total de 140 m² distribuidos en 75 m² para el restaurante con capacidad para 23 personas y patio, 65 m² de cocina, áreas de proveedores, zona caliente, zona de preparación, contenedores y frigoríficos.

Huertos:

Los huertos orgánicos para frutas, cultivo de tubérculos y granos serán de 100 m² cada uno. Además existirá un área de 25 m² para sembrar y cultivar plantas medicinales. En esta área los turistas podrán participar de la siembra o cosecha de los productos a la vez conocerán procesos naturales de cultivo y fumigación.

Invernadero:

Para realizar el invernadero se utilizará madera, botellas de plástico recicladas y limpias y una piola. Los invernaderos proporcionan protección contra el frío por lo tanto se puede sembrar antes del tiempo recomendado. En estas construcciones se aprovecha también el sol para obtener un crecimiento rápido.

La medida del invernadero será de 60 m².

Recreación:

Durante los momentos libres las personas que visiten la granja podrán realizar deportes como fútbol, básquet y vóley. La extensión del área será de 175 m largo por 95 m. ancho.

- Canchas de fútbol: 90m. largo x 45m ancho.

- Cancha de básquet: 30 m. largo x 18 m. ancho.
- Cancha de vóley: 18 m. largo x 9m. ancho.
- Área infantil: resbaladeras, pasamanos, rayuelas, sube y baja, columpios, etc.

Otras construcciones:

Plantel lombrícola será usado para extraer el humus mediante el compostaje, esta actividad será apreciada por los turistas como complemento del taller de labranza y cultivo ancestral.

4.1.2.3 Actividades:

- Visita a Ibarra:

Una opción para conocer Ibarra, es el recorrido a su centro histórico pasando por los edificios más representativos de la ciudad para luego detenerse en una de las heladerías típicas de Ibarra, observar la preparación de helados de paila y su posterior degustación.

- Visita Parque El Cóndor:

Para las personas que desean observar fauna de la zona andina, se ofrece la posibilidad de visitar el Parque el Cóndor que es un centro de rescate de aves rapaces ubicado junto a Otavalo; se recorrerá la zona y luego se observará la exhibición presentada por este parque.

- Visita Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas:

Para los pasajeros que pernocten más de 4 días, la granja agroturística ofrecerá la opción de realizar el recorrido a la reserva Cotacachi- Cayapas ubicada a 25 km desde la ciudad de Ibarra. En la mañana partirán hacia este lugar considerado una de las más importantes reservas del mundo debido a su alto grado de diversidad. En la tarde un almuerzo en la ciudad de Cotacachi y luego regreso a la granja para continuar las actividades dentro de este lugar.

- Talleres de pintura:

Como una manera de dar a conocer las actividades representativas de Ibarra, se ofrecerán talleres de pintura con diferentes técnicas los cuales serán impartidos por un asesor experto en pintura.

- Talleres de escultura:

Se dictarán talleres a los turistas interesados en aprender técnicas básicas de escultura en madera, estos talleres se ofrecerán en la tarde y tendrán una duración de dos horas.

➤ Taller de tejido y bordado:

Dentro del taller se aprenderá el tejido en lana de oveja y bordado en prendas de vestir como sacos o bufandas; el bordado con hilo lavable sobre lienzo se lo enseñará para realizar manteles, servilletas y blusas. Una vez impartida la clase los turistas que pernocten allí tendrán la posibilidad de llevarse los trabajos a su cabaña para seguirlos realizando.

➤ Taller de labranza y cultivo ancestral:

Se impartirán conocimientos sobre terrazas de cultivo, rotación de cultivos, asociación de cultivos y recuperación de la fertilidad de los suelos para su conservación mediante un taller que tendrá 30 minutos de duración teórica; luego los turistas visitarán los huertos orgánicos para conocer la parte práctica de esta actividad. Dependiendo de la temporada en los diferentes huertos serán cultivados o cosechados los productos conjuntamente con los visitantes.

Posteriormente los turistas acompañados de un guía conocerán los frutales y la zona de cultivo de plantas donde se les explicará sus beneficios medicinales, podrán tocarlas y distinguir su olor, después el grupo se dirigirá a otra zona para que observen el secado de las plantas medicinales y su posterior utilización en infusiones.

Dentro de este taller también se explicará la elaboración de algunos abonos orgánicos:

- Compost: Una mezcla de residuos animales y vegetales cuya descomposición se lleva a cabo por microorganismos, el compost más que un abono es un mejorador de suelo y para su realización se puede utilizar los desechos orgánicos de la granja, restaurante y taller de arropo de mora.

El compost necesita 3 fuentes o materiales:

Fuente de nitrógeno o material fibroso, fuente de energía como melaza, agua mieles, jugo de caña de azúcar y el material alto en nitrógeno como excrementos de animales o restos de plantas leguminosas.

Elaboración: se debe buscar un lugar protegido de lluvia, sol y viento. Se forman diferentes capas en forma de montaña con los diferentes materiales, se rocía con

melaza y agua según se va mezclando, el grosor recomendado de la capa debe ser de 8 cm cuidando que la mezcla no sea demasiado húmeda ni tampoco seca. Se tapa con sacos de nylon o yute y se voltea una vez cada 8 días. El compost está listo cuando tiene un color café oscuro y olor a tierra.

- **Abonos foliares:** se preparan a base de pulpa de frutas o hierbas y melaza; las frutas aportan nutrientes a la tierra mientras que las hierbas con olores fuertes o desagradables sirven para repelentes, insecticidas o fungicidas. Para este abono se recomienda usar al menos 3 tipos diferentes de plantas o frutas.

Elaboración: las frutas o hierbas se pican por separado y se depositan en un balde de plástico alternando una capa de hierba o fruta con una capa de melaza hasta que el balde se llene hasta la mitad. Luego se tapa y se cubre con un saco de yute limpio, después de 5 a 8 días se observa que empieza a burbujear indicando que está listo, en este punto se lo cuele y almacena en frascos de vidrio oscuro tapados herméticamente. Se lo puede almacenar un mes a temperatura ambiente y hasta 3 meses en refrigeración.

Algunos nutrientes que aportan cierto tipo de plantas son:

Calcio: diente de león, raíz de apio.

Magnesio: diente de león, piña, mango.

Hierro: diente de león, anís, menta, rábano.

Fosforo: granos como maíz o arroz.

Potasio: manzanilla, banano.

Sílice: bagazo de caña de azúcar, ortiga, cola de caballo.

- **Extractos hidro- alcohólicos:** se los puede realizar de alcohol puro de 96° y plantas, estos extractos pueden actuar como insecticidas, fungicidas o repelentes. El alcohol ayuda a absorber las sustancias o propiedades de las plantas.

Elaboración: Picar las plantas de manera fina, colocarlas dentro de un recipiente plástico de boca ancha, agregar alcohol y agua asegurándose que los pedazos de plantas queden apenas tapados por el líquido. Tapar el recipiente de manera hermética para que no entre aire y dejar reposar por 8 días. Luego se destapa, se cubre con una franela para que el exceso de alcohol se evapore y dejar reposar nuevamente por 22 días.

Plantas insecticidas: pimienta negra, clavo de olor, mostaza.

Plantas repelentes contra insectos: ajo, ajeno, artemisa, sábila, ruda, comino.

Plantas fungicidas: ajo, romero.

Plantas bactericidas: tomillo, ruda, canela, pimienta negra.

➤ Elaboración de arrope de mora:

El arrope de mora es una golosina ibarreña realizada a base de jugo de mora hasta convertirlo en jarabe. Las monjas de La Concepción de Ibarra realizaban esta golosina para las fiestas de San Luis Gonzaga; Santo Jesuita; con la receta tradicional a base de azúcar blanca, limón, jugo de mora y canela.

Preparación: se coloca a fuego lento una olla con agua y azúcar hasta obtener un jarabe azucarado, se mezcla de manera constante con una cuchara de palo, se añade paulatinamente el jugo de limón y se lo deja cocinar. En un recipiente aparte extraer el jugo de mora con ¼ de litro de agua, cernir y agregar el jarabe azucarado y mezclar. Se procede a retirar del fuego y se lo deja enfriar, se quita la cachaza que es una espuma que se forma en la superficie, y se lo coloca en una botella.

Esta actividad se la puede realizar tanto por turistas nacionales como extranjeros, los adultos que deseen pueden participar y los niños estarán bajo la supervisión de chef y un ayudante de cocina.

4.1.2.4 Itinerarios de Tours Adicionales:

TOUR NATURALEZA:

08:00	Desayuno en la Granja Agroturística
09:00	Salida hacia la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas.
10:15	Visita a la laguna Cuicocha, explicación de flora y fauna
11:00	Paseos por la laguna
11:30	Tiempo libre para fotos y compra de artesanías
12:00	Salida hacia Cotacachi
12:30	Llegada a Cotacachi: visita de la ciudad y almuerzo
14:00	Salida hacia Parque El Cóndor
14:45	Visita instalaciones Parque El Cóndor: explicación de la organización y exhibición de vuelo.
16:00	Regreso a la Granja Agroturística
Incluye: transporte, almuerzo, guía y entrada Parque El Cóndor	
No incluye: bebidas o comidas adicionales, artesanías, paseo por la Laguna de Cuicocha.	
¿Qué llevar? Bloqueador, ropa abrigada, zapatos cómodos, cámara fotográfica, agua.	

TOUR CULTURAL:

08:00	Desayuno en la Granja Agroturística
09:00	Salida hacia la Ciudad de Ibarra.
09:30	Llegada a Ibarra: visita centro histórico de la ciudad.
10:30	Visita museo Fray Pedro Bedón
11:30	Visita a heladerías de la ciudad: explicación y degustación de helados típicos de paila.
12:00	Almuerzo
13:15	Salida hacia el Mirador San Miguel Arcángel
14:00	Salida hacia museo Arqueológico Atahualpa
14:45	Visita Museo Atahualpa
16:00	Regreso a la Granja Agroturística
Incluye: transporte, almuerzo, guía y entradas, degustación	
No incluye: bebidas o comidas adicionales, compras, otros adicionales.	
¿Qué llevar? Bloqueador, zapatos cómodos, cámara fotográfica, agua.	

TOUR EXTREMO:

08:00	Desayuno en la Granja Agroturística
09:00	Salida hacia la zona de Aloburo.
10:15	Llegada Aloburo: explicación técnica de parapente.
11:00	Practica de parapente. (Dependiendo de las condiciones del clima)
13:30	Lunch
14:30	Regreso a la Granja Agroturística
Incluye: transporte, lunch, guía, equipo de parapente.	
No incluye: bebidas o comidas adicionales, compras, otros no especificados.	
¿Qué llevar? Ropa y zapatos cómodos, cámara, bloqueador, agua, chompa abrigadas.	

4.1.2.5 Señalización:

Los letreros deben ser claros, atractivos visualmente y breves, por lo que el mensaje que se desea transmitir será organizado acorde a la temática que se dará a conocer. El tipo de letra será el mismo dentro del todo el lugar, además de ser legible y conservador, el espacio entre cada letra no estará muy separado ni muy junto, el espacio entre líneas guardará armonía con el resto del texto para

que sea fácil de leer. Se busca que los letreros informativos de la granja tengan balance de manera que el turista comprenda el mensaje que se estará transmitiendo.

4.1.2.5. 1 Rótulos de madera:

Generalmente los rótulos se los realizan de madera para guardar la armonía visual con el entorno por lo que estos suelen ser simples. Se seleccionará un tipo de madera acorde a la zona y resistente al aire libre, la madera que se va a utilizar en el rotulo debe ser tratada para maximizar su duración y las letras pueden ser talladas o pintadas. Se recomienda que para las exhibiciones al aire libre las letras sean de colores oscuros con el fondo de color claro para facilitar la lectura. Se puede colocar un techo sobre los letreros para protegerlos del contacto con el sol y agua.

4.1.2.5.2: Tipos de letreros de la Granja:

Dentro de la granja agroturística se plantea establecer 3 tipos de señalización la cual será diferenciada por colores:

- **Color verde:** Señales informativas: información geográfica, distancias, servicios y actividades que se puede practicar.
- **Color amarillo:** Señales preventivas: informa sobre obstáculos u otros peligros que se pueden presentar.
- **Color rojo:** Señales restrictivas: prohibición de ciertas actividades o comportamientos de los visitantes dentro del establecimiento.

