



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CARRERA DE TURISMO**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
GESTIÓN TURÍSTICA Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA: “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL AGROTURISMO EN  
LA CORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA”**

**AUTOR: KATHERINE ALICIA REA REA**

**DIRECTOR: ECONOMISTA JAIME CUEVA**

**ENERO-2014**

**QUITO- ECUADOR**

Del presente trabajo planteado se responsabiliza al autor y a su director de tesis:

.....

**KATHERINE ALICIA REA REA**

.....

**ECO. JAIME CUEVA  
DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA:**

*A mi Padre Julián, por ser mi ejemplo de lucha y progreso constante durante toda mi vida.*

*A mi Madre Elvia, por todo el cariño y amor que me ha brindado durante todo el trayecto de vida.*

*A mis hermanas Patricia y Geovanna, que han sido mi ejemplo y soporte durante cada etapa de mi vida.*

*A Galindo, que ha sido mi apoyo y fortaleza durante todo este tiempo.*

*A ti Jorge Julián, que llenas cada día mi vida de alegrías con cada una de tus ocurrencias y travesuras.*

## AGRADECIMIENTOS

- *A mis padres que con su esfuerzo, amor y sacrificio diario me dieron la oportunidad de educarme.*
- *A mis hermanas que siempre han sido ejemplo a seguir, gracias por haberme enseñado el camino correcto que se debe llevar en la vida.*
- *A Galindo por a verme brindado su apoyo en el proceso de elaboración del proyecto.*
- *A ti Jorge Julián que has llenado mi vida de constantes alegrías y has sido participe en la ayuda de la culminación de mi proyecto te quiero mucho.*
- *A toda mi familia que fue partícipe de mi formación como persona durante todo el trayecto de mi vida.*
- *A todos los profesores quienes fueron participes de mi formación académica durante toda esta etapa universitaria.*
- *A todos mis amigos por estar en los buenos y malos momentos demostrándome todo su apoyo.*
- *A mi tutor de tesis Eco. Jaime Cueva gracias por su tiempo y dedicación.*

## CONTENIDO

CAPITULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3 OBJETIVOS PLANTEADOS.....	6
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	6
1.4 MARCO TEÓRICO.....	7
1.4.1 MARCO CONCEPTUAL.....	28
1.5 METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
1.5.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	30
1.5.2 ENTREVISTA.....	31
1.5.3 VALORIZACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN.....	32
CAPITULO II.....	33
2. GENERALIDADES DEL SITIO DE ESTUDIO.....	33
2.1 HISTORIA DE LA COORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA	33
2.2 UBICACIÓN DE LA CORPORACIÓN.....	34
2.3 GEOGRAFÍA Y CLIMA.....	35
2.3.1 FLORA DEL SITIO DE ESTUDIO.....	35
2.3.2 FAUNA DEL SITIO DE ESTUDIO.....	36
2.4 MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA.....	36
2.4.1 ATRACTIVOS DE LA ZONA DE YUNGUILLA.....	37
CAPITULO III.....	38
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	38
3.1 INTRODUCCIÓN.....	38
3.2 OBJETIVO GENERAL.....	38
3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	38
3.4 SEGMENTO DE MERCADO.....	38
3.4.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y CÁLCULO DE LA	
MUESTRA.....	38
3.4.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	41

3.6	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	52
3.6.1	DEFINICIÓN DE DEMANDA .....	52
3.6.2	DEMANDA HISTÓRICA.....	52
3.6.3	DEMANDA ACTUAL.....	53
3.6.4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	53
3.7	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	54
3.7.1	DEFINICIÓN DE OFERTA .....	54
3.7.2	OFERTA HISTORICA.....	54
3.7.3	OFECTA ACTUAL.....	55
3.7.4	OFERTA PROYECTADA.....	55
3.8	BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA.....	56
3.8.1	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO PARA EL PROYECTO PLANTEADO.....	57
CAPITULO IV .....		58
4.	PLAN DE MARKETING .....	58
4.1	Definición de Marketing.....	58
4.2	OBJETIVOS.....	58
4.3	ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE .....	59
4.3.1	MACRO AMBIENTE .....	59
4.3.2	Factor Económico .....	59
4.3.3	Factor Socio Cultural .....	60
4.3.4	Factor Político .....	60
4.4	Micro Ambiente .....	61
4.4.1	Clientes .....	61
4.4.1.1	Perfil del cliente.....	61
4.4.2	Análisis de la competencia .....	62
4.4.2.1	Competencia Directa:.....	62
4.5	ANÁLISIS FODA: .....	65
4.5.1	Fortalezas .....	65
4.5.2	Debilidades .....	66
4.5.3	Oportunidades.....	66
4.5.4	Amenazas.....	67
4.6	ESTRATEGIAS DE MERCADO .....	67
4.6.1	EL PRODUCTO: .....	67
4.6.2	PRECIO .....	69

4.6.3	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	69
4.6.4	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD .....	70
4.7	RESUPUESTO DE MARKETING.....	71
CAPÍTULO V	.....	72
5	ESTUDIO TÉCNICO .....	72
5.1	INTRODUCCIÓN .....	72
5.2	OBJETIVOS.....	72
5.3	MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	72
5.3.1	CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS .....	73
5.4	MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	74
5.4.1	Ubicación .....	74
5.4.2	Facilidades de acceso.....	74
5.4.3	Mapa de ubicación del proyecto en la “Reserva Yunguilla” .....	75
5.4.4	CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO .....	75
5.4.5	SERVICIOS BÁSICOS .....	76
5.4.6	PAISAJE DE LA FINCA .....	76
5.4.7	FLORA DEL SITIO DE ESTUDIO .....	76
5.4.8	FAUNA DEL SITIO DE ESTUDIO .....	76
5.4.9	ZONIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	77
5.5	DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO.....	78
CAPITULO VI	.....	83
6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	83
6.1	INTRODUCCIÓN .....	83
6.2	OBJETIVOS.....	83
6.3	LINEAMIENTOS.....	83
6.4	VALORES CORPORATIVOS.....	84
6.5	REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO PARA EL MANEJO DEL ...	84
6.6	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	85
6.6.1	Organigrama estructural.....	85
6.6.2	Organigrama funcional de la finca.....	85
6.7	FUNCIÓNES POR AREA.....	85
6.8	NORMAS GENERALES.....	86
6.9	MARCO LEGAL.....	87
6.9.1	CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR .....	87

6.9.2	PROGRAMA DE GOBIERNO 2013 – 2017 PROPUESTAS PARA EL SOCIALISMO DEL BUEN VIVIR .....	90
6.9.3	LEY ORGÁNICA DE AGROBIODIVERSIDAD, SEMILLAS Y FOMENTO AGROECOLÓGICO (CONFERENCIA PLURINACIONAL DE INTERCULTURAL DE SOBERANÍA ALIMENTARIA) .....	91
6.9.4	LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL .....	94
CAPITULO VII.....		95
7	ESTUDIO FINANCIERO.....	95
7.1	INTRODUCCIÓN .....	95
7.2	OBJETIVOS.....	95
7.3	INVERSIONES .....	95
7.3.1	ACTIVOS FIJOS .....	95
7.3.2	CAPITAL DE TRABAJO .....	100
7.4	TOTAL DE LA INVERSIÓN .....	103
7.5	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	103
7.6	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS .....	104
7.7	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	105
CAPITULO VIII .....		107
8.	EVALUACIÓN ECONOMICA DEL PROYECTO .....	107
8.1	INTRODUCCIÓN .....	107
8.2	OBJETIVOS.....	107
8.3	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	107
8.4	ESTADO DE RESULTADOS.....	108
8.5	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA .....	110
8.6	VAN (VALOR ACTUAL NETO).....	111
8.7	TIR (TASA INTERNA DE RETORNO).....	112
8.8	PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	112
8.9	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	113
CAPITULO IX .....		114
9	PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.....	114
9.1	INTRODUCCIÓN .....	114
9.2	OBJETIVOS.....	114
9.3	Estudio de Impactos Ambientales.....	114
9.3.1	Componentes Físicos .....	114
9.3.2	Factores Bióticos .....	115



9.4	IMPACTOS AMBIENTALES POSITIVOS .....	117
9.5	PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.....	118
9.5.1	Las medidas de mitigación a tomarse serán las siguientes:.....	118
CAPITULO X .....		119
10	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	119
10.1	Conclusiones.....	119
10.2	RECOMENDACIONES.....	121
BIBLIOGRAFÍA.....		122
ANEXOS .....		124

# CAPITULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente escrito responde al trabajo de tesis previo a la obtención del Título de ingeniera en gestión turística y preservación ambiental la cual está dentro de la malla curricular de la Carrera de Turismo y Preservación Ambiental de la Universidad Tecnológica Equinoccial, este documento es una breve descripción de lo que se realizara en el trabajo de tesis.

El título del documento esta denominado de la siguiente manera **“PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL AGROTURISMO EN LA CORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA”**, el mismo que llego a definirse a través de un planteamiento de problema, a través de la enunciación del mismo en la cual se detalla a breves rasgos los antecedentes de las posibles causas del problema, de la misma forma se realizó la formulación del problema en donde se tomaron en cuenta preguntas generales y específicas se fundamentan a las posibles soluciones.

Con la realización del presente proyecto se realizara una investigación que permita determinar la factibilidad de la implementación del agroturismo en la corporación microempresarial Yunguilla con características propias de un tipo de turismo innovador y diferente. Esta iniciativa se da con el propósito de crear nuevas alternativas de turismo que sean novedosas y atraigan a más turistas que cada vez buscan nuevos espacios de distracción.

El lugar en donde se va a desarrollar el proyecto es en la Corporación Microempresarial Yunguilla, localizada en la parroquia de Calacalí al noroccidente de la provincia de Pichincha. El proyecto inicia con la presentación del plan de titulación el cual fue previamente realizado y analizado para establecer la viabilidad del tema elegido.

El tema está justificado ya que se encuentra bajo la línea de investigación referente al turismo y la gestión ambiental sostenible, contando así con el respaldo y apoyo de la Corporación Microempresarial Yunguilla quien será la beneficiaria de dicho proyecto. De igual manera en el documento se detalla la delimitación del proyecto el cual se encuentra dividido en dos partes la ubicación que es el entorno geográfico y el tiempo.

El planteamiento de objetivos tienen la intencionalidad de solucionar los problemas ya establecidos en la investigación, aquí se encontrara un objetivo general y otros denominados objetivos específicos.

Por otra parte el documento cuenta con un marco teórico el cual se subdivide en marco referencial el mismo que sirve para sustentar la investigación, marco conceptual o glosario, marco legal e institucional en las cuales se hace referencia a las leyes y normas tanto gubernamentales como institucionales. Se menciona también la metodología a utilizarse en la cual se detalla los métodos de investigación, técnicas, instrumentos, población y muestra.

Del mismo modo se ha realizado la capitulación que responde a los objetivos ya planteados, esta posee capítulos estructurados con un orden lógico entre estos se menciona las generalidades, estudio de mercado, técnico, financiero y ambiental, los cuales nos permitirán desarrollar el proyecto.

## **TEMA: “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL AGROTURISMO EN LA CORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA”**

### **1.1 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA**

La OMT, es el principal organismo internacional que se encarga de regular las actividades turísticas, la misma que contribuye al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental.

La actividad turística está respaldada bajo el Código Mundial de Ética para el Turismo, en el artículo 3 se plantea **al turismo como factor de desarrollo sostenible**. Bajo este lineamiento la actividad agroturística se encuentra amparada por los convenios Internacionales como la Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible y la Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo.

En la actualidad está estipulado en el art. 57 de la constitución del Ecuador el derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades a conservar y promover sus prácticas sustentables de manejo de la biodiversidad, a si tenemos también los derechos de la naturaleza en donde se establece que esta deberá ser respetada y restaurada, de la misma forma se encuentra la ley de Agrobiodiversidad.

Bajo estos lineamientos la Corporación Microempresarial Yunguilla inicio turísticamente en el año 1995 con la implementación de un ecoturismo comunitario en donde se realizan actividades como; caminatas por los diferentes senderos, observación de aves, flora, y ecosistemas de especies en peligro de extinción como el oso de anteojos o el venado de cola blanca, se realizan visitas a sitios arqueológicos como caminos precolombinos, posee un bromeliario y un orquidiario, realizan actividades productivas (mermeladas, quesos, artesanías), poseen una casa comunitaria múltiple para los turistas denominada la casa Tahuallullo aquí también se puede realizar camping y de igual manera los turistas pueden quedarse en una de las casas de las diferentes familias de la comunidad, todas estas actividades se desarrollan en las 30 hectáreas que posee la finca de la corporación la misma que está ubicada en la provincia de Pichincha al noroccidente de la ciudad de Quito en la parroquia Calacalí.

Debido a la importancia que se les ha dado a las actividades antes mencionadas se ha descuidado el uso correcto y productivo de la tierra por lo cual esto en la actualidad ha generado un problema a la corporación en cuanto al mal uso de las tierras y a la alimentación de los turistas y la comunidad, lo que ha llevado a realizar gastos innecesarios en la compra de productos alimenticios a terceras personas, dando como resultado 1 hectárea de terreno improductivo.

Se considera este aspecto de importancia porque al descuidar la agricultura se están descuidando actividades derivadas de la misma como en este caso el agroturismo la cual busca la interacción entre el hombre y la naturaleza, por tal motivo se ve en la necesidad de desarrollar el “**PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL AGROTURISMO EN LA COORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA**”.

### **1.1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cómo implementar el agroturismo en la finca comunitaria de la Corporación Microempresarial Yunguilla para el apoyo de la creación del proyecto?

#### **Preguntas de importancia**

- ¿Cuál es el diagnostico situacional de la Corporación Microempresarial Yunguilla y como se integra el sistema turístico?
- ¿Cuáles son las características de los turistas que llegan a la Corporación Microempresarial Yunguilla y cuál es la oferta que presenta?
- ¿Conocer cómo se están desarrollado las actividades productivas de la Corporación Microempresarial Yunguilla?
- ¿En qué estado económico y financiero se encuentra la Corporación Microempresarial Yunguilla y cuáles serán los planes y estrategias adecuadas para contribuir a la viabilidad del proyecto?
- ¿Qué impactos ambientales causaría la implementación de la actividad agroturística en la Corporación Microempresarial Yunguilla, para así plantear medidas de mitigación?

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

La actividad turística en la actualidad se ha convertido en una alternativa de negocios con resultados factibles, los mismos que se han ubicado en zonas estratégicas saturado así ciertos nichos de mercado como es el caso de la región amazónica y las islas Galápagos, dejando de lado sectores con gran potencial turístico que podrían ser e aprovechados, esto ha ocasionado un retraso en el desarrollo del turismo ecuatoriano y ciertas actividades relacionadas a esta, por este motivo se ve necesario realizar nuevas propuestas o proyectos en los cuales se involucre a gran parte de comunidades de la región andina las mismas que podrían desarrollar y potencializar la actividad agroturística, dando a si oportunidad al crecimiento de otro tipo de turismo.

Con la creación del proyecto de la **“Implementación del agroturismo en la Corporación Microempresarial Yunguilla”** se pretende crear fuentes de trabajo en el área agrícola y turística, a través de la implementación del huerto orgánico cubriendo las necesidades que se han creado por la inexistencia de esta actividad de forma que se promueva el crecimiento de esta nueva modalidad.

Una de las principales razones para el desarrollo de este proyecto es dotar a la finca de un huerto que cuente con productos múltiples nativos de la zona, y cultivos de alta calidad a nivel orgánico, de forma que el medio ambiente no se vea afectado, bajo lo estipulado en el capítulo séptimo de los Derechos de la Naturaleza emitido por la Constitución Nacional del Ecuador y basado en la propuesta de ley de Agrobiodiversidad Semillas y Fomento Agroecológico. Incorporando a si a las tierras que han permanecido improductivas a lo largo de este tiempo, con la implementación del huerto se prevé cubrir tres áreas importantes como es la demanda alimenticia para el restaurante comunitario, la producción de frutos para el abastecimiento de la fábrica de mermeladas y el abastecimiento de productos a la tienda comunitaria.

Otra de las motivaciones para la implantación del huerto es transmitir los conocimientos ancestrales de agricultura orgánica a las nuevas generaciones de la comunidad que poco a poco estos han ido desapareciendo, creando así el desinterés y la desmotivación en los trabajos agrícolas.

El proyecto estará bajo la línea de investigación en cuanto al turismo y la gestión ambiental sostenible, contando así con el respaldo y apoyo de la Corporación Microempresarial Yunguilla y la comunidad, quienes serán beneficiarios de dicho proyecto.

Adicional la implementación del agroturismo será utilizada como una actividad vivencial por parte de los turistas ya que serán participes de los procesos de cultivos de cada uno de

los productos, compartiendo experiencia, conocimientos y tradiciones de forma que represente un valor hedónico en los mismos.

Es importante mencionar que con el desarrollo del agroturismo se puede derivar otro tipo de negocio, como es la comercialización de los productos agrícolas, la misma que generara beneficios económicos y mejorara la calidad de vida de los pobladores de la comunidad.

En definitiva la implementación del huerto ayudara a la gestión y mejoramiento del negocio dotándola de un nuevo recurso y disminuyendo los egresos, incorporando como filosofía la innovación y el mejoramiento continuo, cooperando al incremento de la productividad y competitividad del negocio.

### **1.3 OBJETIVOS PLANTEADOS**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Implementar el agroturismo en la Corporación Microempresarial Yunguilla a través de un huerto orgánico a base de productos nativos del sector para su aplicación como recurso turístico.

#### **1.3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

- a) Realizar un análisis mediante la comparación de datos históricos y actuales del turismo en la Corporación Microempresarial Yunguilla para el conocimiento de su evolución en los últimos años.
- b) Realizar un estudio de mercado identificando la oferta y demanda turística de la Corporación Microempresarial Yunguilla para el reconocimiento del perfil del cliente.
- c) Elaborar un estudio técnico del vivero agroturístico que se implementara en la finca comunitaria para proyectar los costos a través del estudio de ingeniería.
- d) Determinar la viabilidad económica-financiera de la nueva propuesta agroturística para determinar la rentabilidad comercial del proyecto.
- e) Evaluar los impactos ambientales producidos por la actividad agroturística de la zona para la propuesta de las medidas de mitigación correspondientes.

## 1.4 MARCO TEÓRICO

El autor menciona en su libro (Riveros, Blanco, 2003: pp. 5-7) que existen diversos conceptos del turismo como un enfoque económico; desde el cual se puede demostrar que a inicios del año 2000 esta actividad ha ido creciendo y tomando fuerza en diversas partes del mundo como lo menciona la OMT, es así que representa el 12% del PBI no obstante también ayuda a fomentar fuentes de empleo en un 11%.

No obstante en cuanto a regiones podemos mencionar que el Caribe, Europa y Estados Unidos se encuentran en un rango promedio de desarrollo del turismo que oscilan entre un 12 % y 13% seguidos por África y Asia que tienen un promedio de desarrollo del 11.5% mientras que América Latina cuenta con solo un 6% lo que demuestra una ventaja para el desarrollo de esta actividad más aun cuando esta es acompañada del factor humano en cuanto a la representación de alimentación, transporte, artesanía, entre otros, demostrando así que América Latina tiene potencial para el aprovechamiento de la actividad turística.

Otros de los datos que señala el autor acerca del turismo es la visión antropológica la cual es conocida como el desplazamiento de los humanos y acoplamiento a diversos lugares o situaciones, los mismos que están rodeados por un ámbito social, cultural, político y económico, esto ha permitido el desarrollo de las comunidades y la creación de ofertas de ocio para diversos grupos sociales.

Es importante mencionar que la primera agencia de viajes mayormente reconocida en 1874 fue la inglesa Thomas Cook and son la cual fue creada solo para gente de recursos económicos las cuales buscaban lugares tranquilos y de descanso siempre y cuando guardaran la misma relación entre la clase social. A partir del siglo XIX la clase trabajadora tenía destinado el día domingo como día de descanso o para realizar actividades de ocio, no obstante en el año de 1930 se crea el sistema de vacaciones pagas ocasionando un cambio en el desarrollo económico de esta modalidad buscando e innovando nuevos destinos turísticos para que estos puedan ser conocidos.