4.1.2. 6 Talento Humano:

El Talento Humano se refiere a las personas aptas para realizar una determinada ocupación a través de la utilización de destrezas, habilidades, aptitudes y experiencias propias de cada persona.

Cuadro N° 37: Organigrama estructural.

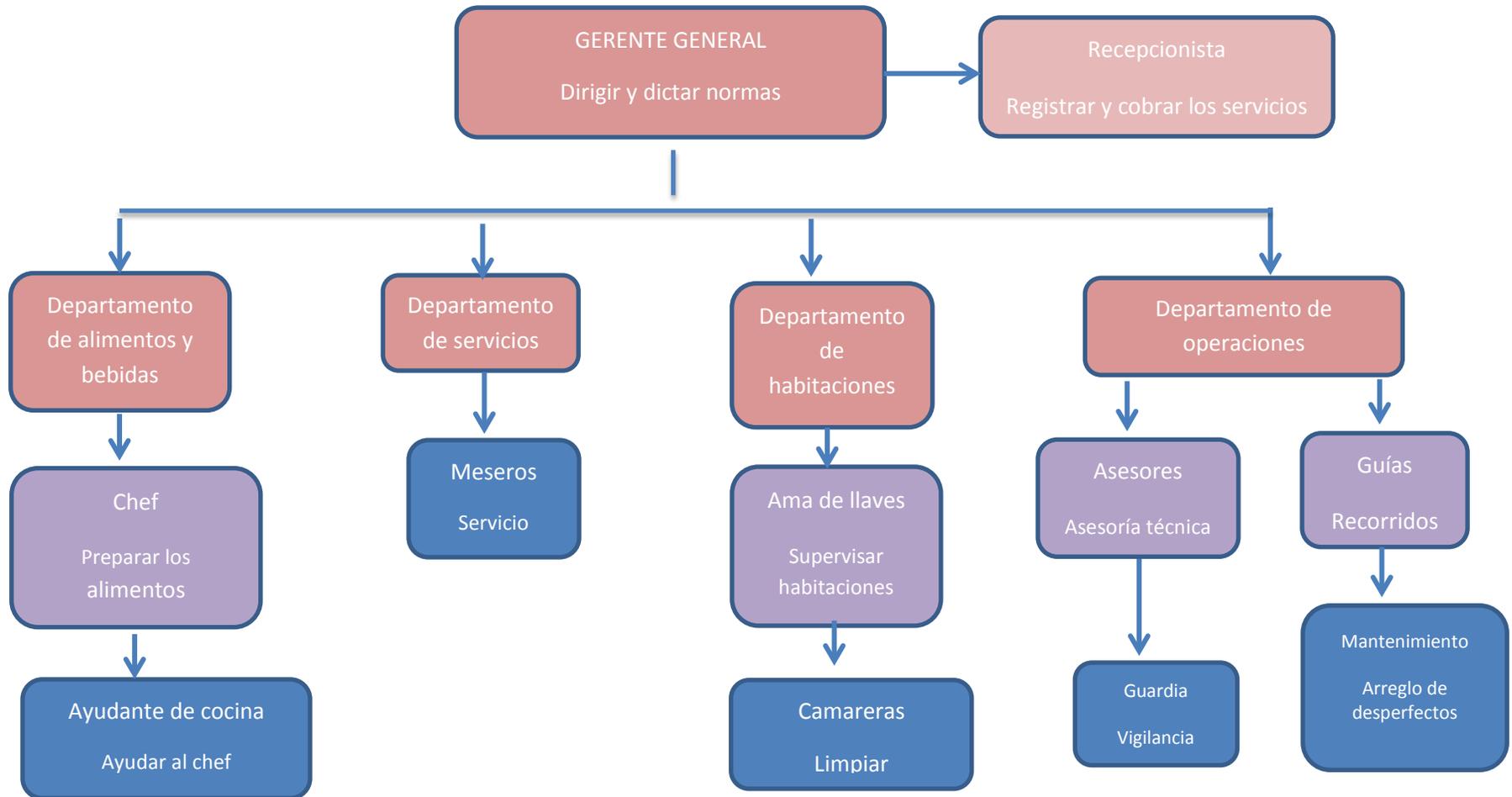
Fuente: Y. López 2014

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	
Cargo	N° de personas
Gerente General	1
Secretaria	1
Recepcionista	1
Asesores técnicos	2
Guía	1
Chef	1
Chofer	1
Ama de llaves	1
Camareras	1
Meseros	2
Ayudante de cocina	1
Guardia	1
Mantenimiento	1
TOTAL	15

4.1.2.7 Organigrama Funcional:

Cuadro N° 38: Organigrama funcional.

Fuente: Y. López 2014



4.1.2.8 Manual de funciones:

Área administrativa:

1.- Gerente General:

Perfil: Propietario de la Granja Agroturística.

- Dirigir, supervisar, coordinar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades en cumplimiento de las políticas adoptadas por la empresa.
- Constituir mandatos para representar a la entidad en negocios judiciales, extrajudiciales y ejercer las acciones a que haya lugar en defensa de los intereses institucionales.
- Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la Empresa.
- Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la Entidad.

2.- Secretaria:

Perfil: Título de secretaria Administrativa.

- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que exista correcta información y el desarrollo adecuado del trabajo asignado.
- Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida.
- Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común.

3.- Recepcionista:

Perfil: Título en Turismo- Bilingüe.

- Organizar y gestionar el servicio de recepción de la granja agroturística.
- Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación del servicio.
- Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfaga las expectativas de los clientes.
- Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes.

Asesoría financiera:

1.- Contador:

Perfil: Contador General.

- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.
- Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.
- Participar en reuniones de Gerencia General para el análisis de información.

Área de alimentos y bebidas:

1.- Chef:

Perfil: Chef

- Elaborar los presupuestos de gastos de la cocina.
- Elaborar las requisiciones para la oficina de compras o almacén según el caso.
- Capacitar al personal.
- Preparar los alimentos de acuerdo a la receta estándar previamente elaborada.

2.- Ayudante de Cocina:

Perfil: Bachiller.

- Cocinar platos sencillos de acuerdo al menú solicitado.
- Limpiar verduras, frutas, hortalizas, aves, carnes, pescados, etc. para su preparación.
- Lavar, secar, esterilizar y organizar en estantes los utensilios e implementos de cocina.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Área de servicios:

1.- Mesero:

Perfil: Bachiller.

- Actitud de servicio y buena presentación.

- Tomar las órdenes y verificar que sean servidas en el tiempo que se marque.
- Verificar que todo este cargado en la cuenta.
- Realizar el montaje de las mesas y los platos.

Área de habitaciones:

1.- Ama de llaves:

Perfil: Tecnología en Hotelería o afín:

- Realizar la limpieza y presentación de las habitaciones, áreas públicas y áreas de servicio del hotel.
- Controlar la ropa de las habitaciones, lencería, los uniformes y suministros necesarios para su operación.
- Supervisión, control y adiestramiento del personal bajo su cargo.
- Informar fallas, o desperfectos al departamento de mantenimiento.

2.- Camareras:

Perfil: Bachiller.

- Limpiar las habitaciones vacías y sucias de inmediato y reportarlas al departamento de Recepción.
- Revisar que el carrito de camarera tenga todos los implementos necesarios para realizar la limpieza.
- Verificar el abastecimiento continuo de amenities en las cabañas.
- Reportar a la Ama de llaves novedades de las cabañas como destrucción de las mismas.

Área de operaciones:

1.- Guía:

Perfil: Licenciatura en guianza- Bilingüe.

- Coordinar con la administración el tipo de servicio a ofrecer y la duración del mismo, para diseñar y organizar la visita turística.
- Elaborar la información necesaria de acuerdo al requerimiento del programa turístico, variando el circuito sólo en casos de seguridad o imposibilidad de acceso.

- Contar con información básica o detalles de los turistas que debe atender, para identificar características particulares (nacionalidad, edad, motivaciones, preferencias, limitaciones, etc.)
- Informar cualquier novedad o problema suscitado en el recorrido a la administración.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour: tickets y dinero para ingresos a los lugares de visita, itinerario o programa completo de los turistas.

2.- Asesores técnicos:

Perfil: Conocimiento agrícola y veterinario.

- Ayudar a solucionar problemas originados en la producción de los huertos orgánicos o crianza de animales.
- Despejar dudas o inquietudes de las personas que colaboran en la transmisión de técnicas ancestrales de cultivo.
- Capacitar a los demás miembros del personal.

3.- Guardia:

Perfil: Bachiller.

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
- Efectuar controles de ingreso sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.

4.- Mantenimiento:

Perfil: Bachiller- Conocimiento de mantenimiento general.

- Coordinar con ama de llaves y Gerente General las tareas a efectuarse en las habitaciones.
- Conocer el Plan Anual de mantenimiento.
- Solicitar la provisión de materiales con la autorización pertinente para realizar el debido mantenimiento.
- Otras tareas que se le encargue.

4.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL:

El desarrollo del Turismo sostenible en Ecuador está considerado como un eje dinamizador de la economía, el cual busca mejorar la calidad de vida de las personas según lo manifiesta el Plan de desarrollo turístico PLANDETUR, debido a esto la implementación de proyectos turísticos, en este caso el de una granja agroturística, no pueden estar ajenos al cumplimiento de ciertos parámetros legales.

La Constitución Política del Ecuador en su artículo 281 que corresponde a la soberanía alimentaria manifiesta que “Promoverá la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.” (www.asambleanacional.gov.ec/). Esta sección respalda el rescate y reutilización de las técnicas ancestrales de cultivo, las cuales fueron utilizadas durante siglos en la zona de Turupamba, pero que se utilizan limitadamente en la actualidad. El estado también fomenta el rescate de las tradiciones ancestrales mediante el artículo 379 de la Constitución que expresa:

Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1.- Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo... (www.asambleanacional.gov.ec/)

Al leer este artículo, la recuperación de dichas tradiciones es un aspecto favorable para un proyecto motivando a la población más joven a participar en este rescate cultural.

4.2.1 Permisos de funcionamiento:

El permiso de funcionamiento es un documento otorgado por la autoridad a los establecimientos sujetos a control que cumplen con los requisitos establecidos en los reglamentos correspondientes.

4.2.1.1 Constitución de la Compañía de Responsabilidad limitada:

Se contrae con un mínimo de tres y un máximo de 15, los socios responden por las obligaciones sociales por el monto de sus aportaciones individuales.

- Identificar el nombre de la empresa el mismo que debe ser aprobado por la Superintendencia de Compañías en base de un certificado emitido por el IEPI.
- Presentar al Superintendente de Compañías o a su delegado la solicitud de aprobación suscrita por un abogado con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.
- La Compañía de Responsabilidad Limitada se constituirá con tres socios como mínimo y 15 máximo. Si llegara a exceder este número máximo deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.
- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo (CAPTI).
- Inscripción en el registro mercantil donde se registrará la personería jurídica con su respectivo representante legal.

4.2.1.2 Obtención del RUC:

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) corresponde a un número de identificación de los ciudadanos frente a la Administración Tributaria.

- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la CI y certificado de votación del representante legal.
- Copia de un documento en el que se certifique la dirección de la compañía.

4.2.1.3 Registro en el Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de la escritura de la constitución de la Compañía.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia del título de propiedad del establecimiento.
- Lista de precios de los servicios ofertados. Original y copia.

4.2.1.4 Licencia Anual de Funcionamiento:

Se expedirá por el Municipio de la jurisdicción territorial donde se encuentre el centro de alojamiento.

- Copia del certificado de la afiliación a la Cámara de Turismo.

4.2.1.5 Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Licencia anual de Funcionamiento.
- Certificados de capacitación en manipulación de alimentos (Restaurant)
- Copia del RUC
- Copia del carné ocupacional emitidos por los centros de salud.
- Copia de cédula y certificado de votación del propietario.

4.3 PUBLICIDAD

Las herramientas publicitarias nos ayudan a transmitir un mensaje y dar a conocer un producto o servicio y sus beneficios para las personas. Para dar a conocer la Granja agroturística a nivel nacional e internacional se utilizarán diferentes estrategias de publicidad como:

- Creación de una página web oficial de la granja agroturística que informe sobre ubicación, servicios, actividades dentro y fuera de la granja y precios.
- Folletos y *flyers* que contengan la información de manera concreta sobre la granja, contacto y precios.
- Viajes de familiarización hacia la granja agroturística, para que los profesionales del periodismo experimenten de primera mano las actividades que se realizarán a cambio de publicidad en revistas y canales de televisión.
- Publicidad impresa en revistas especializadas en turismo a nivel nacional e internacional.

4.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES ORGANIZACIONALES

- Misión: es el propósito general o razón de ser de la empresa

“Brindar servicios turísticos de calidad en la zona de *Turupamba*.”

- Visión: camino por el cual se dirigirá la empresa en el largo plazo y orientará las decisiones estratégicas de la misma

“Ser una empresa reconocida y distinguida en el ámbito turístico a nivel nacional e internacional a través de la prestación de servicios innovadores y de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.”

- Valores institucionales
 - Respeto a las tradiciones y saberes ancestrales de la comunidad cercana
 - Honestidad tanto para los miembros de la empresa entre sí como con los turistas
 - Puntualidad en el cumplimiento de las funciones
 - Originalidad en las actividades que se ofertan
 - Seguridad
 - Trabajo en equipo para lograr objetivos en común

4.5 FIJACIÓN DE PRECIO

El precio es la cantidad de riqueza necesaria para compensar los gastos de un producto o servicio en su formación, y retribuir al productor el beneficio que le corresponde. Para fijar el precio de la Granja primero se tomará en cuenta servicios que se ofrecen y se hará un análisis comparativo la competencia para entender cómo se mueve el mercado; considerando costos directos e indirectos de producción.

Cuadro N° 39: Fijación de precio.

Fuente: Y. López 2014

FIJACION DE PRECIO	
Alojamiento	45
Alimentación	8.93
Actividades dentro del establecimiento	20
Precio Neto	73.93
Porcentaje de utilidad 15%	11.0895
PVP	85.01

El precio incluye alojamiento, desayuno, almuerzo, merienda, actividades dentro de la granja agroturística y materiales para actividades.

No incluye bebidas alcohólicas, actividades fuera de la granja, comidas adicionales.

Cuadro N° 40: Tours adicionales precio.

Fuente: Y. López 2014

Actividad	Precio
Tour naturaleza	30.00
Tour extremo	30.00
Tour cultural	30.00

El tour incluye traslado desde la granja hasta el lugar de visita ida y vuelta, entrada, equipo de deportes extremo, guía y refrigerio.

4.6 EVALUACIÓN SOCIO ECONÓMICA

Para la evaluación socio-económica del proyecto se utilizó la ficha de análisis y mejoramiento de los sistemas de producción en comunidades.

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA ANÁLISIS Y MEJORAMIENTO EN AREAS RURALES			
1.- UBICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ZONA:			
1.1- Parroquia	Caranqui	1.3.-Provincia	Imbabura
1.2.-Cantón	Ibarra		
1.4.-Número de habitantes	500		
1.5.- ¿Qué producen las comunas vecinas?			
Las comunidades vecinas se dedican al cultivo de maíz, producción de artesanías en madera.			
1.6.- ¿Qué instituciones trabajan con la comunidad?			
Actualmente en la comunidad no trabaja ninguna institución no gubernamental Se trabaja con el municipio en obras civiles			
1.7. - ¿Cuántas personas viven en la comuna?			
En la zona de <i>Turupamba</i> viven alrededor de 500 personas.			
1.8.- ¿Cuántos salen de la comunidad hacia la ciudad por situación laboral?			
La población joven sale hacia la ciudad para buscar trabajos manuales. La población adulta se divide entre el trabajo en la ciudad y el trabajo en el campo.			
1.9.- ¿Cuánto tiempo se quedan en la ciudad por trabajo?			
La duración de su estadía en la ciudad es de alrededor de ocho horas laborables, existiendo una variación de acuerdo a sus distintas jornadas.			
2.- SITUACION PRODUCTIVA			
2.1.-Usan animales para cultivar			
Se utiliza ganado para proceso de arado de la tierra.			
2.2.- ¿Quién trabaja el cultivo?			
Principalmente es trabajado por la población de adultos mayores, además de las mujeres cuidan de los campos cultivables y animales tanto de corral como ganado.			
2.3.-Forma de riego			
Bombas de agua por goteo Riego natural por presencia de lluvias Pozos de agua cerca de viviendas o terrenos.			
2.4.- ¿Dónde y cómo venden sus productos?			
Los productos son principalmente consumidos dentro de la misma familia. Se comercializan productos dentro de la comunidad y a pequeña escala en la ciudad de Ibarra por venta directa.			
2.5.-Pastorean:			
	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
Forma de pastoreo			
Ovino	X		
Bobino	X		
Caballos			
Res	X		
2.6.- ¿Quién cuida los animales?			
Son cuidados por las mujeres y adultos mayores familiares como padres o abuelos.			

Los niños durante época de vacaciones escolares ayudan al cuidado de los animales.	
3.- ASPECTOS SOCIALES:	
3.1.-Existe una organización dentro de la comuna	
<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> X
<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/>
¿Cuál?	
3.2.-Presencia de anteriores proyectos (experiencias pasadas y presentes)	
No existe la presencia anterior de proyectos similares.	
3.3.-Disposicion para colaborar	
Están dispuestos a colaborar en un proyecto que les permita trabajar cerca de su lugar de residencia y utilizar sus conocimientos para generar ingresos económicos que les permitan mejorar su calidad de vida.	

Fuente: Proceso de análisis y mejoramiento de sistemas de producción agropecuario forestales en comunidades indígenas de páramo. PROFOGAN. Ministerio de Agricultura y Ganadería. Quito-Ecuador. Ficha modificada por Y. López 2014.

Análisis:

La matriz anterior se aplicó a familias de la zona de *Turupamba* e indica que la mayoría de la población que se encuentra en edad laboral sale de su comunidad hacia la ciudad para buscar fuentes de empleo, y la población de adultos mayores, mujeres y niños son quienes permanecen al cuidado de los cultivos y animales.

La principal actividad es la agricultura acompañada de ganadería de ovinos, bovinos y ganado. La disposición para apoyar un proyecto turístico es alta y aunque no han tenido experiencias anteriores la población está dispuesta a colaborar con sus conocimientos ancestrales para transmitirlos a los turistas; además consideran la generación de empleos indirectos como una alternativa más para apoyar la implantación de un proyecto en la zona.

4.7 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

“De acuerdo al Análisis Ambiental del País, el sector agrícola es uno de los más desprovistos en términos de inversión, recuperación del suelo y mejora de la calidad productiva.” (www.senplades.gob.ec/). Este análisis nos indica que este sector debe ser

desarrollado de manera adecuada, en especial si se lo pretende utilizar como herramienta para la generación de proyectos turísticos; por lo tanto el estudio de factibilidad propuesto para ser realizado en *Turupamba*, en primera instancia pretende recuperar la producción de alimentos locales mediante técnicas de cultivo ancestral, estos alimentos serán usados para el abastecimiento de los grupos de turistas que visiten la granja agroturística.

4.7.1 Ficha de Evaluación de Impactos Ambientales:

A continuación se utiliza la Matriz de Leopold para la evaluación de impactos ambientales, debido a que es un método cuantitativo y se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural.

Las columnas representan actividades que se realizarán durante un proyecto mientras que las filas representan factores ambientales a ser considerados, estas interacciones arrojarán valores que posteriormente serán evaluados para determinar el grado de impacto ambiental.

			Modificación					Transf orm.		Alterac ión	Rec. Renovab les	Cam bio	EVALUACIONES					
			A. Introducción de la flora o fauna exótica	C. Modificación del hábitat	D. Alteración de la cubierta terrestre	E. Riego	F. Pavimentaciones o reacondicionamientos	G. Estructuras de recreo	H. Desmontes y rellenos	I. Túneles y excavaciones subterráneas	J. Control de la erosión, cultivos en terraza	K. Adecuaciones sobre el paisaje	L. Utilización de abonos	M. Reciclado de residuos	N. Automóviles	O. Camiones		
ACCIONES PROPUESTAS																		
A.- FÍSICO	Tierra	A. Materiales de construcción		X	X		X	X			X					X		7
		B. Suelos			X	X	X		X		X							5
	Agua	A. Continental				X							X					2
		B. Subterránea				X												1
B. CONDICIONES BIOLÓGICAS	Procesos	A. Erosión		X	X						X	X						4
		A. Árboles		X	X	X					X	X						5
	Flora	B. Arbustos			X			X				X						3
		C. Hiervas									X							1
		D. Cosechas		X		X			X		X	X	X	X				7
		A. Pájaros (Aves)		X														1
	Fauna	B. Animales terrestres incluso reptiles		X														1
		C. Insectos		X														1
		A. Espacios abiertos			X		X	X										3
	C. FACTORES CULTURALES	Usos territorio	B. Pastos					X			X		X	X				4
			C. Residencial															0
			D. Comercial															0
A. Camping				X	X		X	X			X		X					6
Recreativo		B. Excursión			X													1
		C. Zonas de recreo		X	X		X	X			X		X					6
		A. Vistas panorámicas y paisajes					X	X					X					3
Estético		B. Naturaleza					X	X			X		X					4
		C. Espacios abiertos					X	X										2
		D. Paisajes					X	X										2
		Cultural	A. Estados de vida															
B. Salud y seguridad																		0
C. Empleo				X														1
Servicios		A. Estructuras					X											1
		B. Red de transportes													X	X		2
	C. Red de servicios																0	
	D. Vertederos de residuos																0	
EVALUACIONES			0	10	9	5	10	10	3	0	6	8	3	6	1	2		

4.7.2 Resultado de los impactos:

RANGO	CALIFICACIÓN
200 +	Crítico
100-199	Severo
50-99	Moderado
Menor 49	Compatible

Fase	Modificación régimen	34
	Transformación suelo y construcción	13
	Alteración suelo	14
	Recursos renovables	9
	Cambio de tráfico	3
	TOTAL	73

Fase	Físico	19
	Biológico	19
	Cultural	35
	TOTAL	73

Análisis:

En los resultados obtenidos en el cuadro anterior, se observa que el impacto de la implementación del proyecto está en un rango de 73 ubicándolo en una calificación moderada, aunque se van a realizar actividades que modificarán el ambiente podrán ser controladas de manera efectiva. No existen especies endémicas ni en peligro de extinción dentro de la zona por lo tanto no se perjudicaría de manera importante la flora y fauna del lugar. El aumento en el tráfico de la zona durante los procesos de construcción y posterior operación de la granja sería moderado.

4.7.3. Medidas de Mitigación:

Estas medidas conforman un conjunto de acciones de prevención, control o restauración de los impactos ambientales negativos que acompañan el desarrollo de todo proyecto. Con estas medidas se asegura el uso adecuado de los recursos naturales y su protección.

- Evitar la introducción de especies de flora y fauna dentro del proyecto
- Evitar el uso excesivo de materiales que perjudiquen la armonía visual dentro de la granja agroturística
- Implementar políticas dentro de la granja agroturística que permitan reducir el consumo de agua potable y energía eléctrica
- Elaborar planes de contingencia para responder de manera adecuada a las emergencias que se puedan presentar en las fases de construcción u operación del proyecto
- Separar la basura diferenciando entre inorgánica y orgánica, la cual será reutilizada como abono dentro del proyecto una vez que ha sido procesada
- Utilización de materiales ecológicos como paja y tierra para la construcción de las cabañas
- Usar letreros de señalización hechos de materiales reciclados como troncos caídos o madera ya utilizada, los cuales sean amigables con el ambiente para lograr armonía visual

4.8 ESTUDIO FINANCIERO:

Identifica, ordena y sistematiza la información económica para elaborar cuadros de análisis y datos adicionales para evaluar la factibilidad del proyecto y posteriormente determinar su rentabilidad.