Sin embargo existen varios elementos que contribuyeron con el desarrollo de la actividad turística como tal; siendo así el crecimiento económico de los países más desarrollados de ese entonces, la innovación en el sistema de transporte, la libre circulación de las personas entre diversos países, el crecimiento urbanístico a nivel mundial y sobre todo las vacaciones pagadas de la clase trabajadora. De esta forma se crean nuevos establecimientos que tengan como finalidad las actividades de ocio o descanso y también que promuevan nuevas fuentes de trabajo de forma que sigan fomentando el crecimiento económico.



*“Hay un amplio marco de discusión conceptual sobre el tema, lo que permite encontrar diversas aproximaciones sobre el turismo. En unos casos es visualizado como una forma de hospitalidad comercializada, en otros casos como agente democratizador, también como la moderna actividad de ocio, o como una forma de expresión cultural, pero también como un proceso aculturativo, o bien un tipo de interrelacionamiento étnico, o una forma de colonialismo, entre otras” (Riveros, Blanco, 2003: p. 8).*

La actividad turística tiene sus propias características por ejemplo; es de carácter estacional, tiene un alto nivel de intercambios culturales, relación con vacaciones, es considerada también como una industria y lo más importante no existe la posibilidad de almacenarla.

Por otro lado a partir de los años 70 la oferta turística estaba dividida en dos grupos el uno que se encargaba de manejar la parte costanera basada en la playa, mar y sol y la otra parte cubría la oferta de visitas a museos, monumentos e historia de varias culturas, a través de la saturación de estos mercados se crean y se derivan nuevos nichos de mercado los mismos que estarán acompañados y respaldados por los pensamientos idealistas de los conservacionistas del medio ambiente, tomando fuerza el interés de conocer sus orígenes y revalorizar lo tradicional. De esta manera los planificadores y especializados en el tema tienen la necesidad de conocer cuáles son las características de la demanda para poder crear nuevos y novedosos productos de forma que vayan acorde a la personalidad de cada individuo.

Como resultado se realizaron varias segmentaciones de mercado con la finalidad de satisfacer a la diversa demanda de turistas de todo el mundo, en este caso las categorías de turismo son: cultural, histórico, recreacional, religioso, étnico, de aventura, el medio ambiental, deportivo, de conferencias y de salud. Es importante mencionar que para este caso se tomara como referencia las categorías que competen a la investigación que se está realizando bajo el marco del desarrollo territorial sostenible:

- Los que quieren conocer la producción de productos alimenticios autóctonos de un lugar, de manera que puedan ser parte de la preparación de diversos platos típicos, la búsqueda por compartir formas de vida entre las comunidades rurales.
- Los interesados en conocer nuevas formas de producción como la artesanal, elaboración de cerámica, metales preciosos, piscigranjas, agroindustrias rurales.
- Los que quieren establecer un contacto directo con la naturaleza, a través de observación de aves, caminatas, observar la flora y fauna, conocer accidentes geográficos (lagunas, cascadas, montañas, nevados, bosques, cuevas).

- Los interesados en conocer las tradiciones locales o campesinas, de forma que puedan revalorizar su cultura o de igual manera los que tengan interés por conocer culturas diferentes a la suya.
- Los que buscan interactuar con otras sociedades a través de sus costumbres, pudiendo ser partícipes de su folclor, su vida diaria, su alimentación y de sus prácticas ancestrales.

Por último estas motivaciones de la demanda turística pueden encerrarse dentro de diferentes conceptualizaciones, las que para fines de la investigación del documento los redactores del libro los han determinado de la siguiente manera; ecoturismo, agroturismo y turismo rural.

### **Ecoturismo o turismo de naturaleza**

Como señalan los estudios del autor (Riveros, Blanco, 2003: p. 9), los especialistas enfocan la conceptualización a la oferta de productos turísticos relacionados al área ambiental como es; la flora, fauna, geología, climatología, hidrografía y el contacto con las manifestaciones culturales locales, convirtiéndola así en una de las modalidades de turismo más amplia de todas, según ese enfoque, el agroturismo, el ictioturismo o peca deportiva, el turismo científico, rural, religioso, cultural y de aventura pasan a formar parte del ecoturismo.

Asimismo el turismo basado en la naturaleza que engloba al ecoturismo se lo lleva a cabo en pequeña escala a comparación del turismo de convenciones que se lo practica con mayor frecuencia, no obstante el ecoturismo se ha convertido en una actividad dinamizadora logrando un crecimiento progresivo de un 20% manifiesta la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza ([www.iucn.org](http://www.iucn.org)). La principal motivación de los turistas hacia entornos naturales es la búsqueda de nuevos estímulos, sensaciones y retos que la naturaleza les pueda ofrecer, ya que en el entorno y en la vida diaria es difícil encontrar países con áreas naturales representativas de la misma, ocasionando la inexistencia de sensibilidad frente a los problemas del medio ambiente.

Es importante mencionar que no existe una definición clara de ecoturismo de forma que los especialistas que manejan este tema lo denominan también como; turismo ecológico o turismo de áreas protegidas describiéndola como:

*“una modalidad de turismo medioambiental responsable, consiente en viajar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestre) de dichas áreas así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, un bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”.*

Otra de las definiciones más usadas es la enunciada por la sociedad de ecoturismo TIES<sup>1</sup> ,  
*“viajar de forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”.*

## **Turismo Rural**

Como manifiesta el autor (Riveros, Blanco, 2003: p. 10), la descripción de este término radica en Europa como resultado del alquiler de habitaciones de los propios dueños de las casas a costos bajos, facilitando la convivencia entre familias y foráneos de forma que puedan ser parte de sus costumbres y de su vida diaria por ejemplo conocer su gastronomía, su folclor y su estilo de vida no obstante esta actividad nunca dio prioridad a la agricultura, a través de la acogida que tuvo esta modalidad de turismo se crearon normativas que apoyaron al crecimiento y al desarrollo de nuevos servicios que se podrían ofertar.

Los mismos permitieron la creación de normativas para el control de los servicios que se estaban ofertando en los diversos establecimientos, se crearon sistemas de protección para patentar las marcas comerciales ya existentes, se establecieron costos comerciales estandarizados (precios), se iniciaron proyectos para el desarrollo de estrategias comerciales, se buscó nuevos mercados para ofertar los servicios y se difundió material publicitario entre folletos y catálogos, en la actualidad en la Unión Europea más del 28% de la población se dedican a pasar sus vacaciones en áreas naturales.

Para complementar los servicios que se ofertaban en las haciendas y fincas se crearon actividades suplementarias como, culturales, recreativas o de ocio, recorridos interpretativos, actividades deportivas y de aventura, con la finalidad de ofrecer innovación para la demanda de turistas que cada vez crecía más.

Como ejemplo uno de los países pioneros es Francia ya que fue apoyada por el sector público para que esta actividad se desarrollara y creciera convirtiéndola en uno de los ofertantes con varios productos de desarrollo rural, las ventajas para su crecimiento fueron la creación de subsidios para los agricultores y el otorgamiento de bonos para las vacaciones de los turistas, posteriormente España busco desarrollar esta actividad pero

---

<sup>1</sup>The International Ecotourism Society

como un producto complementario al ya existente que era de sol y playa que ya poseía un mercado específico.

Por otra parte en América Latina países como Argentina, Chile, Uruguay y Colombia adoptaron esta nueva modalidad de turismo manejada bajo un sistema similar al europeo, en la década de los noventa en el sector de la Patagonia se crearon alrededor de 1500 proyectos enfocados al desarrollo del turismo rural, de esta manera se diversificó el producto agropecuario y obtuvo mayor interés, así también Colombia tras la crisis económica se vio obligada a buscar nuevas estrategias de desarrollo para no cerrar las fincas cafeteras, es entonces donde turistas demuestran interés por conocer estas fincas que posteriormente se convirtieron en hoteles rurales.

Sin embargo el concepto de turismo rural es manejado como la combinación de tres elementos: hombre – espacio – producto, buscando así la inclusión de todas las actividades que se puedan realizar en el ámbito rural siempre y cuando la oferta esté integrada de servicios y ocio. También que se destaque la participación con las familias agropecuarias y agroindustriales de forma que puedan conocer su estilo de vida y ser parte de sus costumbres y tradiciones, por consiguiente, el elemento común del turismo es salvaguardar el patrimonio natural, cultural y arquitectónico del entorno rural.

### **Agroturismo**

De acuerdo al autor (Riveros, Blanco, 2003: p. 11), el agroturismo también es conocido como agroecoturismo, el cual encarga de ofertar al turista un contacto directo con el proceso de realizar productos ya sea en fincas agropecuarias o agroindustriales teniendo como finalidad el consumo de dichos productos.

El investigador venezolano (Bodowski, 2001: p.8), menciona en su publicación:

*“El agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agro ecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias”*

Por otro lado el agroturismo en los últimos años se ha definido como un sinónimo de turismo rural el mismo que tiene como objetivo visitar emprendimientos rurales o comunitarios con tendencias agropecuarias, involucrando a sí a diversas actividades de alojamiento, restaurantes de comida típica, oferta de productos elaborados en las fincas, artesanías, actividades de ocio entre otras, siendo un equivalente de experiencias ligadas a una vida de campo.

Además las actividades que se consideran como ejemplo de desarrollo agroturístico son: participar en la recolección de café, frutas o cualquier producto de tipo agrícola, ordeñar manualmente una vaca, asistir a una típica corrida de toros, participar en la elaboración de quesos o panelas y participar en las prácticas del cuidado de un vivero de plantas.

### **Aproximación al perfil de un turista rural**

Según el autor (Riveros, Blanco, 2003: p. 12), la finalidad de esta iniciativa es promover el desarrollo sostenible de una localidad utilizando todos los elementos posibles como el factor medio ambiental, cultural, económico y sustentable los mismos que pueden ser ofertados a diversos nichos de mercado dependiendo la motivación de cada uno de los turistas. Por este motivo es que se plantea un perfil de cliente el cual está definido como:

*“un neo-romántico desencantado con la sociedad urbana, pero sin poder renunciar permanentemente a su cotidianeidad como ciudadano. Preocupado por la naturaleza y por las culturas que, intuitivamente se considera en la frontera del cambio inminente, busca las señas de identidad y elogia lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico”.*

De esta manera se puede identificar dos tipos de turistas rurales, unos que se enfocan en la participación de actividades en el espacio físico como la práctica de deportes y otros que se interesan más por la parte cultural y el estilo de vida de las comunidades rurales, no obstante los dos casos forman parte de una motivación de consumir, compartir, apropiarse del estilo de vida y ser parte de un entorno natural no relacionado al propio.

### **El Agroturismo y el desarrollo rural**

El autor (Riveros, Blanco, 2003: pp. 12-14), manifiesta que esta nueva modalidad de turismo contribuye al bienestar y al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades rurales, en la cual se lleva a cabo la práctica de visualizar, entender y revalorizar los elementos metodológicos y conceptuales ya implantados en el desarrollo del sector rural, entre los lineamientos de desarrollo tenemos:

- El agroturismo contribuye a la revalorización del término territorio con la finalidad de promover propuestas de desarrollo inversionista para las zonas colectivas.
- A través del agroturismo se articulan otras actividades como la agroindustria rural demostrando armonía dentro de un espacio determinado, cada actividad cuenta con unos objetivos diferentes basados en lineamientos y normativas.

- Dentro del marco referencial el agroturismo es una actividad que desarrolla varios elementos como, generar fuentes de empleo, dinamizador económico, generar ingresos a través de servicios conexos, dimensión social, revalorización cultural, cuidado ambiental, debido a que algunas actividades turísticas se enfocan más al aprovechamiento de ecosistemas y por último el elemento político institucional que es el encargado de planificar, ejecutar y controlar los proyectos que se pongan en marcha fortaleciendo así la autoadministración de las comunidades rurales.
- El agroturismo es un ejemplo de desarrollo rural debido al aprovechamiento de las actividades derivadas como de la agricultura, dando mayor importancia al valor agregado que estas pudieran ofrecer.
- No obstante el agroturismo es ejemplo de empleo rural no agrícola y de generación de recursos económicos no agrícolas debido a que el turismo como valor agregado genera mayor beneficios al sector rural, así también da apertura al sistema de transporte, alimentación, ocio y tiendas que van a la par con el desarrollo del agroturismo.
- El agroturismo es considerado como el emprendedor de iniciativas empresariales las cuales pasaran a formar parte de los ofertantes, es importante considerar que esta actividad promueve la revalorización y mantenimiento de las costumbres y tradiciones de las comunidades rurales así también la convivencia con las mismas siendo parte de su lenguaje, principios éticos, identidad, desenvolvimiento social, gastronomía, entre otras.

Finalmente es importante considerar que los sectores rurales que realicen agroturismo deberán recibir de manera directa todos los beneficios económicos ya que es ahí donde se lleva a cabo el desarrollo local, de esta forma se fomenta la contratación de mano de obra local, se evita el desplazamiento de la población hacia otros sectores, se mantiene el contacto con otras actividades complementarias como la alimentación, transporte y la compra de suvenires, de esta manera el agroturismo aporta al desarrollo de las zonas rurales de forma equilibrada. 22, 28,33-35, 38, 55-57

Otro de los autores (IICA, 2008, pp. 22, 28, 33-35, 38, 55-57) señala en su informe la contribución del <sup>2</sup>IICA al desarrollo de la agricultura y las comunidades rurales de las Américas, se destaca el desarrollo que han tenido los países asociados al IICA en cuanto a los proyectos de emprendimiento agroturístico que han implantado, debido a esto han incrementado los ingresos y las oportunidades de trabajo lo cual demuestra que con la creación de políticas y reglamentos el agroturismo ha podido desarrollarse en países como

---

<sup>2</sup> IICA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

Granada, Guyana, Republica Dominicana, Surinam y otros poniendo en práctica así que el sistema Interamericano está especializado en la agricultura y el bienestar de la población rural.

Sin embargo el agroturismo es una nueva modalidad de hacer turismo rural en la cual las casas rurales se convierten en alojamientos para huéspedes, los mismos que pondrán convivir con las comunidades y ser partícipes de las actividades de ganadería y agricultura, la principal característica del servicio es brindar un trato familiar y en un espacio físico apto para el desarrollo del mismo como son haciendas y fincas.

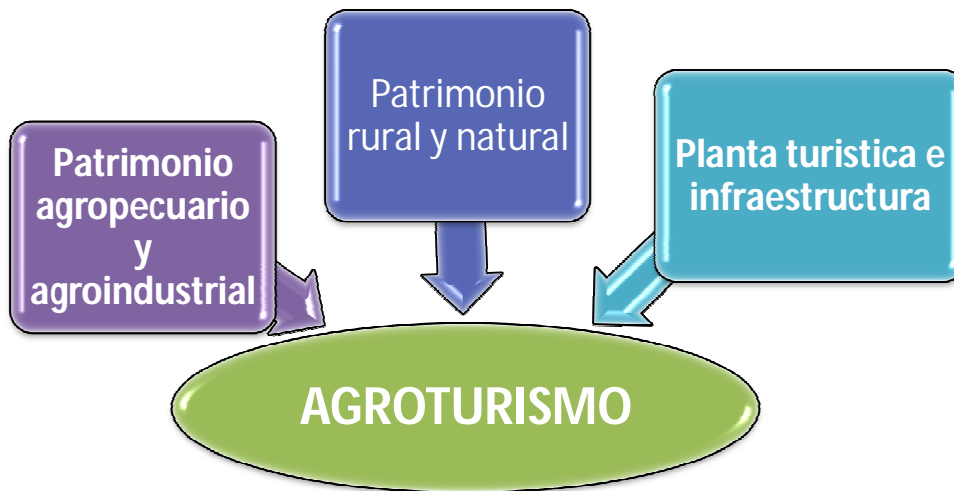
Por otra parte el agroturismo no pretende ser la actividad primordial frente a la agricultura y ganadería de una finca o hacienda, si no trata de cambiar la perspectiva tradicional de la misma conjugando así gran parte de las actividades que los turistas realizan en los establecimientos con la histórica interacción entre el hombre y la naturaleza. No obstante dicho lugar pasara a convertirse en un atractivo turístico donde el visitante podrá ser partícipe de actividades culturales, alojamiento adecuado, convivencia en la naturaleza, degustación de comidas típicas y lo más primordial la convivencia e intercambio cultural entre turistas y comunidades basados en el aprendizaje de prácticas ancestrales tanto agrícolas como ganaderas.

También puede ser definido como una diversificación de las fincas agropecuarias las mismas que están bajo la organización y control de los agricultores, de esta forma se logra complementar los ingresos a través del turismo. Facilitando a los turistas la oportunidad de obtener alojamiento, alimentación y participación en trabajos agropecuarios que estarán acompañados de una explicación interpretativa basada en los procesos de producción y comercialización.

De tal manera que lo que oferta el Agroturismo es; la cosecha de diversos productos, trilla, ordeño del ganado, rodeo, producción de conservas, cuidado de los animales, entre otras. Que conjugadas con otras actividades como; caminatas interpretativas en las fincas, cabalgatas, avistamiento de aves, visitas a diferentes entornos naturales, entre otros. Forma un producto turístico diferente en el cual el visitante o turista tiene la oportunidad de estar en contacto directo con áreas naturales, ganadería y agricultura.

Finalmente de esta manera el agroturismo da un valor agregado a la actividad agropecuaria y crea una nueva motivación para diferentes segmentos de turistas, dando como resultado innovación en el producto turístico.

Figura 1. Conformación del producto agroturístico.



Fuente: elaborado con base en IICA 2000, p. 22. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

Una de las ventajas al momento de desarrollar la actividad agroturística es que esta se lleva a cabo en fincas y zonas pequeñas en las que básicamente se dedican a la producción agrícola y ganadera en pequeña escala.

Sin duda, el agroturismo es una estrategia económica dinamizadora en el desarrollo de las zonas rurales, que ayuda a mejorar la calidad de vida de las comunidades que son parte de ellas, ya que se está dando un valor al reconocimiento y mantenimiento de las prácticas culturales ancestrales, así también se crea una perspectiva de revalorización del trabajo o empleo que se llevan a cabo en los campos.

El agroturismo está conformado por varias actividades como se observa en la siguiente figura.



Figura 2. Actividades del agroturismo



Fuente: elaborado con base en IICA 2000, p. 24. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

No obstante el desarrollo de esta actividad detiene el deterioro ambiental y es amigable con el mismo ya que se elimina el uso de pesticidas u otras sustancias utilizadas para una producción a gran escala, otro beneficio de la actividad es evitar que el suelo sea erosionado, rotando y variando los productos que serán sembrados, a si también podemos realizar senderos que permitan la movilización de los grupos.

Es importante considerar que con el apoyo de una entidad bien planteada en el Ecuador esto puede generar de igual manera buenos resultados ya que en las tres regiones del país Costa, Sierra y Amazonia existen productos nativos los cuales pueden ser bien aprovechados, de forma que crezca la producción agrícola acompañada de un valor agregado que es el turismo, ya que existe la motivación de los turistas por conocer como trabajaron la tierra las generaciones antiguas y cuál es el proceso exacto para realizarlo.

En este caso lo que vende el agroturismo es un entorno paisajístico y vivencial por lo cual es importante cuidar y estructurar de forma correcta donde y como se va a llevar a cabo la actividad, vale la pena recalcar que la sierra Ecuatoriana es la que más alfombras agrícolas posee siendo así que el país cuenta con ese entorno paisajístico característico del agroturismo y lo que le falta es el apoyo en capacitaciones de emprendimiento para que los agricultores aprendan a desarrollar el turismo en sus áreas de trabajo agrícola.

Con este mismo enfoque el autor (Organización Mundial del Turismo, 2003: pp. 17-20, 37-38, 111-180, 184-185) manifiesta que esta actividad en el mundo inicio a partir de la década de los años 50 tanto en Europa como en Norteamérica esta forma de turismo nació de manera informal, a través de la aparición de nuevas modalidades y motivaciones en la demanda turística surgiendo la idea de albergar a turistas en las zonas rurales y obtener ingresos económicos por los servicios que se brindarían en el lugar ya sea alimentación, alojamiento y ocio.

Otro motivo para el desarrollo de esta modalidad fue la saturación y agotamiento de los tradicionales modelos turísticos, los mismos que no tuvieron una planificación y control en cuanto a su crecimiento, no obstante carecían de planes de manejo ambiental. A través del desarrollo de la conciencia ambiental y el respeto a la misma se crea un clima favorable para el desarrollo de nuevos proyectos que estén dentro de un ambiente sano y en el cual puedan realizar diversas actividades;(como caminatas, degustación de comidas tradicionales, convivencia con familias de las zonas rurales, participación en actividades agrícolas y ganaderas, entre otras).

Por otro lado el turismo rural surge en base a diversas razones como:- conocer nuevos destinos no turísticos que contengan mayor calidad ambiental e integración con la naturaleza.- La presencia de la crisis en la actividad agrícola.- La presión de la Unión Europea por impulsar proyectos rurales los mismo que ayuden al desarrollo económico del sector rural.- El aprovechamiento en los viajes de fin de semana y feriados.- El desarrollo humano, social y económico en las zonas rurales frente al crecimiento del desarrollo industrial.

Un ejemplo de emprendimiento de la actividad es Francia la cual fue uno de los país que inicio el desarrollo de esta modalidad de turismo, en donde franceses que se dedicaban a la agricultura en zonas montañosas eran concurridos diariamente por visitantes, tomando la decisión de adecuar sus hogares para recibir a turistas por uno o varios días, teniendo la oportunidad de ofertar la variedad de comidas locales y sus productos. Paulatinamente se iniciaron organizaciones encargadas de realizar la programación de las estadías de los turistas en las casas de los agricultores, logrando así captar un cierto porcentaje de turistas para este nuevo mercado, que posteriormente recibió el apoyo de los Ministerios tanto de turismo como de agricultura.

No obstante en Francia el sector publico apoyo el crecimiento de esta nueva modalidad de turismo no solo como una tendencia sino como una oportunidad de crear fuentes de trabajo y preservar tanto el patrimonio natural como el cultural de las diferentes regiones, dando así diferentes estímulos a los agricultores y a los turistas, mientras que en el modelo ingles se dio mayor apertura al sector privado debido a que tenían mayor estabilidad económica y podía sustentar uno de estos negocios o proyectos de turismo rural.

Sin embargo al entorno rural nunca se lo vio como un lugar de atracción turística ya que siempre funciono como una zona de producción la cual era trabajada solo por los agricultores, de forma que no podía competir contra la atracción que causaba más el mar y las diferentes actividades que se realizaban en ella; como era la visita a las playas y recorridos en cruces siendo estas las preferencias vacacionales de los turistas. Para su mayor favorecimiento los medios de comunicación se enfocaron en las zonas recreativas costaneras que en las zonas rurales.

Por otra parte la historia de las zonas rurales tanto de Europa como de Norteamérica cambiaron a partir de la década de los años 70, a causa del movimiento ambientalista el cual tenía como objetivo salvaguardar el medio ambiente y ser partícipe de los recursos naturales que esta proveía, otorgando más importancia al desarrollo de los sectores rurales de forma que puedan transmitir las costumbres y tradiciones de la vida rural. A través de esto el turismo rural paso a jugar un papel importante en la propuesta de productos turísticos originales.

Existen factores que permitieron el desarrollo de esta actividad como son:- la innovación de actividades turísticas diferentes,- vacaciones con tendencias culturales, participar de forma más directa y activa con la naturaleza,- mantener el patrimonio colectivo de las entidades públicas de forma que se evite la desaparición de los entornos rurales,- la creación de nuevas fuentes de ingreso para los agricultores y habitantes de los sectores rurales de forma que puedan mejorar su calidad de vida,- la revalorización del estilo de vida en el campo y la de su patrimonio.

No obstante en el continente americano también ingresaron al oficio del desarrollo agroturístico con la finalidad de buscar nuevas fuentes de ingresos para las actividades agrícolas tradicionales obteniendo así una mejor rentabilidad. Existen datos que registran los países precursores en desarrollar la actividad agroturística en América.

## Cuadro 1

### ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL EN AMÉRICA

<b>REGISTRO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD</b>	
Desde que años se tienen registros del primer establecimiento que se dedica al turismo rural	
ARGENTINA	1973
BRASIL	1986
CHILE	1995
MEXICO	1988
NICARAGUA	1970
PANAMA	1970
PARAGUAY	1997
REP. DOMINICANA	1997
URUGUAY	1980

Fuente: Cuadro elaborado en base al Registro de actividades de Turismo Rural en América 2003, p.33.

Los productores que ingresaron al desarrollo de esta actividad tuvieron como objetivo crear una nueva alternativa de rentabilidad siendo así que la actividad turística actuó como elemento completaría de las actividades tradicionales ya sea de agricultura o ganadería. Una de las ventajas de esta nueva modalidad es que es un producto fuerte de innovación y de atracción para los turistas ya que ellos gustan de la participación de conocer nuevas familias rurales y su estilo de vida.

Es importante considerar que esta actividad es nueva y tiene mucho por explotarse siempre y cuando sea de una manera sostenible, para desarrollar la actividad no es importante que el producto sea reconocido ya que en épocas anteriores se lo ofertaba como productos complementarios de otro, obtenido buen resultado. Una estrategia es la visita de turistas a un centro turístico en el cual si existe accesibilidad del demandante se puede incluir al recorrido alguna actividad vinculada a la tarea rural.

## Cuadro 2

### CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS EN OFERTA TURÍSTICA

Países	# de Establecimientos
Argentina	870
Chile	450
Brasil	350
México	200
Panamá	180
R. Dominicana	110
Uruguay	100
Nicaragua	35
Paraguay	25

Fuente: Cuadro elaborado en base al Registro de actividades de Turismo Rural en América 2003, p.34.

Cada uno de estos países genera fuentes de empleo estables lo que ayuda al mejoramiento económico de las familias y también de su calidad de vida a través de la contratación de mano de obra local, por otra parte los elementos que conforman la actividad agropecuaria en las Américas son; la agricultura, ganadería, pesca y forestación cumpliendo un papel indispensable en la distribución de alimentos, estos países juegan un papel central el desarrollo regional de los mismos ya sea económico o social buscando así la mejora de la calidad de vida de las comunidades Americanas.

Así mismo los países de Latino América cuentan con un 25% de tierras potencialmente productivas en todo el mundo, poseen el 40 % de bosques tropicales, el 30% de reservorios de agua dulce y cuenta con el 23% del inventario ganaderos, sin embargo cada uno de estos elementos no han sido aprovechados por diversas causas como es la migración de los pobladores de las zonas rurales las ciudades grandes.

Por tanto, el Agroturismo se ha generado como una nueva alternativa frente a la respuesta de la saturación del mercado de turismo tradicional, creando así una nueva necesidad de conocer lugares diferentes que no han sido explotados por el turismo de tal forma que los turistas buscan nuevas alternativas para sus vacaciones.

Por este motivo es que el agroturismo se ha convertido en una actividad innovadora, aceptada y de interese de los viajeros ya que resalta la convivencia con la naturales y el

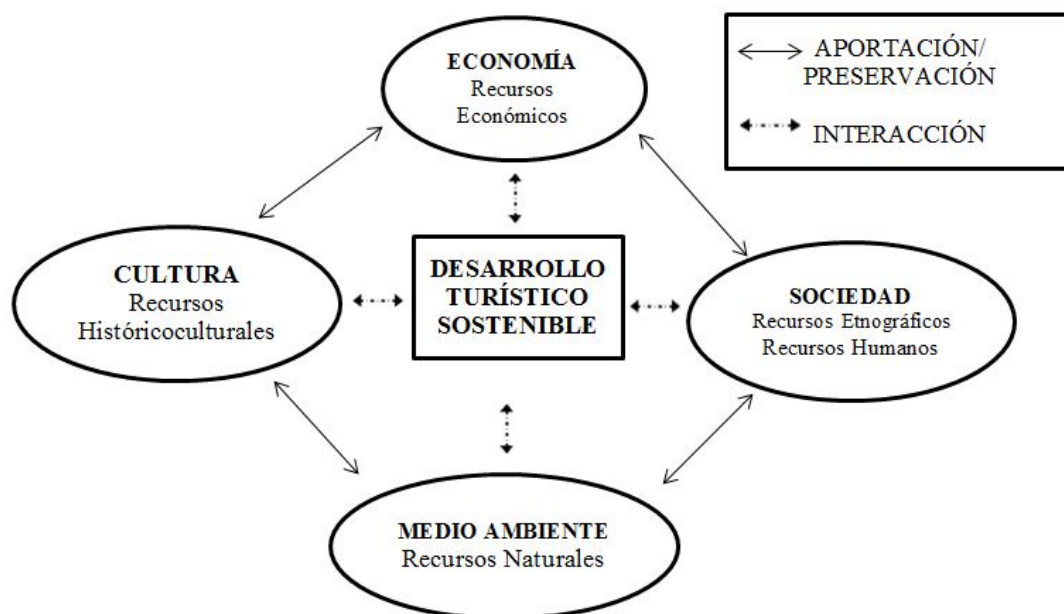
respeto a la misma. En esta actividad los turistas tienen la oportunidad de conocer y ser parte de las tradiciones y estilos de vida de las personas que trabajan y viven en el campo desarrollando la actividad agrícola y ganadera.

Para que el Agroturismo sea más dinámico se le adjuntan actividades complementarias como; recorridos interpretativos, creación de senderos para la observación de la flora y fauna, observación de aves, turismo de aventura, cabalgatas, entre otros. Cada una de estas actividades busca ser un valor agregado al servicio que se están ofertando otra de las características importantes es que el turista tendrá la oportunidad de convivir y conocer de cerca la vida de un entorno rural.

Con la finalidad de que el agroturismo se caracterice por ser una actividad sostenible ya que posee los cuatro ejes fundamentales de la sostenibilidad; sociedad, economía, cultura y medio ambiente, los mismos que deben estar combinados con la intervención de la sociedad en el desarrollo de la actividad, no excederse en cuanto a la capacidad de carga de un atractivo ya sea natural o cultural, desarrollo de infraestructura y equipamientos, no causar agresiones a los recursos turísticos, etc.

En el siguiente cuadro se observa la interacción de los cuatro ejes de la sostenibilidad:

FIGURA 3



Fuente: Cuadro elaborado por Crosby, Re-inventando el turismo rural gestión y desarrollo, 2009, p.109.

En el Ecuador, el Agroturismo se ha convertido en una de las actividades que contribuyen al desarrollo económico del país. A través de la integración del trabajo agrícola y ganadero con un valor agregado que es el turismo, esta actividad se lleva a cabo en fincas y haciendas donde se ha tenido mayor acogida y se ha dado apertura para el desarrollo adecuado de la prestación de servicios tanto en alojamiento como en alimentación, con la finalidad de cubrir las necesidades de los turistas que gustan de esta actividad.

Por lo tanto se establece que el Ecuador es uno de los países que posee un gran potencial cultural y natural el mismo que está apto para desarrollar nuevas alternativas como el agroturismo, es un país netamente agrícola y ganadero aportando así el 16.5% del PIB al país, además se encarga de generar fuentes de trabajo para la población rural.

Logrando así que el Agroturismo pueda ser implementado en cualquiera de las diferentes regiones naturales del país ya que debido a su biodiversidad y plurinacionalidad encontramos ambientes aptos para el desarrollo de la misma; por ejemplo encontramos fincas cafeteras, cacaoteras y bananeras en la región litoral; así también encontramos en la región andina haciendas, fincas, granjas que se encargan del cuidado del ganado y del trabajo agrícola.

Un ejemplo de Agroturismo en el Ecuador es la “Ruta del Cacao” la misma que tuvo inicio en la provincia del Guayas, está conformada por seis haciendas; La Danesa, La Gloria, Rodeo Grande, El Castillo, Las Cañas y Jambelí. El recorrido contiene 59 kilómetros de ruta iniciando en la Reserva Ecológica Manglares Churute pasando por las haciendas; las Cañas y Jambelí ya que por su producción agrícola, son el deleite de turistas que desean conocer productos de exportación como el cacao y banano, se puede visitar sus empacadoras, pasear a caballo o deleitarse de la exquisita gastronomía, posteriormente se continúa por el pueblo de Naranjal y se termina en el Centro Shuar. (NAVAS, 2004; p.16)

Cada una de las haciendas ofrece diversas actividades para el entretenimiento de los turistas como es la cosecha y procesamiento del cacao, degustación de jugo de cacao, degustación de comidas tradicionales, así también ofrecen paseos o recorridos a caballo por los diferentes senderos existentes, observación de gallos de pelea, participación de bailes folclóricos, amorfinos y bandas de pueblo.

Así mismo es importante mencionar que en el Ecuador el cacao es símbolo de nobleza y prosperidad económica, identidad de nuestra tierra fértil desde antes que sea república, es el nombre que hoy se da a la ruta ya mencionada por sus características de producción y vegetación exuberante, la cual se ha convertido en una de las rutas más visitada por turistas nacionales y extranjeros.

Otro ejemplo de desarrollo agroturístico es la COMUNIDAD LAS LAGUNAS que pertenece a la red de turismo comunitario “Saraguro Rikuy”, esta comunidad indígena está

ubicada al Sur de Saraguro con una distancia de 2 km desde Saraguro, los habitantes viven de la agricultura, ganadería, artesanías y del turismo comunitario. Los pobladores consideran que la combinación del turismo, la agricultura y la ganadería han brindado la esperanza de una mejor calidad de vida a nivel familiar y comunitario, conservando los recursos naturales y revalorizando la cultura de las comunidades.

Por otro lado el propietario de la red de turismo comunitario “Saraguro Rikuy”, enuncia que con el desarrollo de estos proyectos se puede ofertar el Ecuador con nuevas modalidades de hacer turismo, captando la atención de turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de satisfacer sus nuevas necesidades. Así también fomentamos el desarrollo del turismo rural y el agroturismo en el Ecuador. ([www.turismosaraguro.com](http://www.turismosaraguro.com))

Por otra parte el autor (Fernández, 2002: pp. 62-70, 86-87) hace mención al significado de turismo sostenible en el cual se considera que:

*“La sostenibilidad es la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”*

Para lograrlo es necesaria la reserva de las materias primas de los procesos productivos. La sostenibilidad está dentro de tres entornos, social, económico y ambiental, lo cual permite mejorar la calidad de vida de las poblaciones, tener accesibilidad a los recursos naturales y evita que perduren los daños ocasionados en el medio ambiente.

Por lo tanto el desarrollo sostenible implica asumir un enfoque de las actividades productivas que se desarrollaran a largo plazo, como es el caso de la aplicación del agroturismo, que se refiere al cuidado y mantenimiento a largo plazo del atractivo de un determinado destino. El desarrollo turístico persigue satisfacer las necesidades y deseos de la población local rural en términos de mejora de los estándares y calidad de vida, además persigue satisfacer las diferentes motivaciones para realizar turismo, debemos destacar que en el Ecuador se tiene más aceptación por el turismo de naturaleza el cual encierra una gama de sub-actividades.

Así mismo podemos considerar que la sostenibilidad es sinónimo de equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación de los recursos naturales, generado que cada vez sea más económicamente independiente fortaleciendo así desarrollo socioeconómico de las zonas rurales o de las comunidades locales.

No obstante este factor sirve como apoyo para el cuidado y mantenimiento del medio ambiente así también como a los procesos ecológicos que están dentro de ella por ejemplo la biodiversidad y los ecosistemas, cada uno de estos elementos es una ventaja competitiva



frente a los otros mercados turísticos ya que se pueden ofertar servicios que sean de satisfacción total del turista, se puede generar mayor oportunidades de inversión, crecimiento económico local y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

A su vez la sostenibilidad va a la par con el movimiento ecologista el cual busca la protección del medio ambiente, este se entiende como la forma especializada del turismo concentrado y limitado a ciertas áreas denominadas actividades, en regiones naturales relativas sin alteraciones y con status de zonas protegidas. El movimiento ecologista apoya a la protección de la naturaleza mediante la generación de beneficios económicos para las comunidades locales, organizaciones o autoridades responsables de la conservación de las áreas naturales creando puestos de trabajo y oportunidades, incrementando la conciencia sobre la importancia de preservar los recursos naturales.

No obstante es importante resaltar la coordinación entre el turismo y las comunidades locales en la cual se menciona que los atractivos ecológicos están dentro de las zonas naturales y también cerca de los asentamientos étnicos (comunidades) lo cual demuestra que la práctica del ecoturismo no solo se basa en mantener y cuidar el entorno natural sino también en preservar y respetar a las comunidades ancestrales que puedan estar situadas en diversas zonas de forma que podamos crear un vínculo de armonía al conocer sus costumbres y tradiciones.

De esta manera las comunidades rurales son las encargadas de crear o fomentar microempresas para la prestación de servicios así también puede estar asociado con entidades públicas como privadas que manejen este tipo de servicios, siempre y cuando esté perfectamente planificada, organizada y controlada. También podemos destacar el desarrollo económico que tendrá la comunidad ya que los recursos generados en la zona deberán ser distribuidos en la misma fomentando la equidad.

No obstante es importante que las comunidades estén al tanto de los proyectos que se realicen en cuidado del medio ambiente ya que si este llegara a verse afectado el desarrollo de las actividades que en ella se realizan se verán obligadas a ser suspendidas de tal forma que generaran pérdidas económicas para las comunidades.

Entre las ventajas positivas del turismo sostenible tenemos; la involucración de los pobladores de las comunidades en los proyectos de desarrollo turístico, el compromiso de las comunidades al trabajar en la actividad turística, el manejo correcto de lo que es la sostenibilidad en áreas naturales.

De esta manera se considera al agroturismo como una rama que se encuentra dentro del Ecoturismo ya que este se basa en la exploración y aprendizaje del medio ambiente, además este busca minimizar los impactos negativos en el mismo y fomenta el desarrollo económico de las comunidades.

Así mismo la sostenibilidad ambiental hace referencia al equilibrio que se genera a través de la relación armónica entre la sociedad y la naturaleza que la rodea y de la cual forma parte, para esto es importante destacar algunas propuestas prácticas que ayudarán al cuidado del ambiente:

- Las personas deberán ser más conscientes de los productos que adquieren ya que pueden ser nocivos para la naturaleza.
- Despertar el interés y el respeto por la conservación de la vida silvestre y la naturaleza que nos rodea.
- Los especialistas o naturalistas deben brindar conocimientos y herramientas que ayuden al fomento de la sostenibilidad ambiental.
- Todos los emprendimientos o negocios deben tener una cultura medioambiental la cual esté encargada de realizar programas o charlas interpretativas sobre el cuidado de la naturaleza.

De acuerdo con el autor (DRUMM, MOORE, 2005: pp. 15-18, 23-25, 43-45), el Ecoturismo se denomina como una actividad de interacción entre la naturaleza y el ser humano, permitiendo la convivencia mutua de los dos elementos, es importante considerar que las comunidades juegan un papel importante en el desarrollo de esta actividad ya que los pueblos son los mismos actores que llevan a cabo la realización de este proceso debido a que son ellos los que poseen el conocimiento idóneo del lugar que están interpretando.

*“El ecoturismo es un concepto que ha evolucionado durante los últimos 20 años mientras la comunidad conservacionista, la gente que vive en y alrededor de las áreas protegidas y la industria del viaje han sido testigos de una explotación en el turismo de naturaleza y se han dado cuenta de sus mutuo interés en dirigir su crecimiento, el ecoturismo ha traído la promesa de lograr los objetivos de la conservación de locales y de generar nuevas empresas, prometiendo el cuidado del medio ambiente siempre en forma positiva”.* (DRUMM, MOORE, 2005: p. 15)

De esta forma el ecoturismo debe manejarse bajo varios lineamientos como lo establece la OMT<sup>3</sup> en su publicación The British Ecotourism Market:

- No ocasionar impactos ambientales bajo las áreas naturales protegidas.
- la actividad de ecoturismo debe tener contenidos educativos e interpretativos.

---

<sup>3</sup>OMT; Organización Mundial de Turismo

- Involucrar a las comunidades, prestadores de servicios turísticos, establecimientos no gubernamentales, instituciones y otros con el afán de crear alianzas estratégicas para que el producto pueda ser conocido.
- Revalorizar y respetar las culturas y tradiciones de las diversas localidades.
- Los ingresos económicos generados deberán ser redistribuidos en la misma comunidad con la finalidad de crear equidad.
- Apoyar económicamente al mantenimiento de las áreas naturales protegidas.
- Educar a los actores que participan en el desarrollo de la actividad de ecoturismo acerca de la importancia de la preservación.

En cuanto al Ecoturismo y las comunidades locales se ha reconocido el papel que desarrollan las comunidades dentro de los entornos naturales y culturales al formar parte de emprendimientos propios con la finalidad de salvaguardar la biodiversidad de las distintas zonas, las comunidades son los actores encargados de la planificación y manejo de proyectos de cuidado ambiental los cuales han sido otorgados por los directores de las áreas protegidas.