4.8.1 Detalle de construcción:

Cabañas:

Cuadro N° 41: Detalle construcción cabañas, oficinas y recepción.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 cabaña doble	44	75	3300.00
3 cabañas triples	112	75	8400.00
3 cabañas cuádruples	136	75	10200.00
TOTAL	292		21900.00

Talleres:

Cuadro N° 42: Detalle construcción talleres.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 taller pintura y escultura	35	50	1750.00
1 taller tejido y bordado	10	50	500.00
1 taller de arrope de mora	20	50	1000.00
TOTAL	65		3250.00

Vivienda de guardia:

Cuadro N° 43: Detalle construcción vivienda y garita.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 casa de guardia	42	150	10500
TOTAL	42		10500

Bodegas:

Cuadro N° 44: Detalle construcción bodegas.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
2 bodegas	40	40	1600
TOTAL	40		1600

Restaurante, cocina y lavandería:

Cuadro N° 45: Detalle construcción restaurante, cocina y lavandería.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 cocina	65	150	9750.00
1 restaurante	70	100	7000.00
1 patio	5	40	200.00
TOTAL	140		16950.00

Invernadero:

Cuadro N° 46: Detalle construcción invernadero.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 invernadero	100	10	1.000
TOTAL			1.000

Otras construcciones:

Cuadro N° 47: Detalle construcción plantel lombrícola.

Fuente: Y. López 2014

Detalle de construcción	Área total m2	Costo m2	Costo total
1 plantel lombrícola:	80	10	800
TOTAL			800

4.8.2 Gastos Mensuales:

Cuadro N° 48: Gastos mensuales.

Fuente: Y. López 2014

Descripción	N°	Parcial	Parcial total	TOTAL
Servicios básicos	—	—	—	650
Sueldos	—	—	—	5720
Servicios Profesionales	1	700	700	—
Secretaria	1	360	360	—
Recepcionista	1	360	360	—
Asesores técnicos	2	500	1000	—
Guía	1	420	420	—
Chef	1	420	420	—
Chofer	1	380	380	—
Ama de llaves	1	380	380	—
Camareras	1	340	340	—
Meseros	1	340	340	—
Ayudante de cocina	1	340	340	—
Guardia	1	340	340	—
Mantenimiento	1	340	340	—
Suministros de oficina				140.24
Amenities				560
TOTAL				7070.24
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES				21210.72

4.8.3 Inversión Total:

Cuadro N° 49: Inversión total.

Fuente: Y. López 2014

Descripción	Parcial	Total
1.-Capital de trabajo		21,210.72
Efectivo/ caja	21,210.72	
2.- Activo fijo		205730.45
Muebles y enseres	17356.20	
Maquinaria y equipo de trabajo	36101.30	
Utensilios de cocina	1835.14	
Vajilla, cubertería y cubertería	2224.26	
Lencería	4338.55	
Equipos de computación	5100.00	
Construcciones	88775.00	
Terrenos	50000.00	
TOTAL INVERSIÓN		226941.17

4.8.4 Rol de pagos:

Cuadro N° 50: Rol de pagos.

Fuente: Y. López 2014

N°	Cargo	Ingreso mensual individual	Ingreso Mensual Total	Aporte al less	Neto a recibir	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos Reserva	Total Mensual	Total Anual
1	Secretaria	360	360	33.66	326.34	27.20	28.33	36.39	13.60	27.20	459.05	5508.57
1	Recepcionista	360	360	33.66	326.34	27.20	28.33	36.39	13.60	27.20	459.05	5508.57
2	Asesores técnicos	500	1000	93.50	906.50	75.54	28.33	101.07	37.77	75.54	1224.76	14697.15
1	Guía	420	420	39.27	380.73	31.73	28.33	42.45	15.86	31.73	530.83	6370.00
1	Chef	420	420	39.27	380.73	31.73	28.33	42.45	15.86	31.73	530.83	6370.00
1	Chofer	380	380	35.53	344.47	28.71	28.33	38.41	14.35	28.71	482.97	5795.68
1	Ama de llaves	380	380	35.53	344.47	28.71	28.33	38.41	14.35	28.71	482.98	5795.72
1	Camareras	340	340	31.79	308.21	25.68	28.33	34.37	12.84	25.68	435.12	5221.43
2	Meseros	340	680	63.58	616.42	51.37	28.33	68.73	25.68	51.37	841.90	10102.86
1	Ayudante de cocina	340	340	31.79	308.21	25.68	28.33	34.37	12.84	25.68	435.12	5221.43
1	Guardia	340	340	31.79	308.21	25.68	28.33	34.37	12.84	25.68	435.12	5221.43
1	Mantenimiento	340	340	31.79	308.21	25.68	28.33	34.37	12.84	25.68	435.12	5221.43
TOTAL		4520	5360	501.16	4858.84	404.90	340.00	541.76	202.45	404.90	6752.86	81034.27

4.8.5 Servicios Básicos:

Cuadro N° 51: Servicios básicos.

Fuente: Y. López 2014

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Agua potable	200.00	2400.00
Luz eléctrica	150.00	1800.00
Teléfono	80.00	960.00
Internet	60.00	720.00
TOTAL	490.00	5880.00

4.8.6 Suministros de oficina:

Cuadro N° 52: Suministros de oficina.

Fuente: Y. López 2014

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hojas A4	200	0,15	30
Esferos	25	0,4	10
Lápices	40	0,25	10
Frascos de tinta	6	6,64	39,84
Carpetas	25	0,7	17,5
Caja de grapas	2	1,25	2,5
Grapadora	8	3,8	30,4
Total mensual			140,24
Total anual			1682,88

4.8.7 Producción de servicios:

Tabla N° 53: Producción de servicios.

Fuente: Y. López 2014

Inflación 2014: 4, 10% Fuente: Superintendencia de Bancos y seguros

Materiales de trabajo talleres:

Artículo	Costo Trimestral	Costo Anual	Costo total Año 1	Costo Total Año2	Costo total Año 3	Costo total Año 4	Costo total Año 5
Materiales de trabajo talleres	750.00	3000.00	3000.00	3123.00	3251.04	3384.34	3523.09
Materiales trabajo granja	750.00	3000.00	3000.00	3123.00	3251.04	3384.34	3523.09
Tours	250.00	1000.00	1000.00	1041.00	1083.68	1128.11	1174.36
TOTAL	1750.00	7000.00	7000.00	7287.00	7585.77	7896.78	8220.55

Alientos y bebidas

Artículo	CANTIDAD	Costo Trimestral	Costo Anual	Costo total Año 1	Costo total Año2	Costo total Año 3	Costo total Año 4	Costo total Año 5
Pollo	4290 gr	220.00	880.00	880.00	916.08	953.64	992.74	1033.44
Carne	1650 gr	150.00	600.00	600.00	624.60	650.21	676.87	704.62
Pescado	1320 gr	140.00	560.00	560.00	582.96	606.86	631.74	657.64
Papas	15950 gr	250.00	1000.00	1000.00	1041.00	1083.68	1128.11	1174.36
Verduras	3850 gr	220.00	880.00	880.00	916.08	953.64	992.74	1033.44
Arroz	2475 gr	180.00	720.00	720.00	749.52	780.25	812.24	845.54
Yuca	5775 gr	140.00	560.00	560.00	582.96	606.86	631.74	657.64
Hortalizas	1000 gr	250.00	1000.00	1000.00	1041.00	1083.68	1128.11	1174.36
Leche	385 onz	120.00	480.00	480.00	499.68	520.17	541.49	563.69
Frutas	3190 gr	130.00	520.00	520.00	541.32	563.51	586.62	610.67
TOTAL		1800.00	7200.00	7200.00	7495.20	7802.50	8122.41	8455.42
Otros 5%		90.00	360.00	360.00	374.76	390.13	406.12	422.77
TOTAL		1890.00	7560.00	7560.00	7869.96	8192.63	8528.53	8878.20

TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	14560.00	15156.96	15778.40	16425.31	17098.75

4.8.8 Costos totales:

Tabla N° 54: Costos totales.

Fuente: Y. López 2014

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
1.- Costo de producción	18998.75	19606.71	20234.12	20881.62	21549.83	101271.03
Costos de producción del servicio	14560.00	15156.96	15778.40	16425.31	17098.75	33272.59
Gasto depreciación construcciones	4438.75	4438.75	4438.75	4438.75	4438.75	4438.75
2.- Costos de administración	176860.17	143156.93	151748.97	162352.70	175744.55	809863.32
Sueldos y salarios personal	81034.27	114258.32	117914.58	121687.85	125581.86	560476.88
Servicios Profesionales	7800.00	10998.00	15507.18	21865.12	30829.82	43470.05
Servicios básicos	5880.00	8290.80	8556.11	8829.90	9112.46	40669.26
Asesoría Contable	200.00	208.20	293.56	413.92	583.63	1699.32
Suministros de oficina	1682.88	2372.86	2448.79	2527.15	2608.02	11639.71
Gasto depreciación muebles y enseres	1735.62	1735.62	1735.62	1735.62	1735.62	8678.10
Gasto depreciación maquinaria y equipo	3610.13	3610.13	3610.13	3610.13	3610.13	18050.65
Gasto depreciación equipo de computación	1683.00	1683.00	1683.00	1683.00	1683.00	8415.00
3.- Costo de venta	1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67	7055.30
Publicidad	1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67	7055.30
4.- Costo financiero	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49	30174.54
Intereses bancarios	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49	30174.54
TOTAL	204794.24	170952.05	179426.79	189935.56	203255.54	948364.19

4.8.9 Costos fijos y variables:

Tabla N° 55: Costos fijos y variables.

Fuente: Y. López 2014

	Años					
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
COSTOS FIJOS						
Sueldos y salarios	81034.27	114258.32	117914.58	121687.85	125581.86	560476.88
Depreciación activos fijos	11467.50	11467.50	11467.50	11467.50	11467.50	57337.50
Intereses bancarios	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49	30174.54
Servicios Profesionales	7800.00	10998.00	15507.18	21865.12	30829.82	87000.13
Servicios básicos	5880.00	8290.80	8556.11	8829.90	9112.46	40669.26
Total costos fijos	113817.09	151849.73	159480.28	169085.07	181426.13	775658.31
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
COSTOS VARIABLES						
Suministros de oficina	1682.88	2372.86	2448.79	2527.15	2608.02	11639.71
Publicidad	1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67	7055.30
Asesoría contable	200.00	208.20	293.56	413.92	583.63	1699.32
Costo de producción	18998.75	19606.71	20234.12	20881.62	21549.83	101271.03
Total costos variables	22181.63	23541.07	24385.26	25289.24	26268.16	121665.36
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	135998.72	175390.80	183865.54	194374.31	207694.29	897323.67

4.8.10 Fuentes de financiamiento:

Tabla N° 56: Fuentes de financiamiento.

Fuente: Y. López 2014

Inversión	Usos de fondo	Recursos propios	Entidad financiera	Proveedor
Activos fijos				
Terrenos	50000.00	—	50000.00	—
Construcciones	88775.00	66581.25	22193.75	—
Equipos de computación	5100.00	5100.00	—	—
Muebles y enseres	17356.20	17356.20	—	—
Maquinaria y equipos de trabajo	36101.30	36101.30	—	—
Utensilios de cocina	1835.14	1835.14	—	—
Vajilla, cubertería y cristalería	2224.26	2224.26	—	—
Lencería	4338.55	4338.55	—	—
Materiales de trabajo	7000.00	7000.00	—	—
Total activos fijos	212730.45	140536.70	72193.75	—
Inversión cargos diferidos				
Publicidad	1000.00	1000.00	—	—
Pautas publicitarias	2040.00	2040.00	—	—
Gastos de publicidad inicial	350.00	350.00	—	—
Patentes y similares	1555.68	1555.68	—	—
Gasto representación legal	976.00	976.00	—	—
Total cargos diferidos	5921.68	5921.68	—	—
Total inversiones fijas	218652.13	146458.38	72193.75	—
Efectivo	7,070.24	7,070.24	—	—
Total capital de trabajo 3 meses	21210.72	21210.72	—	—
TOTAL INVERSIÓN	239862.85	167669.10	72,193.75	—

4.8.11 Tabla de amortización del préstamo:

Tabla N° 57: Tabla de amortización.