Sin embargo no todas las comunidades y miembros estarán dispuestos a trabajar en la actividad turística de manera que se han derivado de esta otras ramas en las cuales pueden incursionar las comunidades como son:

- El arrendamiento de las tierras a una operadora turística para que pueda trabajar en ellas.
- Es una opción de trabajo ya sea de tiempo completo o medio tiempo en las operadoras turísticas.
- Ser participe en brindar servicios de alimentación propios de la zona en la que se encuentren, participar como guías nativos, ofrecer servicios de transporte y alojamiento.
- Formar una empresa conjuntamente con los operadores turísticos en la cual la comunidad proporciona la mayor cantidad de servicios y la operadora se encarga del manejo del mercado y de su ofertar.
- Operar como entidades independiente con la ayuda de ONG.

No obstante es importante considerar que las comunidades que desarrollan esta actividad tienen cosas positivas y negativas las cuales se debe analizar para que un proyecto marche

bien sino este no podrá surgir ya sea por la falta de infraestructura, guías en otros idiomas etc.

Finalmente con esta nueva modalidad podemos incluir al agroturismo como parte de este movimiento ecologista ya que en la actividad agroturística trata de hacer uso de las tierras que son consideradas como improductivas, por lo cual es importante considerar que esta actividad es de apoyo a la comunidad y de rentabilidad para la misma.

### 1.4.1 MARCO CONCEPTUAL

A continuación los términos más utilizados en la propuesta para la implementación del agroturismo a través de un vivero ecológico en la finca comunitaria Yunguilla:

- **AGROTURISMO:** Tipo de turismo basado en el alojamiento en casas rurales y donde el usuario participa en las tareas cotidianas del lugar: agrícolas, ganaderas, artesanales.
- **HUERTO:** Pequeña extensión de terreno, generalmente cercado, en el cual se plantan verduras, legumbres y árboles frutales.
- **TURISMO:** El turismo es 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.
- **AGRICULTURA:** Capa superficial natural, con importante contenido de material orgánico que hace posible el desarrollo de la vegetación.
- **SEMILLA:** La semilla o pepita es cada uno de los cuerpos que forman parte del fruto que da origen a una nueva planta, es la estructura mediante la que realizan la propagación las plantas que por ello se llaman espermatofitas.
- **ECOLOGIA:** Es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución y abundancia, cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente: «la biología de los ecosistemas».
- **ECOSISTEMA:** Comunidad integrada por el conjunto de seres vivos interrelacionados y por el medio que habitan.
- **SUSTENTABLE:** Se refieren al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovación del mismo.

- **COMUNIDAD:** Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica.
- **PROCESOS:** Un proceso es un programa en ejecución, los procesos son gestionados por el sistema operativo y están formados por: \* Las instrucciones de un programa destinadas a ser ejecutadas por el microprocesador.
- **ORGANICO:** Si algo está hecho de materia viva, se encuentra en materia viva o está producido por materia viva se dice que es orgánico. Se habla de alimentos cultivados orgánicamente si han crecido sin fertilizantes artificiales.
- **AGRO:** Tierra de cultivo (agrícola, pecuario, forestal)
- **AGROLOGIA:** Parte de la agronomía que estudia el suelo en sus relaciones con la vegetación.
- **PROYECTO:** Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.
- **ESTUDIO:** estudio es el desarrollo de aptitudes y habilidades mediante la incorporación de conocimientos nuevos; este proceso se efectúa generalmente a través de la lectura. El sistema de educación mediante el cual se produce la socialización de la persona, tiene como correlato que se dedique una elevada cantidad de horas al análisis de diversos temas.
- **AGROECOTURISMO:** Es una modalidad que consiste en la prestación de servicio de alojamiento y comida en los sectores rurales, atendida por sus propios dueños (campesinos o agricultores), brindándoles a los huéspedes la oportunidad de involucrarse con la actividad agrícola que se desarrolle en la localidad.
- **TURISMO RURAL:** Es la actividad típica del turismo que tiene lugar en un entorno rural, ya sea en poblados pequeños (con menos de 2.000 habitantes) o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su centro urbano.

## 1.5 METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se va a utilizar está amparada en las líneas de investigación de la Universidad Tecnológica Equinoccial en cuanto se refiere al turismo y a la gestión ambiental sostenible en la sublínea de mejoramiento de prácticas y eficiencia de procesos en los distintos sectores del turismo.

### TIPO DE ESTUDIO

Se realizará un estudio exploratorio en la primera fase del proyecto, ya que a través de las distintas fuentes de información disponibles, se podrá llegar a conocer a profundidad el tema planteado; para posteriormente, realizar un estudio descriptivo que permita establecer una propuesta consistente.

#### 1.5.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- **Inductivo:** Se basa en la acumulación de los datos necesarios cuya tendencia permita generalizar el comportamiento actual de la **Corporación Microempresarial Yunguilla** mirándola desde un punto de vista sistémico, buscando identificar cada parte activa, su desempeño dentro del negocio y la relación que tiene con sus competidores con el propósito de alcanzar los objetivos planteados, esto se lo llevara a cabo con la recolección de datos ya existentes que fueron facilitados por la corporación.
- **Deductivo:** partiendo de la acumulación de datos (método inductivo) más la revisión de todos los conceptos generales sobre mejoras productivas y las normas que rigen la construcción proveniente del material bibliográfico, se pudo establecer una propuesta para eliminar la improductividad y generar una optimización de recursos, la misma que se desarrollara en la ingeniería del proyecto del estudio técnico.
- **Descriptivo:** Se utilizó durante el trabajo investigación y recolección de datos a través de la aplicación de las encuestas que se realizaron a los turistas y a los socios de la corporación. Este método no se limitará a la simple recolección y tabulación de datos, sino también se lleva a cabo la interpretación y análisis de los mismos.
- **Análisis:** mediante el análisis de cada proceso se llegará a establecer los problemas y dificultades por los cuales atraviesa la **Corporación Microempresarial Yunguilla** para luego establecer soluciones concretas que permitan al negocio ser eficiente, flexible y que responda rápidamente a los requerimientos de los clientes,

siendo así que se lo pondrá en práctica en el desarrollo del estudio de mercado, financiero y ambiental.

## **INSTRUMENTOS**

- Cuadernos de apuntes
- Información bibliográfica
- Cámara fotográfica Computador
- Flash Memory
- Grabadora de voz

## **HERRAMIENTAS**

- Cuestionario de preguntas para la elaboración de las encuestas.

### **1.5.2 ENTREVISTA**

---- Por otra parte se realizó una entrevista al coordinador general de la Corporación Microempresarial Yunguilla Germán Collaguazo quien apporto con información acerca de lo que era la comunidad de Yunguilla en los años de 1990 y lo que es yunguilla en la actualidad con el desarrollo turístico que implementaron, así también hizo mención a las actividades extractivas que tuvieron que dejar como la quena de madera para carbón y remplazarla por la conservación medio ambiental.

El Señor Germán Collaguazo hizo mención de la organización ECOFONDO quien fue la promotora de ayudarlos a relacionarse con el tema turístico y con otros proyectos de reforestación y cuidado medio ambiental.

En cuanto al tema planteado por el tesista de implementar un huerto orgánico en la Corporación él estuvo de acuerdo ya que reconoce que la actividad agrícola ha dejado de ser una actividad prioritaria y desearía que nuevamente los campos sean trabajados y esta actividad retome fuerza y la importancia necesaria, es importante mencionar que otro de los puntos destacados por Germán Collaguazo es que a través de este proyecto se motive a los pobladores y en especial a los jóvenes de la comunidad que es una buena forma de conocer como nuestros contemporáneos cultivaban la tierra.

Finalmente Germán Collaguazo apoya de manera consiente el proyecto que será implementado ya que no solo servirá como ejemplo para la comunidad sino como ejemplo para miles de turistas que visitan este lugar.

---- No obstante también se conversó e interactuó con las personas de la comunidad tanto como adultos y jóvenes los cuales manifestaron que están de acuerdo con que exista un huero en el cual se pueda ver y conocer cuáles son los procesos de cultivo, la gente adulta



hizo mención a que en la actualidad se ha dejado de trabajar las tierras y la gente se ha dedicado a migrar hacia otros lugares, por este motivo creen que si existe la iniciativa de involucrarse nuevamente a la agricultura sería algo provechoso ya que se generara más fuentes de empleo y los jóvenes ya no se verán en la obligación de migrar por otra parte el enfoque de los jóvenes es que ya la agricultura no se vea como un trabajo minoritario y sin elite sino más bien como uno de los trabajos que represente la actividad económica como tal.

Finalmente es importante destacar que existe acogida del proyecto por parte de los jóvenes ya que ellos están dispuestos a colaborar con la implantación del huerto.

### **1.5.3 VALORIZACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN**

Frente al tema de tesis implementación del agroturismo en la Corporación Microempresarial Yunguilla la comunidad en todo momento estuvo de acuerdo ya que las ideas que fueron planteadas son beneficiosas para la comunidad y de igual manera los impactos negativos a causar eran mínimos. De esta manera para el trabajo de campo se dispuso 5 meses para llevar a cabo la primera etapa del proyecto en la cual fueron participes los habitantes de la comunidad y la persona encargada del proyecto, siendo así que se plantearon formas y opciones de cómo trabajar la tierra de parte de las personas que conocen la actividad agrícola de igual manera se tomaron las mejores opciones para la puesta en marcha dando como resultado el aprendizaje por parte de todas las personas que compartieron esta experiencia.

En cuanto a los productos a sembrarse la comunidad fue la encargada de seleccionarlos ya se planteó rescatar los productos ancestrales que ya se están perdiendo en la zona, no obstante también se tomó en cuenta la producción de frutales ya que es un buen abastecedor de productos para la fábrica de mermeladas y por último se estableció la producción de legumbres ya que son alimentos de uso diario, es así como el trabajo fue realizado con equidad y en equipo por parte de todos.

Para un mejor entendimiento por parte del proyectista se apoyó en la lectura de libros de agronomía y en vivencias con personas de la comunidad especialmente con el maestro Julio Collaguazo quien fue una guía de gran apoyo en el ámbito agrícola y con quien se trabajó todo el proceso de la puesta en marcha del proyecto.

En cuanto al resto de procesos la comunidad valido la continuación del proyecto ya que ellos son las personas beneficiadas en todos los aspectos es así que la ayuda que se brindó por parte del proyectista fue satisfactoria.

## **CAPITULO II**

### **2. GENERALIDADES DEL SITIO DE ESTUDIO**

#### **2.1 HISTORIA DE LA COORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA**

La Corporación Microempresarial Yunguilla está ubicada en el nor-occidente de la Provincia de Pichincha en la parroquia de Calacalí en una zona de Bosque Nublado, existen vías de acceso pavimentadas que permiten el fácil acceso a este sector, esta posee todos los servicios básicos al igual que los otros sectores que la rodean.

La corporación microempresarial Yunguilla está conformada por una comunidad mestiza en la cual 50 familias son parte de ella, En 1995 se inició un proceso de organización comunitaria y conservación ambiental a través de un proyecto de desarrollo forestal, a causa de que la comunidad de Yunguilla mantuvo por muchos años como forma de vida la deforestación para fines de pastoreo, agricultura o producción de carbón, llegando casi a exterminar por completo el bosque nublado.

El proyecto fue apoyado por ONGs y con la ayuda de la cooperación internacional en el año 2000 se conformó la Corporación Microempresarial Yunguilla, como el ente organizativo comunitario del sector rural, en el cual se implementaron actividades productivas sustentables como: pequeñas fábricas de procesos lácteos, fruta para la elaboración de mermeladas y el ecoturismo

Para el año 2010 y 2011, con el apoyo de la Fundación Ecofondo, se declara a Yunguilla como un Área de Conservación y Uso Sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito, posteriormente en el año 2013 se la declaró como Área de conservación y uso sustentable Yunguilla.

La finca de la corporación cuenta con 3.000 hectáreas promedio de terreno del cual se utilizarán 5000 metros para llevar a cabo el proyecto, adicional dentro de las 3.000 hectáreas se realizan otras actividades como son; la fabricación de lácteos, la fabricación de mermeladas, la fabricación de artesanías, la casa tahuallullo, el orquidiario, el vivero, las canchas de volibol, el área de camping y el sendero ecológico. En cuanto al terreno que se utilizara para la creación del huerto es un área montana la cual necesita ser tratada en un inicio para poder llevar a cabo la siembra.

En cuanto a la infraestructura cuenta con una oficina, la casa tahuallullo, tres fábricas entre producción de lácteos, artesanías y mermeladas, un establo pequeño para el cuidado de las vacas, también posee un vivero de plantas nativas y un orquidiario.

La finca de la corporación cuenta con un gran potencial turístico iniciando con su ubicación ya que está en una zona de bosque nublado brindando un entorno paisajístico único, en los días despejados desde el mirador el chochal un área interpretativa se pueden observar los volcanes; Pululahua, Guagua Pichincha, Ruco Pichincha, Cayambe, Cotacachi y Antisana, en el resto del área se puede realizar caminatas, observación de aves, flora y fauna típica de la zona.

Yunguilla dispone de una empresa comunitaria misma que genera recursos para invertir dentro de la comunidad, estas ganancias no son dividendos, al contrario disponen de un plan de reinversión que incluye en la mejora de lo que los integrantes de la comunidad necesitan, por ejemplo: si una familia necesita hacer una mejora en su casa pues la empresa no le da en efectivo si no en material, además ese dinero también es convertido en capacitación de cada uno de los socios.<sup>4</sup>

## **2.2 UBICACIÓN DE LA CORPORACIÓN**

La ubicación geográfica en la que se encuentra la finca de la Corporación Microempresarial Yunguilla es en la Provincia de Pichincha, parroquia Calacali, en el barrio Yunguilla a una hora y media del centro de Quito para llegar hasta este destino se atraviesan varios sectores conocidos como es el Condado, Pomasqui, San Antonio, La Mitad del Mundo, Calacali, entre otros.

Entre las vías de acceso tenemos Quito – Calacalí – Yunguilla por la Av. América tomar el Metro-bus que nos lleva hasta la estación de la Ofelia en el norte de Quito, luego tomar un bus alimentador hasta Calacali, en el parque central de Calacali puede alquilar una camioneta hacia el destino (4.00 USD).

La corporación tiene una ubicación favorecida ya que su accesibilidad es sencilla y está cerca de la zona urbana de Quito.

---

<sup>4</sup> Corporación Microempresarial Yunguilla

## **2.3 GEOGRAFÍA Y CLIMA**

El terreno se encuentra a una altura de 2000 hasta los 3500 msnm, la comunidad de Yunguilla está en una zona de Bosque Nublado en el nor-occidente de la Provincia de Pichincha. Es un área geográfica que se caracteriza, entre otras cosas, por su belleza paisajística y por poseer un muy alto grado de presencia de orquídeas, bromelias y helechos. Se localiza en su mayoría en las estribaciones externas occidentales de la cordillera de los Andes, que presentan mayor grado de endemismo en relación con las estribaciones externas orientales.

El bosque nublado es un ecosistema amenazado de gran importancia por la presencia de orquídeas, bromelias, belleza paisajística, servicios ambientales. Además, Yunguilla se encuentra en el Hotspot Andes tropicales, lo que significa que se ubica en uno de los lugares con más altas biodiversidad del mundo. Adicionalmente, se encuentra en las inmediaciones de dos AICAS (Áreas Importantes para la Conservación de Aves), el AICA de las estribaciones occidentales y el AICA de Maquipucuna – Guayllabamba. Por último, la zona de la Cuenca Alta de Río Guayllabamba (CARG) donde se ubica Yunguilla, representa además una zona de importantes servicios ambientales, por constituir el nacimiento de sistemas hidrológicos cuyos drenajes principales desembocan en el Océano Pacífico. Los esfuerzos de conservación de Yunguilla contribuyen a mantener este importante ecosistema.

### **2.3.1 FLORA DEL SITIO DE ESTUDIO**

El sitio del proyecto está ubicado en una zona de bosque secundario nublado en donde predominan especies de flora como: cedro (cedrela montana), arrayan, bambú (chusquea), orquídeas, bromelias y arbustos como helechos, uña de gato, es importante mencionar que algunas de estas especies son consideradas como maleza o malas hierbas para los cultivos de manera que en cierto caso para la elaboración del proyecto se deberán eliminarlas.

### **2.3.2 FAUNA DEL SITIO DE ESTUDIO**

En cuanto a la fauna en la finca podemos encontrar especies representativas de la zona por ejemplo en el grupo de aves tenemos; tangaras, colibrís, atrapa moscas, pava de monte, urraca azul, ampitas, entre otros. En cuanto a la presencia de mamíferos el porcentaje es bajo sin embargo existen especies tales como; venado de cola blanca, zarigüeyas, ardillas, lobos, ratones, entre otros. En el grupo de reptiles, anfibios e invertebrados podemos encontrar algunas especies de lagartijas, serpientes, sapos, ranas, caracoles terrestres, escarabajos mariposas entre otros.

### **2.4 MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA**

La Corporación Microempresarial Yunguilla cuenta con 22 casas las mismas que son distribuidas para la acogida de turistas como de voluntarios, 10 de las casas tienen capacidad de 3 plazas por casa y las 12 casas restantes tienen capacidad para 2 plazas, es decir que las adecuaciones son aptas para recibir 54 turistas con alojamiento. Por otra parte también cuentan con la casa tahuallullo en la cual pueden hospedarse 9 personas en habitaciones compartidas.

- En cuanto a las visitas de un día la comunidad de Yunguilla puede recibir hasta 100 turistas.

En lo que refiere al restaurante comunitario este puede recibir hasta 50 personas.

De esta manera se demuestra que la comunidad de Yunguilla cuenta con las respectivas adecuaciones para recibir turistas tanto en alojamiento como en alimentación.

## 2.4.1 ATRACTIVOS DE LA ZONA DE YUNGUILLA

La comunidad de Yunguilla cuenta con una gama de atractivos naturales, culturales y comunitarios, los mismos que permiten el desarrollo del turismo en el sector.

- **Finca Tahuallullo con todas sus actividades productivas**

- Fábrica de mermeladas
- Fábrica de lácteos
- Fábrica de artesanías
- Vivero
- Orquideario
- Tienda comunitaria

- **Mirador** (el chochal)
- **Entorno paisajístico**
- **Recorrido por los culuncos**
- **Recorridos por el bosque Nublado**

- Flora
- Fauna

- **La comunidad y su estilo de vida**
- **Gastronomía**

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.<sup>5</sup>

#### **3.2 3.2 OBJETIVO GENERAL**

Conocer el grado de aceptación que tendrá el producto, su mercado meta y el perfil de los potenciales clientes.

#### **3.3 3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- \* Recopilar la información necesaria a través de una investigación para realizar el análisis de los resultados correspondientes.
- \* Conocer cuál es la demanda que tendrá el producto turístico y cuáles serán sus beneficios.
- \* Establecer qué tipo de productos alimenticios son de mayor preferencia
- \* Ejecutar un análisis de la oferta y la demanda

#### **3.4 SEGMENTO DE MERCADO**

##### **3.4.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y CÁLCULO DE LA MUESTRA**

El universo (N) que se utilizara para determinar el tamaño de la muestra el cual es el número de turistas que ingresaron en el 2012 a la corporación microempresarial Yunguilla es decir el universo para este proyecto es de 1622 turistas.

---

<sup>5</sup>[www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/](http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/)

La fórmula que se aplicará para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

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

Significando:

Z = grado de confiabilidad

N = Universo

p = 50% de oportunidad que los datos sean representativos

q = 50% de oportunidad que los datos no sean representativos

e = margen de error

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 1622}{0.05^2 (1622 - 1) + 1.96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

n = 789 turistas, de este valor se tomó el 30% para realizar las encuestas llegando así al tamaño de la muestra que es de 236.

n = 236
---------

Con los resultados obtenidos de la fórmula, el tamaño de la muestra es de 236 personas a quienes se les realizara la encuesta.

### 3.4.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

- La observación se realizará durante todo el transcurso de la investigación ya que esta consiste en reconocer y anotar datos que puedan servir como guías generales en este caso se recolecto información del proceso de desarrollo y crecimiento de la corporación.
- La encuesta, está compuesta con preguntas de identificación, las cuales permitirá determinar la edad, género, nacionalidad, etc. Tiene preguntas dicotómicas las mismas que son orientadas a las respuestas esperadas, también constara de preguntas de acción, preguntas de opinión y preguntas de información. Cada una de estas tiene un objetivo que es llegar a conocer cuál podría ser el perfil del posible visitante.