Fuente: Y. López 2014

BANCO DE GUAYAQUIL				
Monto del Préstamo	78375.00		Interés anual	10.21
Plazo	10 años	120	Interés mensual	0.0085
Años	Pago	Interés	Capital	Saldo
Años Cero	0.00	0.00	0.00	78375.00
Año 2015	15472.83	7635.33	7837.50	70537.50
Año 2016	14672.62	6835.12	7837.50	62700.00
Año 2017	13872.41	6034.91	7837.50	54862.50
Año 2018	13072.20	5234.70	7837.50	47025.00
Año 2019	12271.99	4434.49	7837.50	39187.50
Año 2020	11471.78	3634.28	7837.50	31350.00
Año 2021	10671.57	2834.07	7837.50	23512.50
Año 2022	9871.36	2033.86	7837.50	15675.00
Año 2023	9071.16	1233.66	7837.50	7837.50
Año 2024	8270.95	433.45	7837.50	0.00
TOTALES	118718.86	40343.86	78375.00	

4.8.12 Depreciaciones:

Tabla N° 58: Depreciaciones.

Fuente: Y. López 2014

Descripción	Vida útil	% Depreciación	Inversión	Costo mensual	Costo anual
Construcciones	20	5%	88775.00	369.90	4438.75
Muebles y enseres	10	10%	17356.20	144.64	1735.62
Maquinaria y equipo de trabajo	10	10%	36101.30	300.84	3610.13
Equipo de computo	3	33%	5100.00	140.25	1683.00
TOTAL			147332.50	955.63	11467.50

4.8.13: Ingresos proyectados: Ingresos paquete Granja:

Tabla N° 59: Ingresos proyectados

Fuente: Y. López 2014

Meses	Demandantes	% Incremento	Incremento	Proyección	PVP Inicial
Año 1					85.01
Enero-Diciembre	1056.00	0.05	0.53	1056.528	89815.45
Año 2				PRECIO	89.26
Enero-Diciembre	1267.00	0.05	0.63	1267.634	113149.60
Año 3				PRECIO	93.72
Enero-Diciembre	1478.00	0.05	0.74	1478.739	138592.63
Año 4				PRECIO	98.41
Enero-Diciembre	1690.00	0.05	0.85	1690.845	166395.55
Año 5				PRECIO	103.33
Enero-Diciembre	1901.00	0.05	0.95	1901.951	196528.90
Año 6				PRECIO	108.50
Enero-Diciembre	2212.00	0.05	1.11	2446.472	265434.13

Tabla N° 60: Ingresos proyectados tours adicionales.

Fuente: Y. López 2014

Meses	Demandantes	% Incremento	Incremento	Proyección	PVP Inicial
Año 1					30.00
Enero-Diciembre	1056.00	0.05	0.53	1056.528	31695.84
Año 2				PRECIO	31.50
Enero-Diciembre	1267.00	0.05	0.63	1267.634	39930.46
Año 3				PRECIO	33.08
Enero-Diciembre	1478.00	0.05	0.74	1478.739	48909.29
Año 4				PRECIO	34.73
Enero-Diciembre	1690.00	0.05	0.85	1690.845	58720.93
Año 5				PRECIO	36.47
Enero-Diciembre	1901.00	0.05	0.95	1901.951	69354.98
Año 6				PRECIO	38.29
Enero-Diciembre	2212.00	0.05	1.11	2446.472	93671.61

Total de ingresos proyectados:

Tabla N° 61: Total ingresos proyectados

Fuente: Y. López 2014

TOTAL DE INGRESOS GENERALES					
	1	2	3	4	5
Paquete Granja	89815.45	113149.60	138592.63	166395.55	196528.90
Tours adicionales	31695.84	39930.46	48909.29	58720.93	69354.98
Suman	121511.29	153080.06	187501.92	225116.48	265883.88

4.8.14 Estado de resultados:

Tabla N° 62: Estado de resultados.

Fuente: Y. López 2014

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos venta servicios	121511.29	153080.06	187501.92	234367.81	265883.88
(-) Costo de Producción	18998.75	19606.71	20234.12	20881.62	21549.83
(-)Costo de ventas	1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67
(=)Utilidad bruta de operación	101212.54	132120.05	165859.01	212019.65	242807.38
(-)Costo Administrativo	176860.17	143156.93	151748.97	162352.70	175744.55
(=)Utilidad neta de operación	-75647.63	-11036.88	14110.04	49666.95	67062.83
(-)Costo Financiero	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49
(-) Gasto constitución	5921.68				
(=)Utilidad antes rep. util e imp.	-89204.64	-17872.00	8075.13	44432.25	62628.34
(-) Repartición Utilidades 15% trabajadores	-13380.70	-2680.80	1211.27	6664.84	9394.25
(=)Utilidades antes de impuestos	-75823.94	-15191.20	6863.86	37767.41	53234.09
(-)Impuesto a la Renta 22%	-16681.27	-3342.06	1510.05	8308.83	11711.50
(=)Utilidad o pérdida del ejercicio	-59142.67	-11849.14	5353.81	29458.58	41522.59

4.8.15 Flujo de caja:

Tabla N° 63: Flujo de caja.

Fuente: Y. López 2014

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos de venta servicios		121511.29	153080.06	187501.92	234367.81	265883.88
(-)Costo de producción		18998.75	19606.71	20234.12	20881.62	21549.83
(-)Costo de ventas		1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67
(-)Costo financiero		7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49
(=)Utilidad antes utilidades e imp.		93577.21	125284.93	159824.11	206784.95	238372.89
(-)Repartición de utilidades 15%		14036.58	18792.74	23973.62	31017.74	35755.93
(=)Utilidades antes de impuestos		79540.63	106492.19	135850.49	175767.21	202616.96
(-)Impuesto 22%		17498.94	23428.28	29887.11	38668.79	44575.73
(=)Utilidad o pérdida neta del ejercicio		62041.69	83063.91	105963.38	137098.42	158041.23
(+)Depreciaciones		11467.50	11467.50	11467.50	11467.50	11467.50
(-)Inversiones equipos de computo	5100.00					
(-)Utensilios de cocina	1835.14					
(-)Vajilla cubertería y cristalería	2224.26					
(-) Lencería	4338.55					
(-)Materiales de trabajo	7000.00					
(-)Inversión muebles y enseres	17356.20					
(-)Inversión construcciones	88775.00					
(-)Inversión maquinaria y equipos	36101.30					
(-)Inversión Capital de trabajo	21,210.72					
(-) Cuotas amortización préstamo		15472.83	14672.62	13872.41	13072.20	12271.99
FLUJO DE CAJA NETO	-183941.17	58036.37	79858.79	103558.47	135493.72	157236.74

Cuentas por pagar	27934.08	27795.13	27677.82	27582.86	27510.99
--------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

4.8.16 Balance General:

Tabla N° 64: Balance General.

Fuente: Y. López 2014

Activo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente	-183941.17	73509.19	94531.41	117430.88	148565.92	169508.73
Caja	-183941.17	58036.37	79858.79	103558.47	135493.72	157236.74
Bancos		15472.83	14672.62	13872.41	13072.20	12271.99
Fijo existente más ampliaciones	209519.58	199402.08	184321.58	169252.85	154196.36	139152.63
Terrenos	50000.00	50000.00	50000.00	50000.00	50000.00	50000.00
Construcciones	88775.00	88775.00	88775.00	88775.00	88775.00	88775.00
(-)Depreciación acumulada 5% anual		4438.75	8877.50	13316.25	17755.00	22193.75
Muebles y enseres	17356.20	17356.20	17356.20	17356.20	17356.20	17356.20
(-)Depreciación acumulada 10% anual		1735.62	3471.24	5206.86	6942.48	8678.10
Maquinaria y equipos	36101.30	36101.30	36101.30	36101.30	36101.30	36101.30
(-)Depreciación acumulada 10% anual		3610.13	7220.26	10830.39	14440.52	18050.65
Equipos de computo	5100.00	5100.00	5100.00	5100.00	5100.00	5100.00
(-) Depreciación acumulada 33% anual		1683.00	3366.00	5049.00	6732.00	8415.00
Materiales de trabajo	1750.00	7000.00	7287.00	7585.77	7896.78	8220.55
Utensilios de cocina	1835.14	1835.14	1835.14	1835.14	1835.14	1835.14
Vajilla, cubertería y lencería	2224.26	2224.26	2224.26	2224.26	2224.26	2224.26
Diferidos	6377.68	6377.68	6377.68	6377.68	6377.68	6377.68
(-)Amortización acumulada		3900	7800	11700	15600	19500
TOTAL ACTIVO	-393460.75	-125892.89	-89790.17	-51821.96	-5630.44	30356.09
Pasivo	15472.83	74142.21	83888.56	94610.74	109541.38	119314.44
Corriente		59469.59	70016.15	81538.54	97269.39	107842.66
Cuentas por pagar		27934.08	27795.13	27677.82	27582.86	27510.99
Pago utilidades 15% trabajadores		14036.58	18792.74	23973.62	31017.74	35755.93
Impuesto a la Renta		17498.94	23428.28	29887.11	38668.79	44575.73
No corriente	15472.83	14672.62	13872.41	13072.20	12271.99	11471.78
Largo plazo préstamo bancario	15472.83	14672.62	13872.41	13072.20	12271.99	11471.78
Patrimonio	21,210.72	83,252.41	104,274.63	127174.103	158309.141	179251.945
Capital	21,210.72	21,210.72	21,210.72	21,210.72	21,210.72	21,210.72
Utilidad o pérdida del ejercicio		62,041.69	83,063.91	105,963.38	137,098.42	158,041.23
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	36683.55	157394.62	188163.18	221784.84	267850.52	298566.38

4.8.17 Presupuesto ventas

Tabla N° 65: Presupuesto ventas

Fuente: Y. López 2014

**GRANJA AGROTURÍSTICA TURUPAMBA
PRESUPUESTO VENTAS PERIODO 2015-2019**

AÑOS	CRECIMIENTO		PRESUPUESTO DE VENTAS
	PORCENTAJE	VALORES	
2014 (AÑO BASE)	0%	0.00	121511.29
2015	5%	6075.564264	127586.85
2016	5%	6379.342477	133966.19
2017	5%	6698.309601	140664.50
2018	5%	7033.225081	147697.73
2019	5%	7384.886335	155082.61

0.78

4.8.18 Presupuesto Gastos

Tabla N° 66: Presupuesto Gastos.

Fuente: Y. López 2014

GRANJA AGROTURÍSTICA TURUPAMBA PRESUPUESTO DE GASTOS					
TOTAL GASTOS	204794.24	170952.05	179426.79	189935.56	203255.54
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS OPERACIONALES	197158.92	164116.94	173391.88	184700.86	198821.05
Gastos Administrativos	176860.17	143156.93	151748.97	162352.70	175744.55
Gastos de venta	1300.00	1353.30	1408.79	1466.55	1526.67
gasto de producción	18998.75	19606.71	20234.12	20881.62	21549.83
GASTOS NO OPERACIONALES	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49
Gastos financieros	7635.33	6835.12	6034.91	5234.70	4434.49

4.8.19 Valor actual neto (VAN):

Permite valorar las inversiones en activos fijos y se lo utiliza para determinar si un proyecto de inversión aumentará o disminuirá su valor a futuro.

Fórmula:

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FFP_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Tabla N° 67: Valor Actual Neto.

Fuente: Y. López 2014

GRANJA AGROTURÍSTICA TURUPAMBA			
<u>VALOR ACTUAL NETO</u>			
Año	Flujo de Caja US\$	Tasa %	Valor Actual US\$
Año 0	\$ (183,941.17)	-	\$ (183,941.17)
Año 1	\$ 58,036.37	10.50%	\$ 52,521.60
Año 2	\$ 79,858.79	10.50%	\$ 65,403.08
Año 3	\$ 103,558.47	10.50%	\$ 76,753.61
Año 4	\$ 135,493.72	10.50%	\$ 90,880.36
Año 5	\$ 157,236.74	10.50%	\$ 95,442.68
Valor Actual Neto			\$ 197,060.16

CALCULO TASA DE DESCUENTO	
Tasa de Descuento	10.5
Rendimiento bonos estado oct-14	10.5

4.8.20 Tasa interna de retorno (TIR):

Indica el promedio anual de los rendimientos que ha generado una inversión en un número determinado de años a partir de realizada la inversión.

Tabla N° 68: Tasa Interna de Retorno.

Fuente: Y. López 2014

GRANJA AGROTURÍSTICA TURUPAMBA					
TASA INTERNA DE RETORNO					
Ítem	Valor Flujo US\$	Tasa %	Valor Actual US\$	Tasa %	Valor Actual US\$
Año 0	\$ (183,941.17)	-	\$ (183,941.17)	-	\$ (183,941.17)
Año 1	\$ 52,521.60	10.50%	\$ 47,530.86	26.82%	\$ 41,414.62
Año 2	\$ 65,403.08	10.50%	\$ 53,564.08	26.82%	\$ 40,665.84
Año 3	\$ 76,753.61	10.50%	\$ 56,886.86	26.82%	\$ 37,631.04
Año 4	\$ 90,880.36	10.50%	\$ 60,956.63	26.82%	\$ 35,134.45
Año 5	\$ 95,442.68	10.50%	\$ 57,933.70	26.82%	\$ 29,095.22
Total			92,930.95		0.00

| **T.I.R.** **26.82%** |

4.8.21 Coeficiente Beneficio- Costo:

Tabla N° 69: Beneficio- costo.

Fuente: Y. López 2014

GRANJA AGROTURISTICA TURUPAMBA	
RELACION COSTO BENEFICIO	
Detalle	Valor
Valor Actual Flujos	\$ 197,060.16
Inversión	\$ (183,941.17)
Total	\$ 1.07

El coeficiente beneficio- costo del proyecto de acuerdo el valor actual del proyecto y la inversión realizada en un periodo proyectado de 5 años es de 1.07; lo que significa que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto el proyecto es aconsejable para ser realizado.

4.8.22 Punto de Equilibrio:

Permite establecer el momento en que las ventas cubrirán los costos, además muestra las utilidades o pérdidas del proyecto. Hace referencia al momento en el cual los costos fijos y variables se encuentran cubiertos.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{113.817,09}{0.825478933}$$

$$PE = 137.516,64 \text{ dólares al año}$$

El punto de equilibrio del proyecto es 137.516,64 dólares al año.

4.8.23 Período de recuperación interna:

Se refiere al tiempo de recuperación de la inversión realizada en el proyecto.

Tabla N° 70: Periodo de recuperación interna.

Fuente: Y. López 2014

GRANJA AGROTURÍSTICA TURUPAMBA PERIODO DE RECUPERACION (PAYBACK)		
Ítem	Valor Flujos US\$	Valor Total US\$
Año 0	\$ (183,941.17)	\$ -
Año 1	\$ 58,036.37	\$ (125,904.80)
Año 2	\$ 79,858.79	\$ (46,046.01)
Año 3	\$ 103,558.47	\$ 57,512.46
Año 4	\$ 135,493.72	\$ 193,006.18
Año 5	\$ 157,236.74	\$ 350,242.92

De acuerdo al cuadro anterior el proyecto empieza a recuperar su inversión a partir del tercer año de funcionamiento.

CAPÍTULO V:

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES:

- Según el PIMTE y el PLANDETUR 2020; el agroturismo en Ecuador se ha desarrollado principalmente con dos productos como lo son: Paseo de los Sabores y la Ruta de las Flores, siendo las zonas de destino de dicha actividad la Sierra Centro, Amazonía Norte y Costa Sur; la Sierra Norte no se encuentra incluida dentro de los destinos agroturísticos a ser consolidados debido a la limitada existencia de centros agroturísticos
- El diagnóstico situacional realizado para el presente proyecto, estableció que el sector de *Turupamba*, presenta cercanía con atractivos con 7 atractivos naturales y culturales de acuerdo a la información recolectada en las fichas de levantamiento de atractivos; además en el cuadro de análisis de infraestructura de la zona utilizado para conocer las facilidades de acceso, se determinó que existen vías de segundo orden lastradas o empedradas para acceder al sector; y finalmente la ficha socio económica indica que aunque la comunidad no presenta experiencia en proyectos anteriores de turismo, poseen disposición para trabajar en proyectos turísticos implementados en la zona que diversifiquen sus actividades económicas
- Según datos de las estadísticas del Ministerio de Turismo de Ecuador en el año 2013, y el análisis de la demanda realizado para el presente trabajo, se estableció que los mercados potenciales para la granja agroturística están compuestos por personas procedentes de: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Francia, debido a que estos países presentaron un aumento de alrededor del 1% en el número de llegadas a Ecuador, y por ser turistas con un alto nivel de gasto en los países de destino según estadísticas de la OMT
- Según el estudio de mercado aplicado, se estableció que el 41% de los turistas extranjeros conocen sobre Ecuador gracias a medios de comunicación como internet, 16% indicó que lo hace mediante revistas especializadas en

turismo, 16% mediante televisión, 13% a través de familia o amigos, 14% lo hace por medio de otros medios de comunicación

- Gracias a las encuestas realizadas tanto a turistas nacionales como extranjeros, se conoció que 66% de los turistas nacionales y el 33% de los turistas extranjeros viajan con su familia; el 19% de turistas nacionales y 33% de turistas extranjeros viajan con amigos; 9% de turistas nacionales y 7% de turistas extranjeros viajan con su pareja; 3% de turistas nacionales y 17% de turistas extranjeros viajan en tour organizados
- La inversión total del proyecto es de 226,941.17 dólares americanos, está inversión incluye: sueldos de 15 personas necesarias para iniciar la operación del proyecto, compra del terreno, construcción de 7 cabañas, talleres, bodegas, cocina, restaurante, vivienda de guardia, compra de muebles y enseres, vajilla, cubertería, utensilios de cocina, equipos de computación, publicidad, gastos legales
- Establecer un precio de entrada en el mercado de 85.01 dólares por noche que incluya alojamiento, alimentación y actividades dentro del proyecto, adicionalmente los turistas podrán realizar tours de aventura, natural o cultural fuera de las instalaciones de la granja por un precio de 30, 00 dólares adicionales al precio de alojamiento, estos precios permitirán tener una relación costo beneficio de 1.07 asegurando la factibilidad del proyecto

5.2 RECOMENDACIONES:

- Desarrollar proyectos turísticos en la provincia de Imbabura que cumplan con factores claves para el desarrollo del agroturismo como: un paisaje natural o cultural atractivo, cercanía con otros atractivos, facilidades de acceso y disposición de la comunidad para participar en dicha actividad.
- Realizar la implementación de una granja agroturística en la zona de *Turupamba*, la cual permita a los pobladores del sector participar en proyectos turísticos, diversificar sus actividades económicas y participar en la transmisión de técnicas ancestrales de cultivo, con el objetivo de percibir un aumento en los ingresos económicos que poseen actualmente
- Dirigir las estrategias de publicidad a los principales destinos claves del proyecto como lo son: Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Alemania, mediante la creación de una página web de la granja agroturística la cual debe estar presentada en distintos idiomas como inglés, alemán y francés
- Realizar la publicidad del proyecto de manera internacional a través de una página web, medios impresos como revistas de viaje especializadas en turismo que circulen a nivel internacional, pautas publicitarias en canales de televisión de los principales países emisores
- Construir las cabañas con mayor capacidad, en la cual se incluya una sala de estar en cada una de ellas para generar un ambiente social debido a que la mayoría de turistas encuestados tanto nacionales como extranjeros viajan acompañados de familia y amigos
- Revisar cada seis meses los flujos de caja y los balances generales con el objetivo de estudiar el retorno de la inversión realizada, así como el flujo de efectivo que posee el proyecto, y de acuerdo a indicadores de rentabilidad asegurar la recuperación de la inversión total en un periodo de alrededor de 6 años
- Estudiar cada semestre el comportamiento de la competencia establecida en la Matriz de Análisis de Competidores, con el fin de mejorar tecnologías, herramientas de publicidad, servicio al cliente y precio

6: ANEXOS.

ANEXO 1

Modelo encuesta turista nacional

Objetivo: Conocer las preferencias de los turistas nacionales para establecer sus preferencias y motivaciones durante su tiempo vacacional.

1.- Información General:

Edad: _____

Estado Civil: _____

Género: Femenino

Lugar de Procedencia: Costa

Masculino

Sierra

Nivel de Instrucción: Primario

Amazonía

Secundario

Galápagos

Superior

2.- Motivaciones y preferencia:

¿Qué atractivos turísticos del Ecuador le gustaría visitar?

Playas Sitios naturales Sitios culturales Festividades religiosas

Sitios arqueológicos Fiestas Populares Mercados artesanales

Granjas agroturísticas

¿Cuántos días al año tiene disponible para vacacionar?

1-3 días 4-6 días 7- 10 días más de 11 días

¿Qué actividades le gustaría realizar durante sus vacaciones?

Caminatas Cabalgatas Observación de flora y fauna

Deportes extremos Actividades agroturísticas Convivencia con comunidades

¿Qué tan interesado está usted en realizar agroturismo en nuestro país?

Muy interesado Interesado Poco interesado Nada interesado

3.- Información de viaje

¿Con quién viaja durante sus vacaciones?

Familia Amigos Solo Pareja
Tour organizado Otros

¿Normalmente cuantas personas lo acompañan durante sus viajes?

1-2 personas 3-4 personas 5-6 personas 7 o más personas

¿Cuánto tiempo dura su estadía durante sus viajes?

1-2 días 3-4 días 5-6 días 7 o más días

¿Cuál es su promedio de gasto durante sus vacaciones?

200 a 500 usd. 550 a 1000 usd. 1050 a 2000 usd. Más de 2050 usd.

Gracias por su colaboración

ANEXO 2

Modelo encuesta turista extranjero

Model of Inquiry

Objective: To determine the preferences of tourists to set your preferences and motivations during vacation time.

1.- General Information:

Age: _____

Civil status: _____

Gender: Female

Continent: North America

Africa

Male

Central America

Oceania

Instruction level: School

South America

High School

Europe

University

Asia

2. - Motivations and preferences:

¿How do you know about Ecuador?

Internet

T.V.

Travel magazines

Friends or family

Tourism fairs

others

¿What period at year have available for travel?

January- March

April- June

July- September

October- December

¿What sites prefer visit during your trip?

Beach

Archaeological Sites

Natural Sites

Religious Holidays

Indian markets

Agroturistics farms

¿What activities you want to do during your trip?

Walks Cavalcades Observation of flora and fauna
Extreme sports Communitarian tourism

¿How many days at year have available for vacation?

1-3 days 4-6 days 7- 10 days 11 or more

3. - Travel Information

¿With who do you travel on holidays?

Friends Family Alone Couple
Organized Tour Others

¿How many people usually travel with you?

1-2 personas 3-4 personas 5-6 personas 7 o más personas

¿How long is your stay while traveling?

1-2days 3-4days 5-6days 7 or more days

¿How much money do you spend during your vacations?

200 a 500 usd. 550 a 1000 usd. 1050 a 2000 usd. More of 2050 usd.

Thanks for your cooperation

ANEXO 3

Plantas medicinales y sus usos

Planta	Usos
Valeriana	Combate trastornos nerviosos y depresivos Palpitaciones, favorece el sueño.
Toronjil	Afecciones gástricas y nerviosas. Afecciones del vientre bajo. Jaquecas, Espasmos
Hierba Luisa	Facilita la digestión. Afecciones del aparato respiratorio. Halitosis o mal aliento
Cedrón	Combate dolores de estómago. Decaimiento general. Mordeduras de insectos venenosos. Enfermedades el corazón
Menta	Cálculos biliares. Favorece la expectoración. Cólicos uterinos. Catarros
Mejorana	Calma cólicos intestinales. Debilidades musculares Combate los gases que generan la dilatación del vientre

ANEXO 4

Fichas de inventario de atractivos

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Caranqui			
CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES			
TIPO	HISTÓRICO	SUBTIPO	MUSEO
UBICACIÓN Extremo oeste de la Ciudad de Ibarra, a 2 km de distancia.			
PROVINCIA:	Imbabura	CANTÓN:	Ibarra
		PARROQUIA:	Caranqui
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:			
Es una parroquia de la ciudad de Ibarra, debe su nombre a la Princesa "Karanqui" madre de Atahualpa.			
Fue el núcleo de la primera población de Ibarra, posee restos arqueológicos del Templo del Sol construido por Huayna Cápac que actualmente es un museo arqueológico.			
			
CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
Nombre del poblado: Ibarra			
INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
TERRESTRE	Asfaltado	X	
	Empedrado	X	
	Lastrado		
	Sendero		
MARÍTIMO			
AÉREO			
TEMPORALIDAD DE ACCESO		Todo el año	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL	PROVINCIAL	X	
NACIONAL	INTERNACIONAL		

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		SENDERO GUAYLLABILLAS	
CATEGORÍA:		SITIOS NATURALES	
TIPO	BOSQUE	SUBTIPO	SENDERO
UBICACIÓN		Barrio La Victoria	
PROVINCIA:	Imbabura	CANTÓN:	Ibarra
		PARROQUIA:	El Sagrario
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:			
<p>Posee una extensión total de 54, 1 ha de las cuales 4,6 ha se encuentran en comodato a CACMU, posee un clima moderado con temperaturas que oscilan entre 17 grados centígrados, posee área de rescate, área de recreación y senderos naturales con un nivel bajo de exigencia.</p>			
			
CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
Nombre del poblado:		Ibarra	
INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
TERRESTRE	Asfaltado	X	
	Empedrado		
	Lastrado		
	Sendero		
MARÍTIMO			
AÉREO			
TEMPORALIDAD DE ACCESO		Todo el año	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL	PROVINCIAL	X	
NACIONAL	INTERNACIONAL		

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		CERRO IMBABURA	
CATEGORÍA:		SITIOS NATURALES	
TIPO	MONTAÑA	SUBTIPO	VOLCÁN
UBICACIÓN			
PROVINCIA:	Imbabura	CANTÓN:	Ibarra
PARROQUIA:			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:			
<p>Es un volcán apagado, posee una altura de 4.630 metros sobre el nivel del mar. Es un referente de aclimatación y prácticas antes de realizar ascensos a otras montañas. Posee un clima fría con una temperatura promedio de 8 grados centígrados, en su fauna destaca una variedad de aves, anfibios e invertebrados. La flora característica pertenece al bosque húmedo.</p>			
CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
Nombre del poblado:		Ibarra	
INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
TERRESTRE	Asfaltado		
	Empedrado	X	
	Lastrado		
	Sendero	X	
MARÍTIMO			
AÉREO			
TEMPORALIDAD DE ACCESO	Época de verano o con pocas lluvias.		
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL	PROVINCIAL		
NACIONAL	X	INTERNACIONAL	

NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNA DE YAHUARCOCHA		
CATEGORÍA: SITIOS NATURALES		
TIPO	AMBIENTES LACUSTRES SUBTIPO LAGUNA	
UBICACIÓN 3 km de la ciudad de Ibarra		
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra PARROQUIA: Priorato	
<p>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO: Considerada como una laguna eutrófica, su nombre significa "Lago de Sangre" debido a que en este lugar se llevó a cabo la batalla entre Karanquis e Incas. Es de origen glaciar con una antigüedad mínima de 12.000 años. Se encuentra rodeada por el órdromo internacional José Tobar. En la laguna es posible realizar sky acuático, paseos en canoa y actividades acuáticas.</p>		
		
CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Nombre del poblado: Ibarra		
INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
TERRESTRE	Asfaltado	X
	Empedrado	
	Lastrado	
	Sendero	
MARÍTIMO		
AÉREO		
TEMPORALIDAD DE ACCESO		
Todo el año		
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL	PROVINCIAL	X
NACIONAL	INTERNACIONAL	

ANEXO 5

Modelo cabañas

Fuente: Arq. Alberto Acosta.

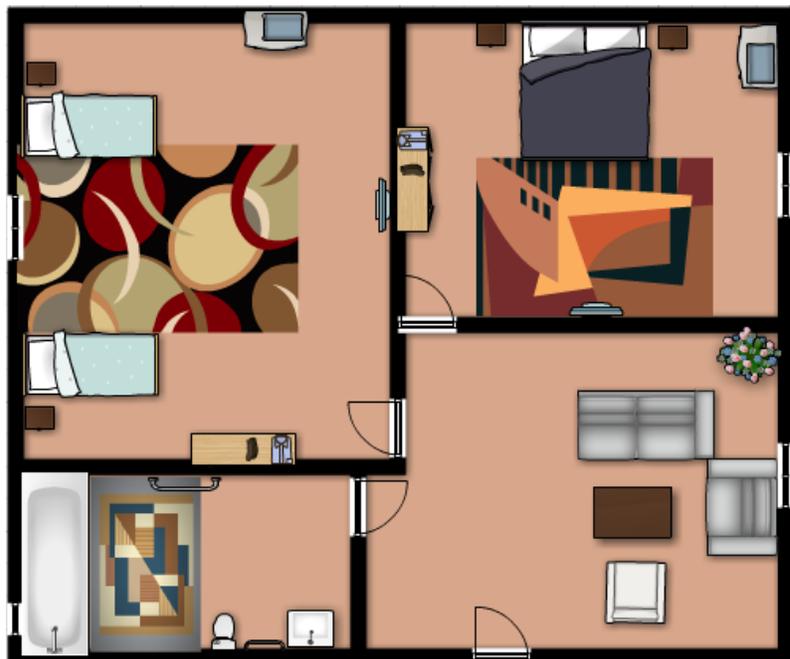
Cabaña doble



Cabaña triple



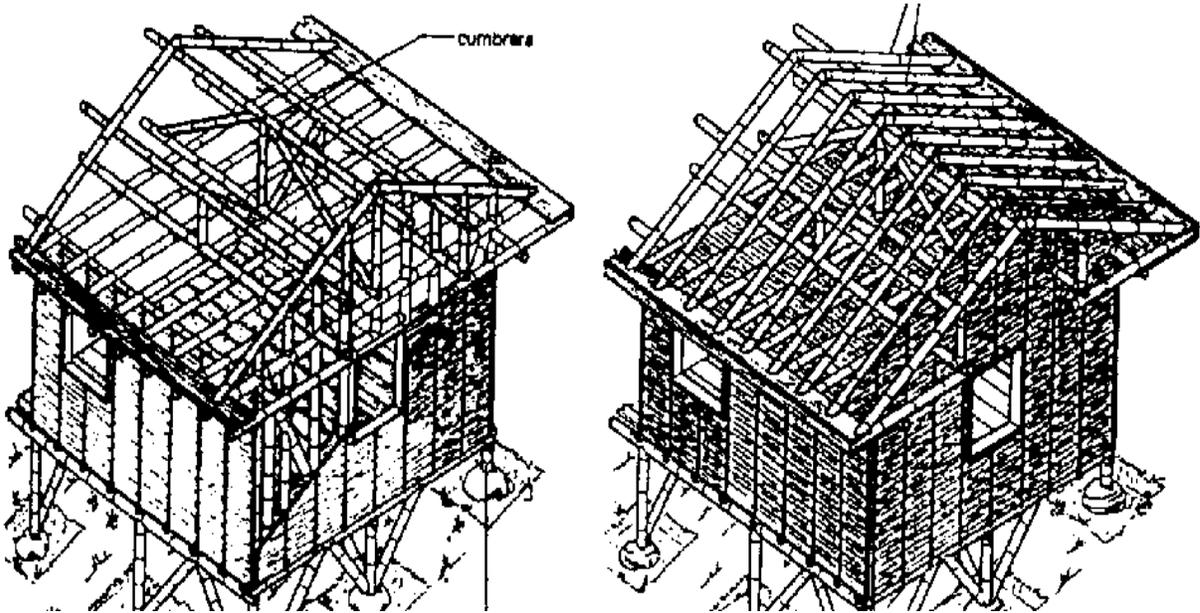
Cabaña cuádruple



ANEXO 6

Modelo de cabaña con bahareque encementado

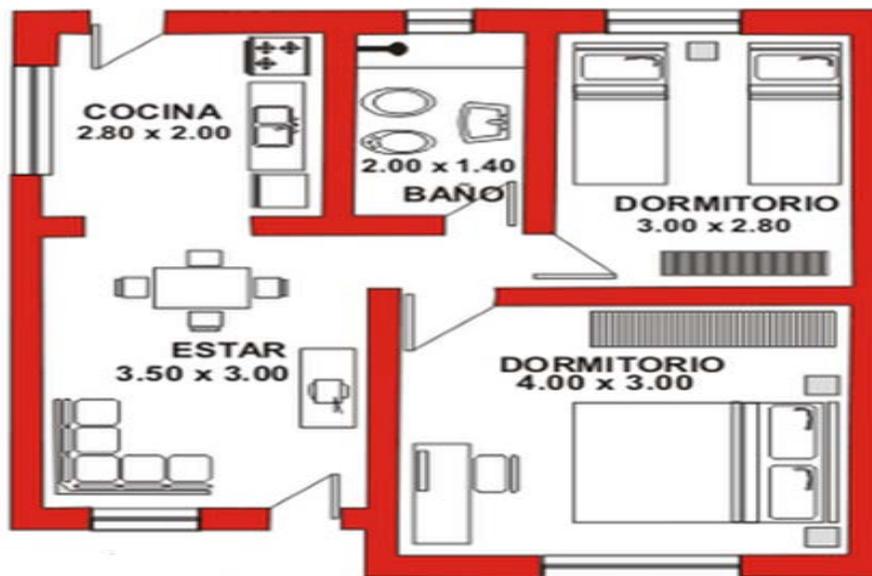
Fuente: <http://ces.iisc.ernet.in/energy/HC270799/HDL/spanish/sk01ms/sk01ms0o.htm>



ANEXO 7

Modelo vivienda guardia

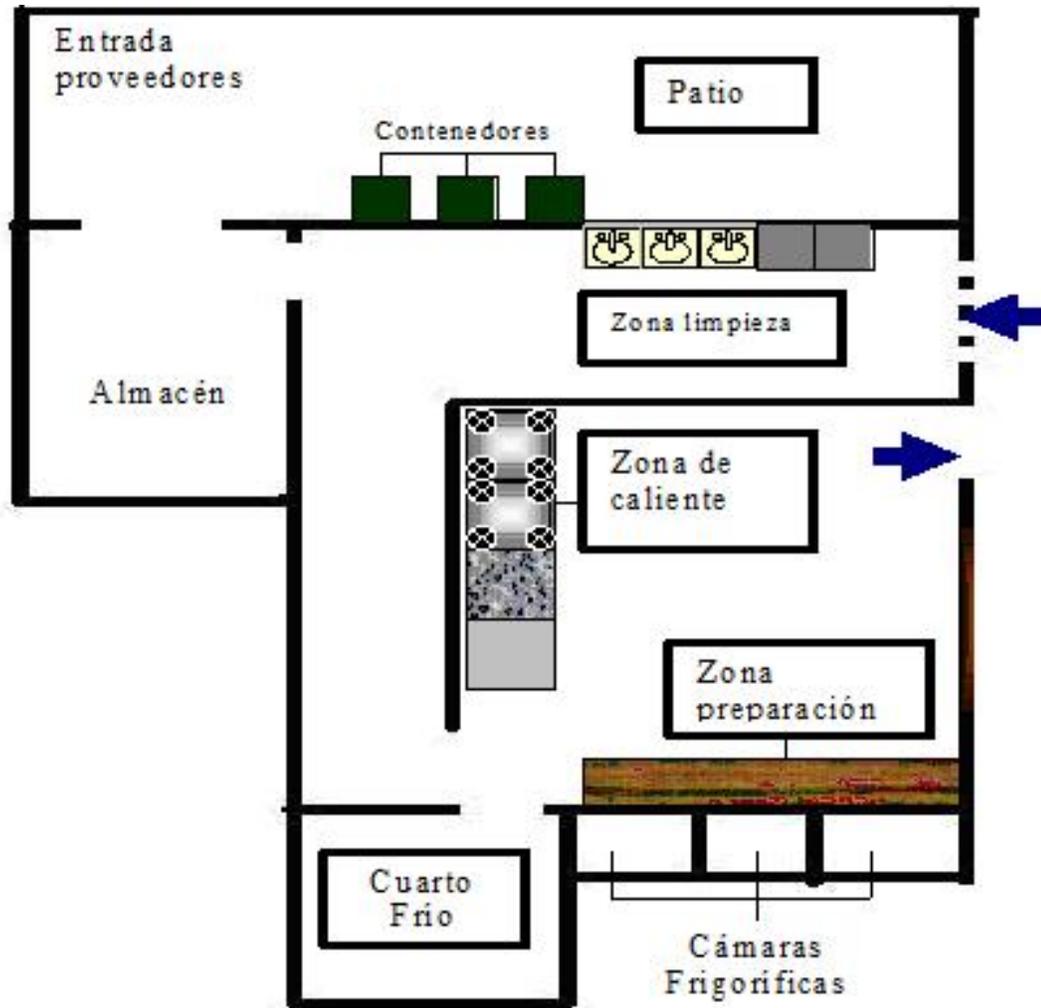
Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=plano+de+casa+de+un+piso&rlz>