## **Encuesta piloto**

La encuesta piloto aplicada se realizó como parte del Estudio de Mercado, la cual ayudó a establecer si las preguntas planteadas estaban correctas y eran de fácil comprensión para las personas a las que iban hacer dirigidas y si las respuestas conseguidas eran las idóneas para este estudio.

En base al tamaño de la muestra se aplicó el 10% de encuestas es decir que se realizaron 24 encuestas, las mismas que fueron aplicadas a los turistas que ingresaron a la comunidad de Yunguilla.

En inicio la encuesta piloto contó con 10 preguntas, a la cual posteriormente se le resto 3 preguntas las cuales no eran necesarias para el estudio requerido, de esta forma se obtuvo el modelo de encuesta definitiva (ANEXO 1)

## **Objetivo de la encuesta**

- \* Conocer la demanda del proyecto
- \* Establecer las preferencias, poder adquisitivo y la frecuencia de venta de los productos.

## **Encuesta**

La encuesta realizada consto de 7 preguntas, las mismas que responden a los objetivos ya planteados. Los resultados conseguidos fueron tabulados y analizados con la finalidad de determinar las necesidades de los clientes potenciales de forma que se lo adhiera al proyecto para convertirlo en un atractivo y en un generador de recursos económicos.

## **Variables**

Las variables que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la encuesta fueron; la edad, la nacionalidad, el género, el poder adquisitivo, la frecuencia con la que visitaría el lugar donde se lleve a cabo el proyecto, a través de instituciones realizan los viajes y a través de qué medios obtuvieron información de la comunidad de yunguilla, de forma que se logre determinar nuestro mercado meta y establecer el perfil del consumidor.

## Modelo de Encuesta (ANEXO 1)

Toda la información obtenida mediante las técnicas antes mencionadas, serán debidamente tabuladas e interpretadas, de tal manera que nos asegure resultados de calidad. Dicha información será presentada en lo posible a través de representaciones gráficas o diagramas para su fácil y rápida comprensión.

### 3.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

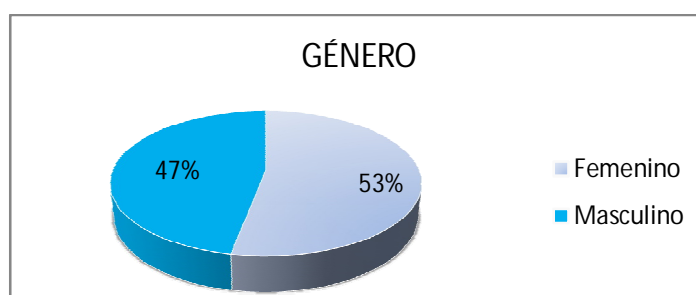
En total el número de encuestas aplicadas fueron 236, todas fueron realizadas en la comunidad de Yunguilla.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes.

#### TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

##### DATOS DEMOGRÁFICOS

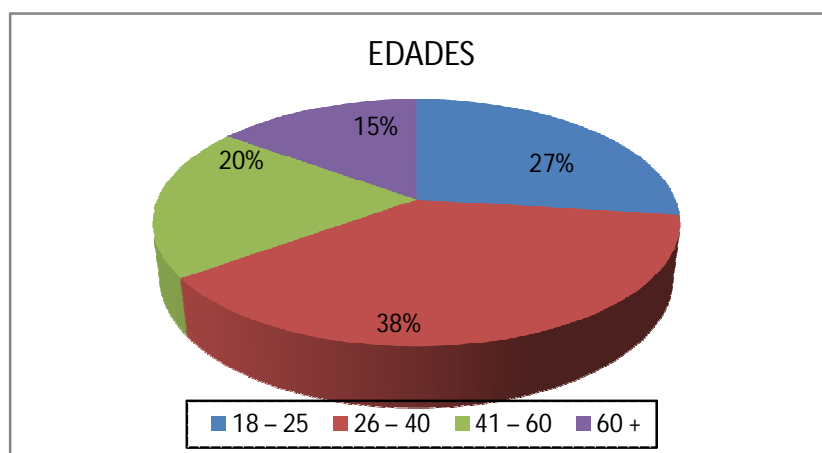
###### ○ GÉNERO DE ENCUESTADOS



En cuanto a los encuestados destacamos que existe mayor presencia del género femenino al representar el 53% de los encuestados no obstante la presencia del género masculino es inferior con un resultado del 47%.

<b>GÉNERO</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
Femenino	125	53%
Masculino	111	47%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

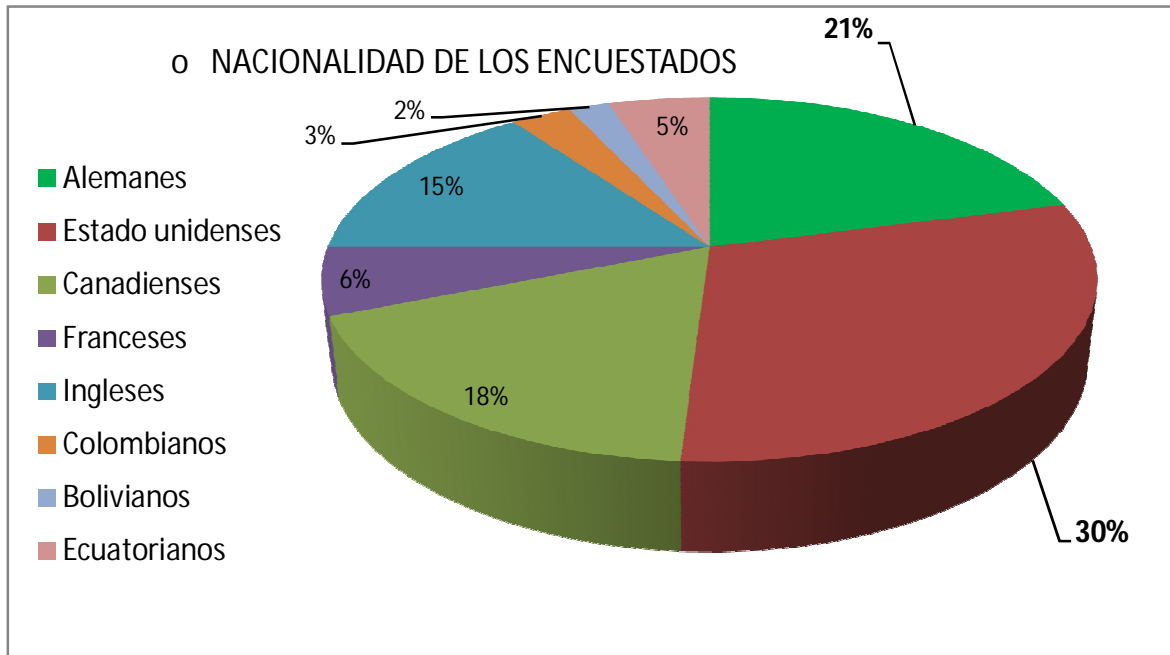
○ **EDADES DE ENCUESTADOS**



En la gráfica podemos demostrar que el rango de entre 26 a 40 años de edad son los que concurren con mayor frecuencia a la corporación microempresarial yunguilla demostrando un 38% el cual debemos tener en cuenta para definir el mercado, a esta le sigue el rango de 18 a 25 años de edad con un porcentaje del 27%, seguido tenemos al rango de edad de entre 41 a 60 años con un porcentaje moderado del 20% y finalmente tenemos el rango de más de 60 años de edad que representan el 15% de esta forma podemos darnos cuenta que los turistas de esta determinada edad no son un mercado meta al cual se debe dirigir nuestro proyecto.

<b>EDAD</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
18 - 25	63	27%
26 - 40	90	38%
41 - 60	48	20%
60 +	35	15%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

○ NACIONALIDAD DE LOS ENCUESTADOS



En la nacionalidad de los encuestados, constatamos que los Estado Unidenses visitan con mayor frecuencia la comunidad de yunguilla con un porcentaje del 34% de encuestados, seguido por la nacionalidad alemana con un 21%, Canadienses con un 18%, Ingleses con un 15%, ecuatorianos con un 11% y con estadísticas inferiores tenemos a la comunidad francesa con un porcentaje del 8%, colombianos con un 3% y finalmente bolivianos con un 2% lo cual representa que existe una diversidad de personas de diversas partes del mundo que visitan la comunidad de Yunguilla.

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>%</b>
Alemanes	50	21%
Estado Unidenses	71	30%
Canadienses	41	18%
Ingleses	35	15%
Franceses	15	6%
Colombianos	8	3%
Bolivianos	5	2%
Ecuatorianos	11	5%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

1. ¿A través de qué medio se informó para visitar la corporación microempresarial Yunguilla?



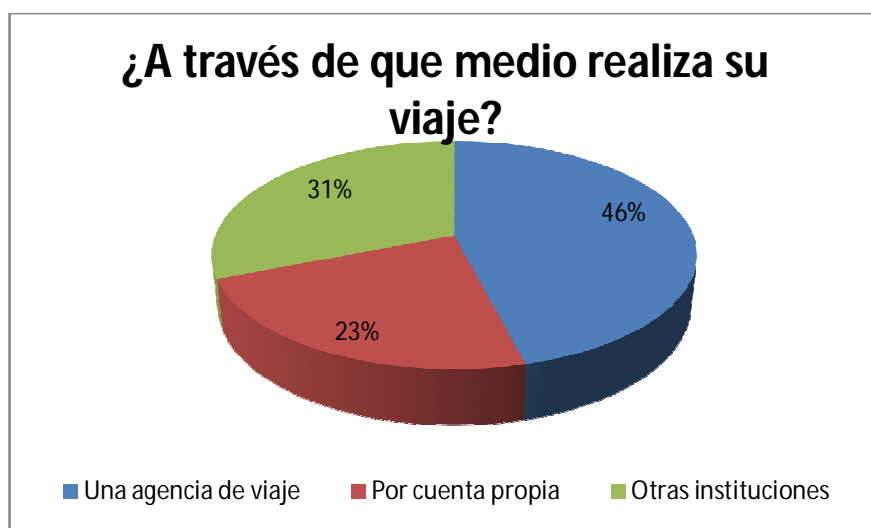
Los encuestados coincidieron en un 26% que se informaron de su viaje a través de agencias de viajes a esto le sigue con un 22% los turistas que se informaron por medio de sus familiares y amigos lo cual es beneficioso ya que existe un porcentaje intermedio de turistas que ya han conocido el lugar, posteriormente con un 15% está la información por internet y otros medios de comunicación, con valores inferiores tenemos a la radio y tv con un porcentaje del 3% y finalmente con un 8% a la información a través de libros.

Medios de comunicación	Encuestados	Porcentaje
Agencias de viajes	62	26%
Internet	35	15%
Revistas	27	11%
Libros	19	8%
Radio / TV	7	3%
Familiares / amigos	51	22%
Otros	35	15%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

## 2. ¿A través de qué medio realiza su viaje?

Medio	Encuestados	Porcentaje
Una agencia de viaje	108	46%
Por cuenta propia	56	23%
Otras instituciones / ONG	72	31%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

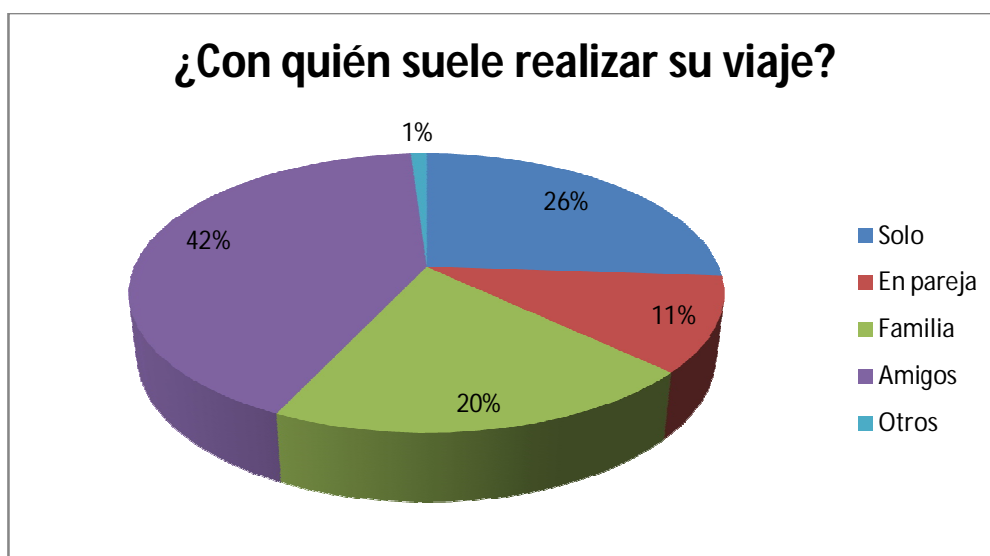
Las estadísticas muestran que el 46% de encuestados realizan sus viajes a través de agencias de viajes no obstante también se demuestra con un 31% de encuestados que viajan por medio de organizaciones como es el caso de los turistas que llegan a la comunidad con la finalidad de realizar voluntariados y con un porcentaje mínimo del 23% están los turistas que realizan sus viajes por cuenta propia ya sea porque han realizado sus viajes anteriormente u otros.



### 3. ¿Con quién suele realizar su viaje?

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Solo	60	26%
En pareja	27	11%
Familia	48	20%
Amigos	98	42%
Otros	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

El 42% de encuestados manifiesta que viajan en compañía de amigos posteriormente con un porcentaje del 26% está el viaje solo no obstante el viaje entre familia se lo hace regularmente con un porcentaje del 20% y finalmente con estadísticas bajas tenemos al viaje en pareja con un 11% y a otras opciones con el 1%.



#### 4. Tiene usted conocimiento de la actividad agroturística?

Opciones	Encuestas	Porcentaje
SI	134	57%
NO	102	43%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

Las estadísticas muestran que el 57% de encuestados tienen conocimientos de lo que es el agroturismo de forma que tienen idea de las actividades que se realizan en ella por otro lado el 43% de encuestados no conoce dicha actividad lo cual puede ser una desventaja al promocionar las actividades que forman parte de ella ya que no pueden ser del gusto de los turistas.



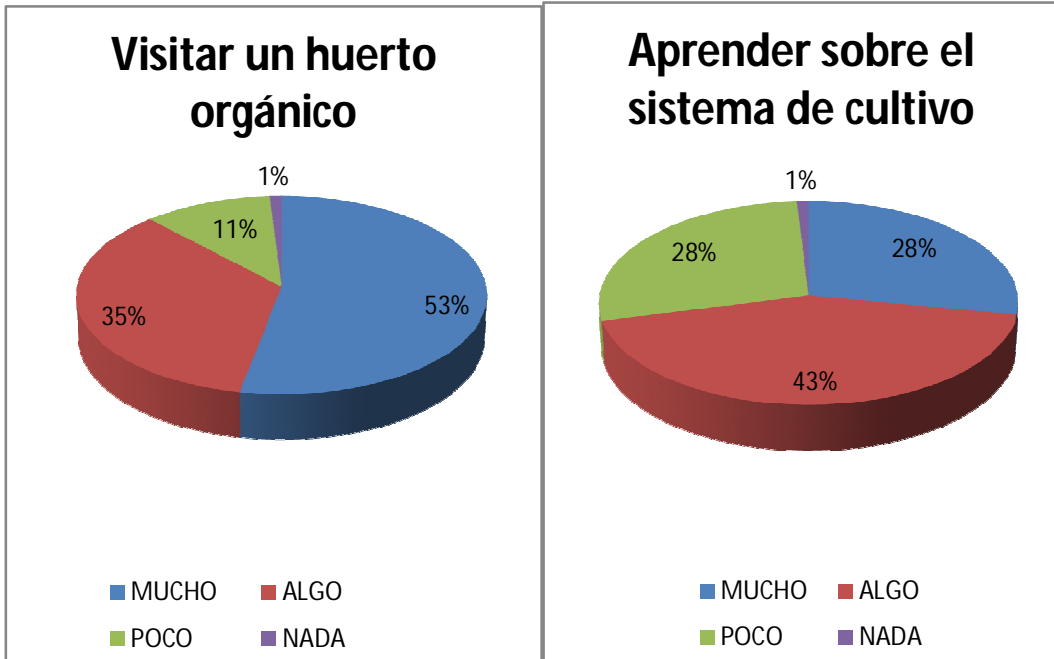


**5. Durante su estadía en Yunguilla le gustaría destinar parte de su tiempo a realizar actividades agrícolas cómo:**

Actividades	Encuestados				Total
	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	
Visitar un huerto orgánico	124	82	27	3	236
Aprender sobre el sistema de cultivo	67	99	67	3	236
Participar de la actividad de siembra y cosecha de productos	125	76	35	0	236

En los diagramas podemos identificar que las actividades del agroturismo tienen un alto nivel de aceptación por ejemplo la visita a un huerto orgánico con un porcentaje del 53%, aprender sobre el sistema de cultivo con un 43% destacando que a los turistas les gustaría aprender algo de este sistema y finalmente con un porcentaje del 52% la participación de en actividades de siembra y cosecha de productos, esto demuestra que las actividades mencionadas pueden ser ofertadas para el desarrollo del producto.

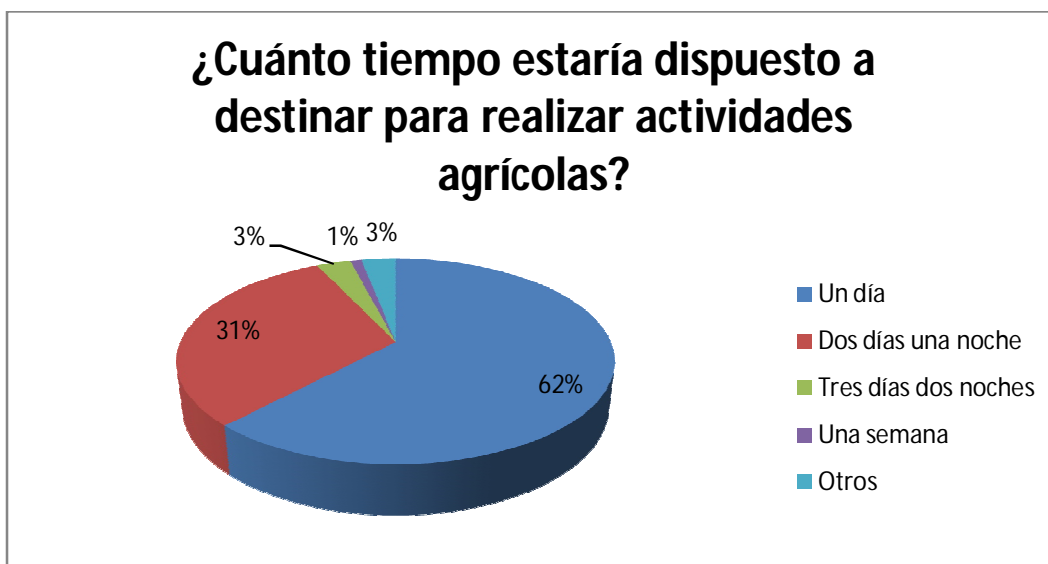
## ACTIVIDADES AGRICOLAS



**6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a destinar para realizar actividades agrícolas?**

<b>PERIODO DE TIEMPO</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Un día	146	62%
Dos días una noche	73	31%
Tres días dos noches	7	3%
Una semana	4	1%
Otros	6	3%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

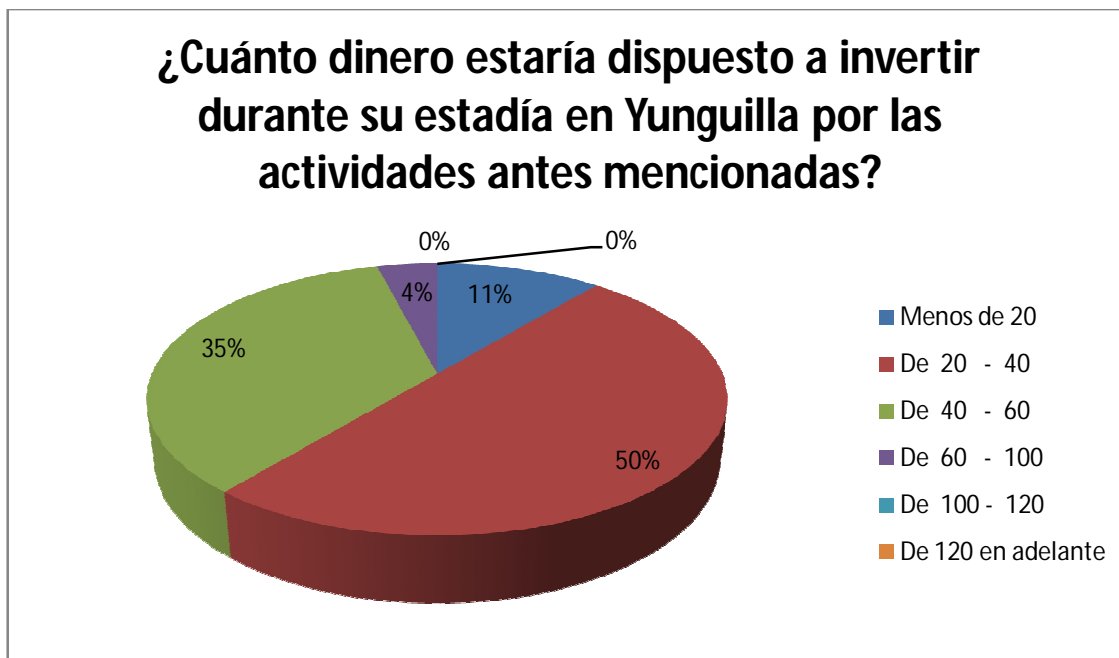
En cuanto a los encuestados el 62% respondió que visitarían el lugar por un día siendo esta la opción con mayor porcentaje no obstante le sigue con el 31% la visita por dos días y una noche convirtiéndola en otra opción para el tiempo de duración para la realización de las actividades el resto de opciones no tuvieron la misma acogida por lo cual las estadísticas son bajar por ejemplo la estadía de tres días y dos noche tuvo un porcentaje del 3%, una semana el 1% y la opción otros un valor del 3%.



**7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir durante su estadía en Yunguilla por las actividades antes mencionadas?**

<b>VALOR</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Menos de 20	27	11%
De 20 - 40	118	50%
De 40 - 60	82	35%
De 60 - 100	9	4%
De 100 - 120	0	0%
De 120 en adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

Las estadísticas muestran que la disponibilidad de dinero para invertir por parte de los turistas en esta actividad es de \$20-\$40 con un porcentaje de encuestados del 50 % siendo esta la opción con mayor acogida posteriormente le sigue el valor \$40-\$60 con un porcentaje del 35% a esto le siguen estadísticas inferiores con un porcentaje del 4% el valor de \$60-\$100 y con el 11% el valor de \$100-\$120, tras este análisis podemos establecer el costo de la actividad que se ofertara.



### 3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

#### 3.6.1 DEFINICIÓN DE DEMANDA

Se define como demanda al concepto de necesidad, deseo y poder de compra que tiene un consumidor, el mismo que deberá tener la capacidad de pago (dinero) para realizar cualquier transacción a un costo establecido y en un establecimiento apropiado, permitiéndole satisfacer sus necesidades.

#### 3.6.2 DEMANDA HISTÓRICA

La demanda histórica está basada en el número de turistas que han ingresado a la Corporación Microempresarial Yunguilla.

**TABLA 1:** Ingreso de turistas a la comunidad de Yunguilla y tasa de crecimiento

<b>NÚMERO DE TURISTAS QUE HAN INGRESADO A LAS FAMILIAS DE LOS SOCIOS DE LA CORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL YUNGUILLA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>N°- TURISTAS</b>	<b>N°- FAMILIAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TASA ANUAL DE CRECIMIENTO</b>
2008	987	50	20	
2009	1198	50	24	21.4
2010	1458	50	29	21.7
2011	1380	50	28	-5.3
2012	1622	50	32	17.5
<b>TOTAL</b>	<b>6645</b>	<b>50</b>	<b>133</b>	<b>55.3</b>
				<b>14%</b>

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

Con esta representación gráfica podemos analizar que en los últimos años la visita de los turistas a la corporación ha ido creciendo en un rango del 14%, demostrando que se ha tenido que generar más gastos en cuarto a la adquisición de alimentos para los turistas.

### 3.6.3 DEMANDA ACTUAL

La demanda actual está basada en el número de turistas que ingresaron a la corporación microempresarial Yunguilla en el año 2012,

**TABLA 2:** Ingreso de turistas a la corporación Microempresarial yunguilla en el año 2012.

<b>AÑO</b>	<b>Nº- TURISTAS</b>	<b>TOTAL</b>
2012	1622	1622

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### 3.6.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda se ha utilizado la tasa de crecimiento anual que es del 14% el cual será utilizado para los próximos 8 años.

**TABLA 3:** Demanda Proyectada A 8 Años

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Nº- de Turistas</b>
<b>2012</b>	1622
<b>2013</b>	1849
<b>2014</b>	2108
<b>2015</b>	2403
<b>2016</b>	2739
<b>2017</b>	3122
<b>2018</b>	3559
<b>2019</b>	4986
<b>2020</b>	5684

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### 3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

#### 3.7.1 DEFINICIÓN DE OFERTA

La oferta está definida como la cantidad de productos que las empresas están dispuestas a ofrecer o intercambiarlas por un precio determinado, en un lugar adecuado y en un tiempo determinado.

Se considera también como oferta al número de productos y servicios que están disponibles en un mercado, esperando ser consumidos.

#### 3.7.2 OFERTA HISTORICA

Es importante conocer los establecimientos turísticos que existen con la finalidad de establecer la competencia

**TABLA 4:** Oferta histórica por plazas y establecimientos.

<b>AÑO</b>	<b>N° ESTABLECIMIENTOS TOTALES EN EL SECTOR DE CALACALI</b>	<b>N° PLAZAS AL AÑO</b>
2008	6	5.600
2009	6	6.905
2010	6	7.459
2011	7	8.200

**FUENTE:** INEC QUITO

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### 3.7.3 OFERTA ACTUAL

**TABLA 5:** oferta actual por establecimientos y plazas

<b>AÑO</b>	<b>N° ESTABLECIMIENTOS TOTALES EN EL SECTOR DE CALACALI</b>	<b>N° - PLAZAS AL AÑO</b>
1012	7	10.129

**FUENTE:** INEC QUITO  
**ELABORADO POR:** Katherine Rea

Es importante mencionar que para obtener la oferta actual del proyecto solo se tomara en cuenta a los establecimientos de la competencia directa existente en el año 2013.

**TABLA 6:** Oferta actual por establecimientos y plazas

<b>AÑO</b>	<b>N° ESTABLECIMIENTOS TOTALES EN EL SECTOR DE CALACALI</b>	<b>N° - PLAZAS AL AÑO</b>
1012	2	1.146

**FUENTE:** INEC QUITO  
**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### 3.7.4 OFERTA PROYECTADA

La proyección de la oferta total nos permite conocer el número de turistas que tendrá la oferta directa en cuanto a la visita de los turistas a dichos establecimientos, para conocer el crecimiento de la oferta se tomó en cuenta el 12% de la tasa de crecimiento anual de turismo emitida por el PERIÓDICO INSTANTÁNEO DEL ECUADOR ([www.ecuadorinmediato.com](http://www.ecuadorinmediato.com)).



**TABLA 7:** Oferta proyectada a 8 años en base al a la tasa de crecimiento anual.

<b>OFERTA PROYECTADA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>N° - de Turistas</b>
<b>2012</b>	1.146
<b>2013</b>	1.283
<b>2014</b>	1.436
<b>2015</b>	1.608
<b>2016</b>	1.800
<b>2017</b>	2.016
<b>2018</b>	2.257
<b>2019</b>	2.527
<b>2020</b>	2.830

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### **3.8 BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA**

A través de este análisis podemos determinar cuál será la demanda insatisfecha es decir conoceremos el número de turistas que no están siendo atendidos en el mercado.

Para lo cual es importante analizar los datos de la demanda proyectada y los datos de la oferta proyectada.

**TABLA8:** Demanda Proyectada A 8 Años

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA ANUAL</b>	<b>OFERTA PROYECTADA ANUAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2013</b>	1.849	1.146	703
<b>2014</b>	2.108	1.283	825
<b>2015</b>	2.403	1.436	963
<b>2016</b>	2.739	1.608	1.131
<b>2017</b>	3.122	1.800	1.322
<b>2018</b>	3.559	2.016	1.543
<b>2019</b>	4.986	2.257	2.729
<b>2020</b>	5.684	2.527	3.157

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

La tabla demuestra que existe un número apreciable de turistas que no son captados por la competencia de forma que si existe demanda para el proyecto ya planteado.

### 3.8.1 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO PARA EL PROYECTO PLANTEADO

**TABLA9:** Porcentaje De Participación En El Mercado

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% De Participación En El Mercado</b>	<b>Demanda Potencial Del Proyecto</b>
<b>2013</b>	703	0.60%	422
<b>2014</b>	825	0.60%	495
<b>2015</b>	963	0.60%	578
<b>2016</b>	1.131	0.60%	679
<b>2017</b>	1.322	0.60%	793
<b>2018</b>	1.543	0.60%	926
<b>2019</b>	2.729	0.60%	1.637
<b>2020</b>	3.157	0.60%	1.894

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

Para el año 2013 se plantea captar hasta 422 turistas adicionales por lo cual se demuestra que el proyecto será factible y viable.

## **CAPITULO IV**

### **4. PLAN DE MARKETING**

#### **4.1 Definición de Marketing**

Para Phillip Kotler, el marketing es un proceso social y administrativo por el que los grupos o individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. También se le ha definido como el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.<sup>6</sup>

#### **4.2 OBJETIVOS**

##### **Objetivo del plan de marketing**

- Crear estrategias de marketing para cubrir las necesidades requeridas según el estudio de mercado.

##### **Objetivos estratégicos**

- Determinar el Macro y Micro Ambiente del proyecto.
- Realizar un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).
- Establecer estrategias para que el nuevo servicio sea conocido como otra actividad turística ofertada por la Corporación Microempresarial Yunguilla.
- Analizar el presupuesto destinado para el área de marketing.

---

<sup>6</sup> KOTLER Phillip, Marketing para turismo 3 edición, editorial Person, Prentice hall España 2008

## **4.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE**

### **4.3.1 MACRO AMBIENTE**

#### **Definición:**

El macro ambiente es el conjunto de elementos que rodean a la empresa tales como; cambios demográficos, evolución de la tecnología, tendencias sociales, políticas gubernamentales, cambios naturales, etc.; sobre estos elementos la empresa no puede ejercer control alguno de forma que pueden afectar significativamente al crecimiento de la misma sin embargo se puede aprovechar las oportunidades que esta pueda ofrecer así también se puede tratar de controlar las amenazas que se puedan presentar.

Los factores que intervienen en el Macro Ambiente para el desarrollo del proyecto son:

### **4.3.2 Factor Económico**

Para constituir un mercado es necesario tener la intervención de personas como la disponibilidad de dinero de forma que pueda existir un intercambio en el cual la persona esté dispuesta a gastar su dinero en un servicio o un bien, que no se caracterice por ser de necesidades básicas de una población como la de nuestro país, un ejemplo de ello es el turismo.

No obstante con el análisis del estudio de mercado realizado y las estadísticas generadas por la Corporación microempresarial Yunguilla, se ha logrado determinar que el turista Estado Unidense, Canadiense y Europeo es el que visita con mayor frecuencia la comunidad de Yunguilla, posee un ingreso económico “medio alto” y están dispuestos a pagar por los costos de los servicios que implican realizar la actividad turística en la comunidad de Yunguilla. Es importante mencionar que para turistas extranjeros latinoamericanos el cambio de fracción o moneda resulta ser una desventaja por el valor de la moneda local frente al dólar convirtiéndolo así en un factor limitante al momento de visitar otros países, sin embargo los turistas de mayor frecuencia en la comunidad de Yunguilla son Estado Unidenses, Canadienses y europeos demostrando así que este factor no puede ser considerado como una amenaza sino como una oportunidad para establecer el precio del producto que será ofertado en el mercado

### **4.3.3 Factor Socio Cultural**

Los turistas que visitan la comunidad de Yunguilla son personas que poseen un alto nivel intelectual en cuanto a conocimientos de cuidados medioambientales y modelos de prácticas sustentables de forma que ayudan a contribuir con el cuidado del medio ambiente, de esta forma el turista sabe a qué tipo de actividades se está dirigiendo en la comunidad de Yunguilla siendo así que estas estarán enfocadas a desarrollarse en un ambiente netamente ecológico, de esta manera se motiva a los turistas a tener una preferencia en las actividades que se pueden desarrollar en la naturaleza así también se sentirán motivados por apoyar este tipo de emprendimientos.

En cuanto al comportamiento social de la población de la comunidad de Yunguilla están involucrados netamente con la actividad turística y con el cuidado del medio ambiente por ejemplo entre los aspectos positivos tenemos; el manejo de desechos sólidos, buena atención al cliente o turista, infraestructura en buena calidad, clases de educación ambiental, capacitaciones otorgadas por diversas instituciones, trabajos de voluntariado, etc. De esta manera cada uno de los elementos puede ser considerado como una ventaja para el desarrollo del proyecto, gracias al progreso de la comunidad y de sus propuestas en base al desarrollo sostenible ha llegado a ser nombrada como Área de conservación y uso sustentable Yunguilla permitiendo así que crezca el turismo en esta zona.

### **4.3.4 Factor Político**

Yunguilla como Área de conservación y uso sustentable está bajo lineamientos regidos por la Ley de Gestión Ambiental en la cual la República del Ecuador, reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación; declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país; establece un sistema nacional de áreas naturales y de esta manera garantiza un desarrollo sustentable.<sup>7</sup>

Bajo estos lineamientos la comunidad tiene derecho a la formulación de políticas para la protección del medio ambiente y manejo racional de los recursos naturales de modo que no se vea afectado el entorno a futuro, de esta manera los pueblos y comunidades podrán hacer uso de las tierras para diversos emprendimientos respetando las delimitaciones de las áreas naturales protegidas no obstante deberán ser manejadas bajo la modalidad de la sostenibilidad en la que se generan recursos económicos los mismos que deberán ser reinvertidos en la mismas localidad, el cuidado al medio ambiente y la sociedad con la que

---

<sup>7</sup> LEY DE GESTION AMBIENTAL. Ley No. 37. RO/ 245 de 30 de Julio de 1999.

se pretende tener relaciones de intercambio cultural, todos estos factores tienen un objetivo que es impulsar el desarrollo para mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en cada comunidad.

#### **4.4 Micro Ambiente**

##### **Definición**

El micro ambiente es el conjunto de elementos que pueden ser controlados por la misma empresa tales como por ejemplo; la competencia, los proveedores, los intermediarios, los clientes y la evolución de la misma empresa, dando así como resultado las fortalezas y debilidades que posee la empresa frente a la competencia.

##### **4.4.1 Clientes**

A través del estudio de mercado realizado se ha logrado establecer una idea del posible mercado potencial que tendrá el proyecto de forma que se planteado un perfil del cliente.

##### **4.4.1.1 Perfil del cliente**

- Turistas Extranjeros y nacionales tanto del género femenino y masculino de varias nacionalidades como, estado Unidenses, alemanes, canadienses, ingleses, ecuatorianos, colombianos y bolivianos.
- Su rango de edad está comprendido entre los 18 a 60 años en los cuales se encuentran jóvenes y adultos que son los que visitan con mayor frecuencia la comunidad de Yunguilla.
- La información acerca de la comunidad de Yunguilla fue obtenida por medio del internet, recomendaciones de amigos, voluntarios y familiares que conocen el lugar así también a través de las redes sociales, guías de turismo de Ecuador y a través de agencias de viajes.
- En su mayoría los turistas realizaron su viaje a través de agencias de viajes y otras organizaciones
- Realizan su viaje con mayor frecuencia entre amigos y solos.

- Tienen conocimiento del agroturismo y de cómo funcionan las actividades que se desarrollan dentro de ella.
- A los turistas en su mayoría les gustaría realizar actividades agrícolas como la participación en la siembra y cosecha de productos
- Estarían dispuestos a destinar de su tiempo de 1 a 2 días para realizar las diversas actividades relacionadas al agroturismo.
- Están dispuestos a invertir entre un rango de 20 a 60 dólares por la nueva actividad agroturística lo que refleja que es una tarifa de fácil accesibilidad para hacer uso de este nuevo servicio.

#### **4.4.2 Análisis de la competencia**

El desarrollo de la actividad turística en los últimos años ha tomado mayor ventaja frente a otras actividades productivas lo que ha ocasionado que la demanda crezca y así también los establecimientos que brindan este servicio, a través de la creación de nuevas infraestructuras las mismas que muchas veces no cumplen los estándares ecológicos establecidos ya sea porque son construidos en lugares inapropiados, no buscan el desarrollo colectivo de una comunidad dejando de lado el desarrollo económico y el mejoramiento de la calidad de vida de estos sectores por beneficiarse de manera particular, muchas veces no poseen alternativas ecológicas que sean amigables con el medio ambiente, de esta manera se deja de lado los lineamientos de la sustentabilidad con los que debe contar todo establecimiento que se dedique a la actividad de turismo comunitario. Sin embargo existen establecimientos que cuentan con alternativas ecológicas y sustentables los cuales serán analizados en el perfil de competencia para el desarrollo del proyecto.

##### **4.4.2.1 Competencia Directa:**

Para este análisis se tomaron en cuenta los sitios turísticos ubicadas alrededor de la finca comunitaria de Yunguilla las mismas que cuentan con servicios y características similares como los de este proyecto con la finalidad de conocer cuáles son los establecimientos que ofrecen agroturismo o turismo ecológico.

## **Reserva de Santa Lucia Cloud Forest**

**Ubicación:** Al noroccidente de la provincia de Pichincha a una distancia de 80 km desde el norte de Quito.

**Vías de acceso al lugar:** vías de primer orden asfaltadas y en buen estado hasta llegar al sendero ecológico que se dirige a Santa Lucia.

**Capacidad máxima:** 30 personas

**Segmento de mercado:** pertenecen a la clase económica media alta ya los precios oscilan entre los 35 hasta los 75 dólares por noche dependiendo el tipo de habitación.

**Producto turístico que se oferta:** la reserva cuenta con 730 hectáreas en las cuales se desarrolla de manera simultánea diversas actividades turísticas, el turista puede disfrutar de la observación de aves como es el Gallo de la Peña que es una especie endémica de esta zona así también encontrarán tucanes de montaña y una gran variedad de colibríes, por otro lado también está la destacada flora del lugar ya que cuenta con una gran variedad de orquídeas bromelias y epifitas es importante mencionar que 45 especies de mamíferos habitan en este bosque.

En cuanto a su infraestructura esta cuenta con eco-cabañas la misma que tiene una capacidad de albergar 30 turistas, se dividen en cabañas privadas, lodge habitación privada con baño compartido y habitaciones compartidas con baño compartido. Poseen paneles solares para generar energía eléctrica durante las noches aunque también hacen uso de los candelabros, los baños composteros son una idea innovadora ya que permiten optimizar ciertos recursos, desde las duchas de agua caliente se puede observar el paisaje de montaña.

Las actividades que se desarrollan en esta reserva son; observación de aves, hiking reforestación y Agroforestería, visita a las comunidades rurales de Nanegal y Marianitas, arqueología recorriendo el camino de los Yumbos por las zonas de tulipe y Nanegal, finalmente ofrecen la actividad de descanso en la cual pueden hacer uso de hamacas y disfrutar del paisaje del lugar.

En cuanto a la estadía el encargado del lugar manifiesta que el tiempo de duración de los turistas en el lugar es de dos a tres días no obstante cuando realizan trabajos de voluntariado el tiempo de estadía es mayor.

**Promociones:** En la actualidad no existen promociones ni por producto, precio ni plaza.



**Canales de distribución:** El más común es el Internet y las redes sociales no obstante trabajan también con ONG internaciones y con un mínimo porcentaje de agencias de viajes.

### **Reserva Maquipucuna**

**Ubicación:** Se encuentra en las faldas del volcán Pichincha al noroccidente de la provincia del mismo nombre.

**Vías de acceso al lugar:** Quito-Calacalí-La Independencia son caminos pavimentados y lastrados que permiten la accesibilidad en vehículo, la zona se encuentra a 45 minutos de Quito pero el Lodge está a dos horas de la capital.