ANEXO 8

Modelo cocina

Fuente: <http://www.planosde.es/casas/planos-de-cocinas.html>



ANEXO 9

Muebles y enseres cabañas

Fuente: Investigación directa Todo Hogar. Y. López 2014

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Camas 1 plaza	16	270	4320
Camas 2 plazas	3	450	1350
Veladores	11	65	715
Lámparas	11	12.99	142.89
Colchones 1 plaza	16	199	3184
Colchones 2 plazas	3	250	750
Alfombras	10	9.89	98.9
Organizadores	22	50	1100
Cestos para basura	7	3.92	27.44
TOTAL			11688.23

Muebles y enseres lobby, comedor, área de lavado

Fuente: Investigación directa Todo Hogar. Y. López 2014

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Juego de sala	1	650	650
Mesas 4 personas	3	160	480
Mesas para 3 personas	3	230	690
Sillas	25	32	800
Lámparas	5	12.99	64.95
Organizadores	7	50	350
Cestos para ropa	7	22.49	157.43
Sillas para niños	5	25	125
Lámparas	7	23.67	165.69
TOTAL			3483.07

Equipos y maquinaria

Fuente: Investigación directa Todo Hogar. Y. López 2014

Artículos	Área				Área Administrativa	Taller de arropo de mora	Costo U.	TOTAL
	Lavado	Cocina	Cabañas	Recepción				
Televisor	—	—	7	—	—	—	539.99	3,779.93
Olla de presión	—	2	—	—	—	—	62.99	125.98
Lavadora	3	—	—	—	—	—	650	1950
Secadora	3	—	—	—	—	—	674	2022
Refrigeradora	—	2	—	—	—	1	867	2601
Plancha semi industrial	2	—	—	—	—	—	150	300
Congelador	—	1	—	—	—	—	775	775
Plancha de cocina	—	1	—	—	—	—	150	150
Cocina industrial	—	2	—	—	—	2	650	2600
Microondas	—	1	—	—	—	—	109	109
Teléfono	—	—	7	1	6	—	40	280
Extractor de olores	—	2	—	—	—	1	154.13	462.39
TOTAL								15155.3

Artículo	Cantidad	Costo U	TOTAL
Trampas de grasa	1	160.00	160.00
Calefones	10	380.00	3800.00
Equipo de Agricultura	3	4662.00	13986.00
Materiales taller de pintura		1000.00	1000.00
Materiales taller de escultura		1250.00	1250.00
Materiales taller de tejido y bordado		1000.00	1000.00
TOTAL			21196.00

Equipos de computación

Artículo	Cantidad	Costo U	TOTAL
Retroproyector	2	450.00	900.00
Computadoras	5	780.00	3900.00
Impresoras	3	100.00	300.00
TOTAL			5100.00

Utensilios de cocina

Fuente: Investigación directa Todo Hogar. Y. López 2014

Artículo	Cantidad	Costo U.	TOTAL
Bowls	6	3.25	19.5
Cucharon acero inoxidable	3	3.2	9.6
Sartén aluminio	4	22.49	89.96
Ollas de aluminio	6	35.09	210.54
Batidora pedestal	2	489	978
Tostadora	2	32	64
Licuadaora	3	62	186
Cucharon de palo	2	4.91	9.82
Cuchillos	6	5.89	35.34
Cernidores	4	13.49	53.96
Tetera	3	32.39	97.17
Ensaladera	3	6.71	20.13
Jarras	3	10.29	30.87
Pesa cocina	2	5.75	11.5
Pírex	5	3.75	18.75
TOTAL			1835.14

Lencería, vajilla, cubertería y cristalería

Fuente: Investigación directa Todo Hogar. Y. López 2014

Artículo	Cantidad	Costo U.	TOTAL
Juego sábanas 1 plaza	10	30	300
Juego sábanas 2 plazas	20	41	820
Cobertores 1 plaza	10	46.79	467.9
Cobertores 2 plazas	20	60.29	1205.8
Toallas cuerpo	50	14.99	749.5
Toallas cara	50	7.99	399.5
Servilletas de tela	40	1.65	66
Cubre manteles	15	6.99	104.85
Manteles de tela	15	15	225
TOTAL			4338.55

VAJILLA			
Artículo	Cantidad	Costo U.	TOTAL
Plato base	45	12.59	566.55
Plato entrada	44	5.39	237.16
Plato postre	44	2.83	124.52
Plato sopero	44	3.49	153.56
Plato taza	44	1.83	80.52
Plato pan	44	1.54	67.76
Saleros	10	1.83	18.30
Pimenteros	10	1.83	18.30
Azucareros	10	2.50	25.00
Tazas	44	1.20	52.80
CUBERTERÍA			
Set de cubiertos (6)	5	5.52	27.60
Set de cucharas(6)	5	5.52	27.60
Set de cucharas postre (6)	5	2.59	12.95
Set de cuchillos (6)	5	5.52	27.60
CRISTALERÍA			
Vasos	44	3.31	145.64
Copas agua	40	5.32	212.80
Copa Vino Tinto	40	5.32	212.80
Copa Vino blanco	40	5.32	212.80
TOTAL			2224.26

ANEXO 10

Ejemplo de señalización en madera reciclada

Fuente: Y. López 2014



Letreros informativos por color



ANEXO 11

Logotipo propuesto para el proyecto

Fuente: Tecnólogo David Yacche.2014



ANEXO 12

Terreno propuesto para la ubicación del proyecto

Fuente: Y. López 2014.





Vista panorámica de la Ciudad de Ibarra desde la ubicación del proyecto

Fuente: Y. López 2014.



Vista del Cerro Imbabura desde la ubicación del proyecto

Fuente: Y. López 2014.



7: Bibliografía:

- ❖ Asamblea Nacional Constituyente. *Constitución Política del Ecuador*. 2.008. En: <http://www.asambleanacional.gov.ec/constitucion-politica-ecuador-2008>.
- ❖ Barrera V. (Ed.). 2004. *Raíces y tubérculos andinos: alternativas para la conservación y uso sostenible en el Ecuador*. /// Quito. Ecuador. P. 354
- ❖ Blanco M., Riveros H. 2003. Lima: IICA: PRODAR. Lima. P. 231.
- ❖ Coll R. 1984. *Introducción a la metodología de estudio*. Barcelona- España. Editorial Mitre. P. 265.
- ❖ Cooperativa Cuaqueva. *Cultivos ancestrales en la quebrada de Humahuaca*. En: http://www.patriaemprendedora.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=48:cauqueva-cultivos-ancestrales-en-la-quebrada-dehumahuaca&catid.
- ❖ Flores M. 2010. *Propuesta para la implementación de una Agroecolodge certificado en la finca "Tierra Linda". Puerto Quito. Pichincha*. Trabajo de Titulación. Universidad Central del Ecuador. Facultad de Ciencias Agrícolas. Instituto Superior de Postgrado. Quito. P. 200.
- ❖ Gutiérrez A. 2000. *Curso de elaboración de tesis y actividades académicas*. Quito- Ecuador. Editorial serie didáctica AG. P. 211.
- ❖ Instituto de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. 2014. Manual de Estilo para escritura de textos técnicos de la Universidad Iberoamericana del Ecuador (documento de actualización). Quito. 23 pp.
- ❖ Martínez A. 2001. *Elementos de Economía*. Quito- Ecuador. Ediciones Maya. P. 95
- ❖ Ministerio de Turismo del Ecuador- MINTUR. 2009. *Plan de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador- PLANDETUR*. Ecuador. P. 115
- ❖ Ministerio de Agricultura y Ganadería. 2010. *Proceso de análisis y mejoramiento de sistemas de producción agropecuario forestales en comunidades indígenas de páramo*. PROFOGAN. Quito- Ecuador. P. 288.
- ❖ Ministerio de Salud Pública del Ecuador. *Requisitos para establecimientos nuevos*. En: <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>

- ❖ Montaner, J., J. Antich y R. Arcaroús. 2004. *Diccionario de Turismo*. España. Editorial Síntesis. P. 233.
- ❖ Novo, G. 1977. *Diccionario General de Turismo*. México. Editorial Diana. P. 187.
- ❖ Publicaciones GTZ. *El agroturismo y la variedad agropecuaria*. Editoral GTZ. P. 4.
En: <http://www2.gtz.de/dokumente/bib/04-5108a3.pdf>
- ❖ Real Academia Española.1990. *Diccionario De la Real Academia de la Lengua Española*. España. Grupo Editorial Océano. P. 644.
- ❖ *Reglamento general de aplicación de la ley de turismo*. 2002. En: <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.pdf>
- ❖ Semplades. *Plan Nacional del buen vivir*.2.009. En: <http://www.semplades.gob.ec/web/18607/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013>.
- ❖ Sherwood, S.; S. Jacobsen. 2002. *Cultivo de granos andinos en Ecuador*. Ecuador. P. 135.
En: <http://www.google.com.ec/books?id=s73gc3GcptcC&pg=PA30&lpg>.
- ❖ Tapia, M. *La agricultura andina- Cultivos marginados de la región andina*. Lima. Perú. P. 207.
En:http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro09/Cap3_1.html.
- ❖ Torres, M. 2005. *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. México. P. 265. En: http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf
- ❖ Tourism & Leisure Advisory Services. 2009. *PIMTE (Plan de marketing turístico)*. Ministerio de Turismo del Ecuador-Fondo de Promoción Turística. Ecuador. P. 115.
- ❖ Valdez, F. 2006. *Agricultura ancestral: camellones y albarradas. Contexto social, usos y retos del pasado y del presente*. Ecuador. Ediciones Abya- Yala. P. 243.
- ❖ Yuvi E. 2008. *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de Ecoturismo en la ciudad de Otavalo*. Trabajo de Titulación. Escuela Politécnica Nacional. Facultad de Ciencias Administrativas. Quito. P.155.

Fuentes virtuales

- 20 Junio 2013

<http://www.metropolitantouring.com.ec/Pagina/Presentacion/QuienesSomos.aspx?CODSEC=40>

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4510:ingreso-de-turistas-a-ecuador-crece-en-1581-en-el-primer-trimestre-de-2012&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<http://media.unwto.org/es/press-release/2013/el-turismo-internacional-un-motor-de-la-recuperacion-economica>

<http://www.turismo.gob.ec/mas-de-1270-000-turistas-visitaron-ecuador-en-el-2012/>

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

<http://www.alasru.org/wp-content/uploads/2011/07/GT2-LUQUE-RYAN-ZAMAR.pdf>

<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/caracteristicas-biofisicas>

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/284-canton-ibarra>

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/procesos-administrativos/agregadores-de-valor/desarrollo-y-planificacion-turistica>

- 25 de Junio del 2013:

<http://www.iniap.gob.ec/web/servicio-1/>

<http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/19.html>

<http://www.eduturismo.tripod.com/estuiofactibilidad>

<http://www.giganet.com.ar/sustentabilidad>

http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=181%3AAarrope-de-mora&catid=74%3AAgolosinas&Itemid=118&lang=es

- 25 de Marzo del 2014:

http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_lr_0.pdf

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

<http://marzua.blogspot.com/2012/02/estilo-andino.html>

<http://www.estampas.com/revistas/estampas-andina/101024/estilo-con-sello-andino>

http://www.nuevo-estilo.es/espacios/415/415_1_1.shtml

<http://www.decoracion-deinteriores.com/estilos/casas-y-decoracion-al-estilo-mexicano/>

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9290/4/18286_12.pdf

<http://www.turismo.gob.ec/catastro/>

<http://negocios.uncomo.com/video/que-es-el-valor-actual-neto-17869.html>

http://www.ehowenespanol.com/definicion-tasa-interna-retorno-tir-sobre_354500/