**Capacidad máxima:** Vivienda máximo para 30 personas

**Segmento de mercado:** Medio alto ya que los turistas en su mayoría son profesionales e investigadores.

**Producto turístico que se oferta:** Abarca 6600 hectáreas de las cuales el 40% está destinada a la actividad turística, en el lugar existe un índice de 350 aves, 45 especies de mamíferos entre ellos el oso de anteojos una especie en peligro de extinción y alrededor de 250 especies de mariposas de igual manera la flora de estos bosques son de atracción para investigadores y turistas,

Maquipucuna cuenta con una infraestructura de una casa en que alberga alrededor de 30 turistas, estas están divididas en habitaciones dobles, triples y hasta cuádruples estos tienen baño compartido y también cuenta con habitaciones privadas con baño privado, es importante mencionar que la reserva está enfocada más a investigaciones por lo cual posee una estación científica independiente denominada Thomas H. Davis Investigación and Ecoturismo Center en la cual 20 personas pueden hacer uso de las instalaciones.

En la reserva se llevan a cabo varias actividades como la elaboración de proyectos, observación de aves, caminatas, producción de café y huertos orgánicos no obstante también es un lugar de descanso en el cual se puede disfrutar de la naturaleza y de todos los recursos que esta pueda ofrecer.

En cuanto a la estadía de los turistas esta puede variar de 1 a 3 días pero en caso de investigaciones pueden llegar a permanecer un mes en el lugar de estudio, los costos por estadía dependerán del tiempo que decida quedarse el turista.

**Promociones:** Realizan descuentos para grupos grandes que sobrepasen los 30 turistas es importante mencionar que el beneficio no es directamente para el turista sino más bien para la agencia de viajes o la entidad que los esté enviando a la reserva Maquipucuna.

**Canales de distribución:** Trabajan con ONG, agencias de viajes, internet y a través de las redes sociales.

## 4.5 ANÁLISIS FODA:

Es una herramienta de análisis que sirve para determinar el proceso de planificación estratégica que se llevara a cabo en el proyecto con la finalidad de crear medidas necesarias para contrarrestar las posibles amenazas que se presenten.

### 4.5.1 Fortalezas

- Poseen experiencia en cuanto al manejo del desarrollo turístico.
- La existencia de la corporación microempresarial yunguilla como ente de control de la actividad turística de la comunidad.
- El desarrollo de actividades productivas de procesamiento de lácteos, elaboración de mermeladas las cuales generan ingresos para las familias.
- Las vías de acceso son de primer orden y segundo orden.
- Servicios básicos como energía eléctrica y agua apta para el consumo humano.
- Se encuentra ubicada en una zona apta donde la producción de cultivos son de fácil acoplamiento.
- Posee miradores naturales de donde se puede apreciar todo un entorno natural ya sea en volcanes, flora, aves y su propia comunidad.
- La variedad de actividades existentes para desarrollarse en diversas ocasiones tales como charlas medioambientales, recorridos por senderos ecológicos, camping, observación de aves, etc.
- La comunidad está libre de contaminación auditiva, desechos sólidos y de gases tóxicos.

- La comunidad cuenta con un sistema de seguridad comunitaria el cual permite la seguridad de los turistas de la comunidad.
- La infraestructura es ecológica y se encuentra en buenas condiciones.
- Los terrenos son aptos y fértiles para la agricultura.
- Los costos son accesibles y competitivos frente a la competencia.
- Contará con un producto nuevo que es el agroturismo.
- La comunidad cuenta con un buen personal de trabajo con capacidades para el desarrollo del agroturismo.

#### **4.5.2 Debilidades**

- La actividad agroturística no se la desarrolla en buenas condiciones en las localidades cercanas a la comunidad de yunguilla debido a que es una actividad nueva en la zona.
- Falta de participación e involucramiento de las familias de la comunidad en actividades de agroecología.
- Falta de conocimientos en cuanto al agroturismo.

#### **4.5.3 Oportunidades**

- La escasa competencia en cuanto a la actividad agroturística en la zona.
- La creación de alianzas estratégicas con la competencia para generar un producto complementario.
- En su mayoría los turistas buscan actividades nuevas pero siempre y cuando estén ligadas al contacto con la naturaleza.
- La existencia de un mercado potencial insatisfecho.
- La disponibilidad de programas de gobierno hacia el fortalecimiento de la agroecología y el agroturismo.

#### **4.5.4 Amenazas**

- Daños en la infraestructura vial por desastres naturales (derrumbes y deslaves).
- El cambio climático en cuanto a precipitaciones constantes y temporadas de sequía que afectaran los procesos de cultivo.
- El aparecimiento de plagas que puedan afectar a los productos que se estén cultivando.

### **4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO**

#### **4.6.1 EL PRODUCTO:**

El producto es un bien o un servicio que se encarga de satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas.

El producto que se será ofertado en este caso es el agroturismo en el cual se desarrollaran diversas actividades como charlas interpretativas, alimentación, participación en actividades de siembra y cosecha de productos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los turistas. Es importante mencionar que el producto proyectado estará bajo los lineamientos de sostenibilidad que en la actualidad se requieren para el emprendimiento de diversos proyectos dando apertura al desarrollo de las comunidades.

#### **Estrategias del producto**

##### **Diseño**

La corporación microempresarial Yunguilla ofertara el “agroturismo” como un producto innovador el cual estará compuesto por tres elementos importantes, en el cual el hurto funcionara como área interpretativa, área de siembra y cosecha de productos y finalmente será facilitador de alimentos para el restaurante y tienda comunitaria. El objetivo de los tres elementos es que el turista pueda ser partícipe de las actividades que requieren cada uno de los elementos, los turistas tendrán la oportunidad de conocer cuál es el proceso de cultivo de los diversos productos nativos de la zona así también podrán participar en su cosecha y en el deleite de los platos gastronómicos que se prepararan en la comunidad con los mismos productos, por otro lado el huerto se convertirá en área interpretativa la misma que dará a conocer la importancia de cultivar productos netamente orgánicos.

Las actividades que intuye el producto ofertado son las siguientes:

**TABLA 10:** Descripción Del Producto Turístico A Ofertarse

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO A OFERTARSE</b>	
<b>SERVICIOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>ÁREA INTERPRETATIVA</b>	El hurto funcionara como área interpretativa resaltando la importancia de conservar los sectores agrícolas del país y más aún si estos son netamente orgánicos y no causan daño al medio ambiente ni al organismo de los seres humanos, logrando así causar una conciencia agroecológica en los turistas.
<b>ÁREA DE SIEMBRA Y COSECHA DE PRODUCTOS</b>	Esta actividad se llevara a cabo en el huerto en el cual los turistas podrán trabajar la tierra y hacer uso de los diversas herramientas que se necesitan tanto para el cultivo como para la cosecha así también el huerto estará dividido en tres áreas la primera que estará destinada a la siembra de legumbres y hortalizas, la segunda al cultivo de productos tradicionales como ocas, papas entre otros y la tercera parte que será destinada al cultivo de frutos tradicionales de la zona en este caso el chigualcan y la uvilla. Es importante mencionar que la primera y segunda área estará dividida por platabandas y parcelas.  También existirá un compostero el cual servirá para la producción y almacenamiento de abono orgánico el cual será empleado en el cultivo de los productos.
<b>ALIMENTACIÓN</b>	Los productos que sean cosechados serán utilizados en el restaurante comunitario de forma que con ellos se puedan preparar los diferentes menús gastronómicos, en cuanto a los productos frutales podrán ser utilizados de igual manera en la fábrica de mermeladas no obstante los productos también serán destinados a la tienda comunitaria de forma que puedan ser consumidos en la misma comunidad y por los turistas de igual manera.

**ELABORADO:** Katherine Rea

## **4.6.2 PRECIO**

El precio es un valor monetario que se otorga a un bien o servicio según su grado de utilidad con la finalidad de que el vendedor pueda ofertar dichos productos al comprador y así se realice una transacción comercial.

La corporación microempresarial Yunguilla establecerá los costos del producto en base a los costos y gastos que genere el proyecto planteado así también se tomara en cuenta los costos establecidos por la competencia directa, estas estadísticas se verán reflejadas en el estudio financiero del presente proyecto.

### **Estrategias de precio**

Existirán diversas formas de pago en efectivo, transacciones bancarias por la web.

## **4.6.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Es el medio por el cual atraviesa un producto o servicio hasta llegar al consumidor final.

### **Estrategias y canales de distribución**

#### **Distribución directa**

- Se podrán realizar las reservaciones por medio de la página web de la “Reserva Yunguilla”.
- Las reservaciones y ventas se las puede realizar por vía telefónica.
- Al realizar las reservaciones personalmente en la Reserva Yunguilla obtendrán un precio cómodo ya que no existen intermediarios a los que se deba otorgar comisiones.

## Distribución indirecta

- Se realizarán alianzas estratégicas entre las instituciones ya conocidas que trabajan con la Reserva Yunguilla por ejemplo:

**TABLA 11:** Canal de Distribución Indirecta

<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>	<b>INSTITUCIONES</b>
Viventura travel	PENUD
EF	Escuela de español Simón Bolívar
	Escuela de intercambio IST
	Universidad Tecnológica Equinoccial
	FLACSO

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

Las agencias e instituciones antes mencionadas son las principales proveedoras de turistas para la Reserva de Yunguilla de manera que ya se tiene una trayectoria de trabajo con ellas y los resultados han sido factibles es así que se considera pertinente seguir trabajando con dichas instituciones, no obstante el mantener relaciones con dichas instituciones sirven como referencia para nuevos proveedores de turistas.

### 4.6.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La publicidad consiste en dar a conocer un producto o servicio en el mercado a través de un medio de comunicación, con la finalidad de que este sea adquirido por los compradores.

#### Estrategias de promoción y publicidad

- Crear un video en donde se detallen todas las actividades que se realizan en el huerto y las que se derivan del mismo.
- Incluir información de la práctica agroturística en la página web de la Reserva Yunguilla.
- Crear material P.O.P que incluya información de la práctica agroturística, este será similar al material ya existente en el cual se promocionan las otras actividades turísticas de la Reserva Yunguilla.

## Publicidad no pagada

- Otorgar información de los contactos de la Reserva Yunguilla con la finalidad de ser publicados en la revista “Transport” para los operadores de turismo.
- Publicidad “Boca a Boca” la cual se utilizara por medio de la experiencia vivida por parte de otros turistas los mismos que podrán recomendar el lugar como sitio de visita.
- Crear el interés de los diversos medios de comunicación ya sean diarios, revistas, tv y radio el ayudaría a difundir la información del proyecto.

## 4.7 RESUPUESTO DE MARKETING

**TABLAS 12:** Publicidad Mensual Y Anual

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Folletería</b>	300	0,50	12.50	150
<b>Video didáctico</b>	1	100	8.33	100
<b>Página web</b>	1	100	8.30	100
<b>TOTAL</b>			<b>29.13</b>	<b>350</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea



## **CAPÍTULO V**

### **5 ESTUDIO TÉCNICO**

#### **5.1 INTRODUCCIÓN**

El estudio técnico es utilizado para el análisis del diseño y proceso del bien o servicio a crearse en el cual están inmersos varios elementos como: la mano de obra, materias primas, localización de las instalaciones, maquinaria, equipos entre otros. De forma que ayuden a la puesta en marcha del proyecto planteado.

Mediante el estudio técnico se define el diseño arquitectónico que tendrá el proyecto, es decir el espacio físico donde estará ubicado y la distribución de las diversas áreas.

#### **5.2 OBJETIVOS**

##### **General**

- Conocer cuáles son el requerimiento en cuanto a equipos, materiales e insumos para la puesta en marcha del proyecto con la finalidad de brindar un servicio de calidad.

##### **Específicos**

- Diseñar las diferentes áreas para la implementación de la infraestructura necesaria para el proyecto turístico ya planteado.
- Establecer la macro y micro localización del proyecto.

#### **5.3 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto será realizado en una finca ubicada dentro del bosque nublado en la zona de las estribaciones occidentales de la provincia de Pichincha localizada en la cuenca alta del río Guayllabamba a una altura aproximada de 2650 m.s.n.m. convirtiéndose así esta zona en una área de Hotspot de Andes tropicales, las principales actividades económicas que desempeñan en dichas zonas son la agricultura, ganadería y el turismo.

### 5.3.1 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

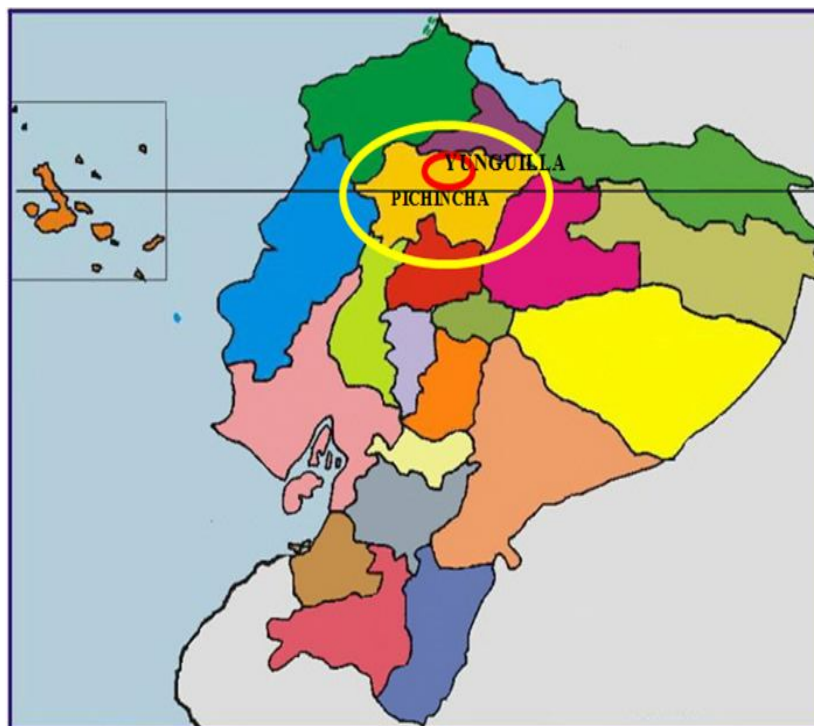
La provincia de Pichincha es una de las tres provincias más importantes del Ecuador posee zonas características de la cordillera de los andes como por ejemplo hacia el lado oriental encontramos una área netamente andina acompañada de montañas y nevados, mientras que hacia el oeste se presentan grandes planicies ocasionadas por las estribaciones de la cordillera.

La Cordillera Oriental y Occidental de los Andes ha permitido la formación de valles tales como el Guayllabamba, Tumbaco, los Chillos, Machachi, entre otros y de elevaciones de hasta los 5790 m.s.n.m. lo cual ha favorecido a la existencia de pisos climáticos y a la diversidad de productos agrícolas tales como; papas, ocas, camote, trigo, maíz, café, legumbres y frutas. No obstante es importante mencionar la presencia de pastizales los mismos que son aptos para la ganadería.

El clima en la provincia de Pichincha es variable desde la zona de paramo con 4°C hasta los 8°C mientras que en las zonas tropicales la temperatura puede llegar hasta los 22°C, en base al clima de los diversos pisos climáticos se encuentra especies de flora y fauna nativas de las zonas.

#### Mapa de ubicación de la Provincia de Pichincha en el Ecuador

Grafico 1: Ubicación de la Provincia de Pichincha



ELABORADO POR: Katherine Rea

## **5.4 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **5.4.1 Ubicación**

El hurto orgánico del proyecto planteado estará ubicado en la zona de Yunguilla en la Parroquia de Calacali, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, a una media hora del noroccidente de Quito y a una altura de 2650 m.s.n.m. la comunidad de Yunguilla está a 10 minutos del antiguo peaje de Calacali ingresando por el lado derecho de la vía principal.

### **5.4.2 Facilidades de acceso**

Para llegar a la comunidad de Yunguilla, se debe tomar en la estación del metrobus un transporte que se dirija a la estación de la Ofelia ubicada al norte de Quito, posteriormente tomar los alimentadores hacia el sector de Calacalí el costo de este transporte es de 0,50 centavos, en el parque central de Calacali deberá alquilar una camioneta que lo llevara hasta la comunidad de Yunguilla por un costo de \$4, otra de las opciones para llegar a la comunidad es tomar el metrobus hasta llegar a la estación de la Ofelia y ahí embarcarse en la cooperativa de los buses interprovinciales ya sea, Otavalo, Cayambe o Minas que son los que se dirigen al noroccidente de Quito y realizan paradas en el antiguo peaje de Calacalí al llegar a esta parada el ingreso a la comunidad de Yunguilla es notorio de forma que puede realizar una caminata hasta el lugar de destino esta tiene una duración de 1 hora aproximadamente.

Por otra parte si desea realizar la visita en vehículo propio puede tomar la vía Calacali – la independencia hasta llegar al antiguo peaje de Calacali desde este lugar se encontrara una clara señalización hacia la comunidad la cual está ubicada a 10 minutos desde el lugar ya mencionado, es importante mencionar que la vía de acceso es de segundo orden (adoquinada).

### 5.4.3 Mapa de ubicación del proyecto en la “Reserva Yunguilla”

Grafico 2: Ubicación de la “Reserva Yunguilla”



ELABORADO POR: Katherine Rea

### 5.4.4 CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

TABLA 13: Características Físicas De La Finca Tahuallullo de la “Corporación Microempresarial Yunguilla”

NOMBRE	EXTENSIÓN TOTAL	METROS CUADRADOS
Finca Comunitaria Tahuallullo	27 hectáreas	270000 m <sup>2</sup>

#### **5.4.5 SERVICIOS BÁSICOS**

- La finca cuenta con agua apta para el consumo humano.
- Energía eléctrica de la red pública.
- Cobertura celular.
- Internet
- Accesibilidad de transporte terrestre.

La finca no cuenta con una red de alcantarillado ni agua potable, motivo por el cual las aguas grises se desalojan a través de pozos ciegos y de pozos sépticos.

#### **5.4.6 PAISAJE DE LA FINCA**

La finca de Tahuallullo se encuentra ubicada en una zona de bosque secundario nublado a 2650 m.s.n.m. donde predominan especies de plantas como por ejemplo, el bambú (chusquea), arbustos como chilca, epifitas como bromelias y maleza como picuyo, la finca también cuenta con una área ganadera donde se puede encontrar un establo designado para el ordeño y alimentación de las vacas por otra parte encontramos un área de reacción que es utilizada para la actividad turística la cual cuenta con cancha de vóley, área de camping, área de parrilladas, mirador y juegos infantiles.

#### **5.4.7 FLORA DEL SITIO DE ESTUDIO**

El sitio del proyecto está ubicado en una zona de bosque secundario nublado en donde predominan especies de flora como: cedro (cedrela montana), arrayan, bambú (chusquea), orquídeas, bromelias y arbustos como helechos, uña de gato, es importante mencionar que algunas de estas especies son consideradas como maleza o malas hierbas para los cultivos de manera que en cierto caso para la elaboración del proyecto se deberán eliminarlas. Una lista de especies representativas de la zona se incluye en el **ANEXO 2**

#### **5.4.8 FAUNA DEL SITIO DE ESTUDIO**

En cuanto a la fauna en la finca podemos encontrar especies representativas de la zona por ejemplo en el grupo de aves tenemos; tangaras, colibrís, atrapa moscas, pava de monte, urraca azul, ampitas, entre otros. En cuanto a la presencia de mamíferos el porcentaje es bajo sin embargo existen especies tales como; venado de cola blanca, zarigüeyas, ardillas, lobos, ratones, entre otros. En el grupo de reptiles, anfibios e invertebrados podemos

encontrar algunas especies de lagartijas, serpientes, sapos, ranas, caracoles terrestres, escarabajos mariposas entre otros.

Una lista de especies representativas de la zona se incluye en el **ANEXO 3**.

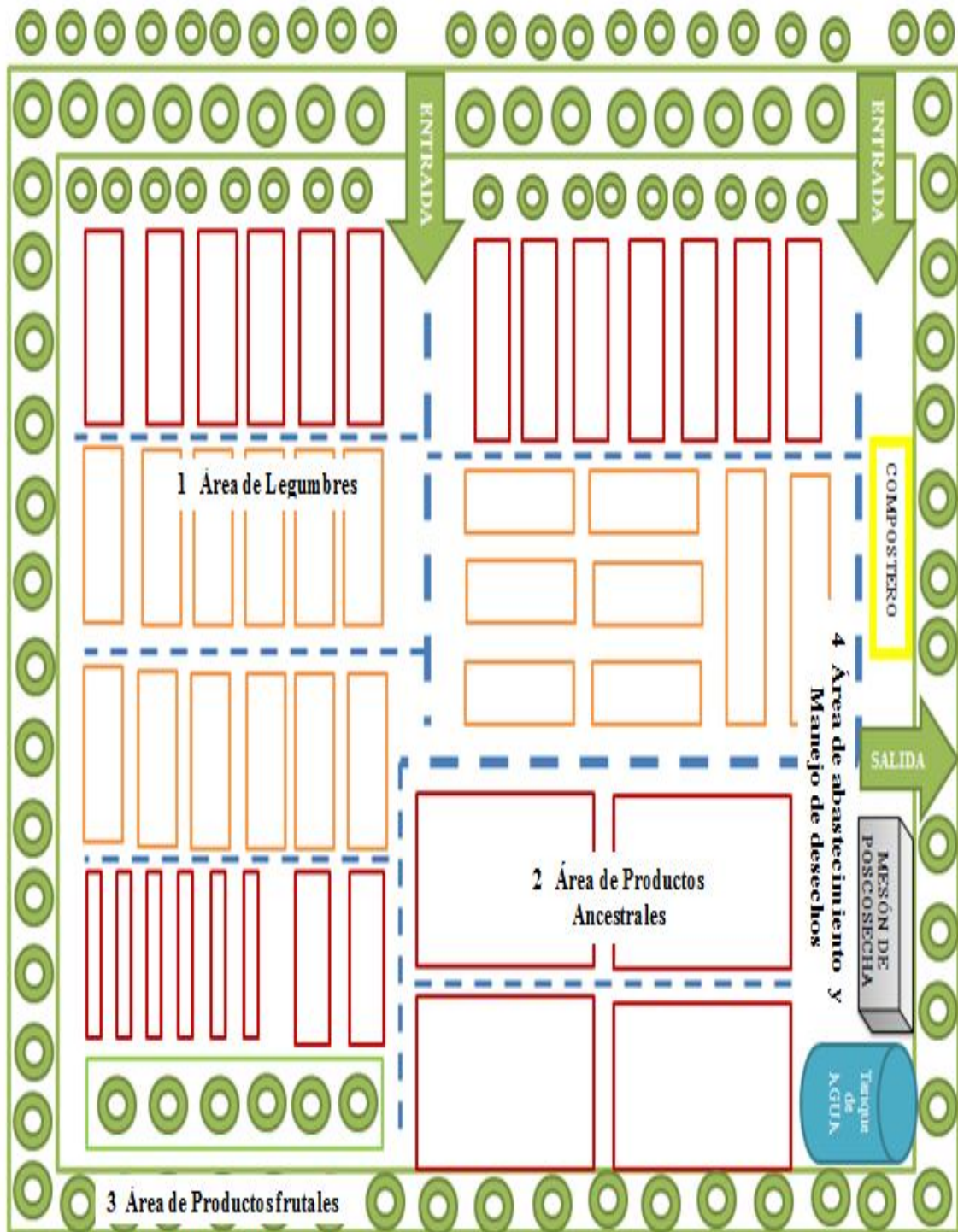
#### **5.4.9 ZONIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El terreno que se utilizara para el proyecto ya planteado contara con una extensión de 2.900 metros cuadrados a una altura de 2650.m.s.n.m. en cuanto a la topografía del terreno es una planicie con desniveles a los costados.

El terreno será dividido en 4 partes, la primera parte contara con sembríos de legumbres y hortalizas, la segunda parte con productos nativos y ancestrales de la zona como papas, ocas, camote entre otros, la tercera parte será utiliza para productos frutales tales como el chigualcan y la uvilla y la cuarta área que será utilizada para el abastecimiento y manejo de desechos.

## 5.5 DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

Grafico 3: Diseño del Huerto



ELABORADO POR: Katherine Rea  
TABLA 14: Descripción Física del Proyecto

<b>ÁREA 1 DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS</b>	<b>CANTIDAD EN METROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Platabandas	560 m2	Es un área en forma de terrazas o camas que serán utilizadas para la siembra y cosecha de productos vegetales, evitando problemas de erosión y desgaste del suelo.
<b>ÁREA 2 DE PRODUCTOS ANCESTRALES</b>	<b>CANTIDAD EN METROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Parcelas	1100 m2	Es una área semi-amplia en forma de bloques designados para la siembra y cosecha de productos ancestrales tales como: papas, mellocos, camote, ocas, maíz, entre otros.
<b>ÁREA 3 DE PRODUCTOS FRUTALES</b>	<b>CANTIDAD EN METROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Parcelas	930 m2	Es una área semi-amplia de cultivos frutales como: chigualcan, uvilla, mora y frutilla. Estas pueden ser en forma de bloque o cercas vivas dependiendo de las especies de frutas.
<b>ÁREA 4 DE ABASTECIMIENTO Y MANEJO DE DESECHOS</b>	<b>CANTIDAD EN METROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Tanque de agua	30 m2	Será utilizado para el almacenamiento de agua con la finalidad de abastecer el sistema de riego del huerto orgánico.



Compostero	25 m2	Servirá para la elaboración y almacenamiento de abono orgánico producido mediante el sistema de lombricultura.
Mesón de pos-cosecha	25 m2	Servirá para realizar la clasificación, lavado y empacado de los diversos productos.
<b>SENDEROS</b>	170 m2	El área de senderos está dividida en dos partes la una que es el sendero principal que es utilizado para interpretación y los senderos secundarios que son utilizados para la siembra y recolección de los productos.
<b>AREAS EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN</b>	60 m2	En esta área se realizara el cerramiento del huerto orgánico con la finalidad de delimitar el área.
<b>ÁREA TOTAL DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>2900 M2</b>	

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## **PAQUETES TURÍSTICOS A IMPLEMENTARSE**

### **PAQUETES : 1**

Tour convivencia en la comunidad de Yunguilla (1 día 1 noche)

Actividades

- Caminata en la zona de la comunidad
- Participación en tareas agrícolas
- Visita a las actividades productivas
- Convivencia comunitaria

Itinerario de visita

Día 1

- Bienvenida y presentación de los proyectos comunitarios.
- Caminata en la finca comunitaria Tahuallullo para visitar los proyectos agroecológicos como: huerto orgánico, área de ganadería y actividades productivas como: fábricas de lácteos, mermeladas y artesanías.
- Almuerzo en la casa Tahuallullo con productos locales.
- Caminata por la comunidad de Yunguilla y visita actividades de entretenimiento (columpio natural y deportes).
- Acomodación en los alojamientos familiares o cabaña comunitaria.

- Cena con las familias de la comunidad.
- Reunión de despedida
- A dormir

#### Día 2

- Participación en el ordeño.
- Desayuno
- Evaluación de la visita y salida.

#### Incluye

- Entrada a la finca comunitaria
- Recorrido por los senderos en la comunidad
- Alojamiento
- Alimentación (tres comidas)
- Guía local

#### No Incluye

- Servicios no especificados en el programa
- Impuestos del 12 % de IVA

#### COSTO

Por pax \$35 mínimo 5 personas

## **PAQUETES : 2**

#### Tour agroturismo comunitario

##### Actividades

- Caminata en la zona de la comunidad.
- Participación en actividades agroturisticas.
- Visita y participación en las actividades productivas.
- Convivencia comunitaria.
- Visita al mirador y el bosque nublado

## Itinerario de visita

### Día 1

- Bienvenida y presentación de los proyectos comunitarios.
- Visita y participación en las actividades del huerto orgánico comunitario (siembra, mantenimiento y cosechas de vegetales y frutas) y procesamiento de frutas en la fabrica de mermeladas.
- Almuerzo en la casa Tahuallullo con productos cosechados por los turistas.
- Caminata en la finca comunitaria y visita a las actividades productivas y ambientales.
- Actividades de entretenimiento y distracción opcionales: (columpio natural, deportes ,tienda comunitaria)
- Acomodación en los alojamientos familiares o cabaña comunitaria.
- Cena
- Reunión de despedida
- A dormir

### Día 2

- Participación en el ordeño
- Desayuno
- Visita al mirador el chochal y caminata en el sendero yumbo.
- Almuerzo
- Evaluación y salida.

### Incluye

- Entrada a la finca comunitaria
- Participación en actividades.
- Recorrido por los senderos en la comunidad
- Alojamiento
- Alimentación (4 comidas)
- Guía local
- Transporte interno

### No Incluye

- Servicios no especificados en el programa
- Impuestos del 12 % de IVA

### COSTO

Por pax \$60 mínimo 5 personas

## **CAPITULO VI**

### **6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

#### **6.1 INTRODUCCIÓN**

El estudio administrativo es una herramienta que nos permite determinar los elementos organizacionales con los que debe contar un proyecto nuevo o una empresa entre ellos encontramos, una estructura organizacional y funcional, planeaciones estratégicas, procesos de selección de talento humano, entre otros. Mientras tanto el estudio legal nos permite conocer la viabilidad del proyecto planteado bajo los lineamientos y normas regidas por la ley.

#### **6.2 OBJETIVOS**

##### **General**

- Establecer los aspectos organizacionales, legales y administrativos del proyecto planteado.

##### **Específicos**

- Crear una estructura organizacional y funcional con la finalidad de establecer un control para el manejo del hurto.
- Establecer el perfil del talento humano en base a las funciones que deberá realizar en el proyecto ya planteado.
- Conocer cuáles son las leyes y normas relacionadas con la implementación del presente proyecto.

#### **6.3 LINEAMIENTOS**

##### **Misión**

“Ser una comunidad organizada, con una conciencia ambiental optimista, que cultiva sus valores, con gente capacitada que planifica para mejorar la calidad de vida, generando sus propias fuentes de trabajo, que sus productos elaborados sean de calidad y mejore su salud y educación para crear una imagen de desarrollo sustentable”

### **Visión**

“Permanecer organizados, involucrarnos activamente en las diferentes responsabilidades que se nos otorgue, aprovechando los diferentes talentos, cualidades y capacidades de todos los miembros de la comunidad”

### **6.4 VALORES CORPORATIVOS**

- Solidaridad
- Amabilidad
- Respeto a los demás
- Honestidad
- Trabajo en comunidad
- Unidad
- Responsabilidad alegría

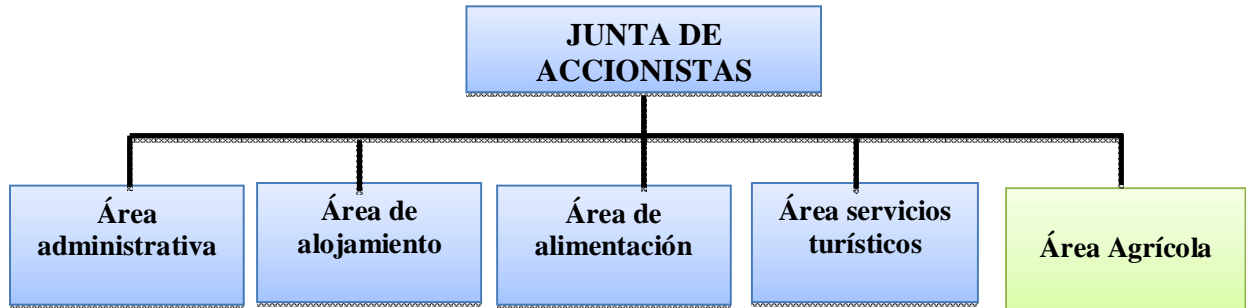
### **6.5 REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO PARA EL MANEJO DEL HUERTO ORGANICO**

<b>CARGO</b>	<b>PERSONAL REQUERIDO</b>
Trabajador Agrícola	1
Ayudante Agrícola	1

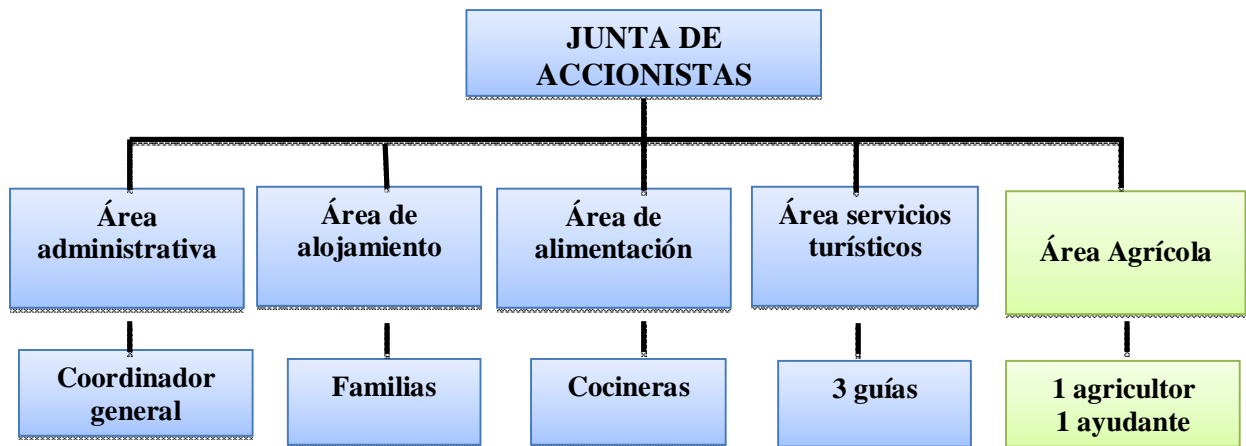
Es importante mencionar que la Corporación Microempresarial Yunguilla cuenta ya con una estructura organizacional pero para la implementación del huerto se ve necesario incorporar dos personas más al equipo para que puedan hacerse cargo de proyecto.

## 6.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.6.1 Organigrama estructural



### 6.6.2 Organigrama funcional de la finca



## 6.7 FUNCIONES POR AREA

En este caso solo se detallara el área objeto de estudio del proyecto ya planteado con la finalidad de conocer cuáles serán las actividades que deberán realizar los encargados del huerto orgánico.

## Área agrícola

**TABLA 15:** Funciones Y Responsabilidades

<b>CARGO</b>	<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	<b>REQUISITOS</b>
Agricultor	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajo de campo</li><li>• Preparar el terreno para realizar la siembra.</li><li>• Conocer con exactitud la variedad de las especies a cultivarse.</li><li>• Conocer los procesos de producción.</li></ul>	<b>Estudios:</b> Bachiller <b>Experiencia:</b> en fincas 1 año <b>Edad:</b> 25 a 45 años de edad.
Ayudante	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ayuda en el cuidado y manteniendo de los cultivos.</li><li>• Trabajo de campo</li><li>• Recolección de los productos</li><li>• Ayudar con el sistema de riego</li><li>• Empacar los productos</li><li>• Participar en la siembra y cosecha de los productos.</li></ul>	<b>Estudios:</b> primaria <b>Experiencia:</b> en fincas 1 año <b>Edad:</b> 17 a 45 años de edad.

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 6.8 NORMAS GENERALES

### **Apariencia y cuidado personal**

La presencia del personal para el desempeño de este trabajo deberá ser la más adecuada ya que el trabajo es de campo.

- El personal de trabajo del huerto deberá hacer uso de prendas con el logotipo de la Corporación Microempresarial Yunguilla tales como gorras, chompas, camisetas o chalecos.
- Deberá demostrar cuidado personal y organización en su área de trabajo.

### **Normas de conducta general**

- No fumar en horas laborables.
- No usar un lenguaje vulgar o soez.
- Dirigirse hacia otras personas con respeto y cordialidad.
- Trabajar en equipo.
- Respetar al equipo de trabajo que se encuentra en la finca.
- Deberán cuidar la infraestructura de su área de trabajo y la de la finca.

## 6.9 MARCO LEGAL

### 6.9.1 CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

El proyecto a implementarse esta bajo los lineamientos legales estipulados por la Constitución Nacional del Ecuador en este caso el capítulo cuarto de los **Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades** en el **Art. 57** hace mención al reconocimiento y garantía para las comunidades en cuanto a la práctica y uso de los recursos naturales renovables que se encuentren en el lugar que habitan así también tienen derecho a mantener, proteger y desarrollar sus saberes ancestrales en las diversas áreas que deseen como por ejemplo en la Agrobiodiversidad.

En el **capítulo sexto** de los **Derechos de libertad** se manifiesta que todas las personas tienen derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza, lo cual con la creación del proyecto puede cumplirse este derecho ya que es un huerto orgánico y no causa ningún tipo de contaminación para el ser humano.

En cuanto al **Capítulo séptimo** de los **Derechos de la naturaleza Art.71 y 74** la naturaleza como ente reproductor de vida tiene derecho a ser mantenido y respetado por todos las personas así mismo estos tendrán derecho a las facilidades que la natural les pueda proveer.

Los artículos siguientes hacen mención a la **SOBERANÍA ALIMENTARIA DEL ECUADOR** por lo cual el estado está encargado de los siguientes lineamientos.

**Art. 3**, literal d) de la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, dispone como obligación del Estado: "Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agro alimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional".

**Art. 27** de la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- "Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas".



El Estado velará por el respeto al derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades de conservar y promover sus prácticas de manejo de biodiversidad y su entorno natural, garantizando las condiciones necesarias para que puedan mantener, proteger y desarrollar sus conocimientos colectivos, ciencias, tecnologías, saberes ancestrales y recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad.

**Art. 281.-** La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

**Es responsabilidad del Estado:**

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Art. 282.- El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.

El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes.

## **6.9.2 PROGRAMA DE GOBIERNO 2013 – 2017 PROPUESTAS PARA EL SOCIALISMO DEL BUEN VIVIR**

Avanzar en la seguridad y soberanía alimentaria, la redistribución de la tierra y la productividad sustentable del agro, especialmente en las pequeñas y medianas unidades agropecuarias.

### **LÍNEAS DE ACCIÓN**

- Impulsar el dinamismo del sector agrícola, pecuario y marítimo para seguir avanzando en la consolidación de la seguridad alimentaria.

Los incentivos que se establezcan, así como las prioridades de financiamiento, se orientarán hacia la consecución de una economía del agro con mayores niveles de productividad, mayores niveles de protección de la integridad ecosistémica a largo plazo, diversificación de productos, y equidad en la repartición de beneficios.

- Aplicar políticas de fomento a la producción agrícola limpia, que impliquen el tránsito progresivo de las formas tradicionales de producción.

- con fertilizantes que afectan a la tierra y a las aguas de riego– hacia la producción orgánica. Incentivar el desarrollo de la agroecología y una agricultura basada en principios ecológicos, sociales, culturales y de producción; y promover el reconocimiento de los saberes y habilidades de los campesinos. Estas consideraciones a una mayor resistencia de los cultivos a condiciones hostiles como son las sequias y el empobrecimiento de los suelos. Como beneficio complementario la agroecología genera empleo.

- Fomentar la creación de redes de canastas solidarias entre grupos de productores y consumidores locales, y generar mecanismos directos que permitan a los proyectos productivos campesinos responder a los requerimientos de los programas e instituciones del sector público.

### **6.9.3 LEY ORGÁNICA DE AGROBIODIVERSIDAD, SEMILLAS Y FOMENTO AGROECOLÓGICO (CONFERENCIA PLURINACIONAL INTERCULTURAL DE SOBERANÍA ALIMENTARIA)**

#### **IMPORTANCIA DE LA AGROBIODIVERSIDAD**

El uso de la Agrobiodiversidad es enorme, se conoce que en la región andina, "existen no menos de 40 especies nativas importantes, utilizadas en la alimentación regional, así como otras en la artesanía, industria textil, plantas medicinales".

De otro lado, los movimientos indígenas y campesinos, como Vía Campesina internacional, han aportado mucho en el concepto y las dimensiones de la Soberanía Alimentaria y su ligación con la agrobiodiversidad: Manifiestan que para alimentar al mundo la agricultura campesina necesita sus propios sistemas de semillas con libre circulación, acceso de los pequeños productores a condiciones que les permita mantener la diversidad biológica y sociocultural base de la producción alimentaria.<sup>8</sup>

Es importante mencionar que esta actividad es importante a nivel general ya que conviene tener de una u otra manera estabilidad y variabilidad en los tres ámbitos: diversidad de genes, diversidad de especies y diversidad de ecosistemas, basándose en estos lineamientos se puede mantener una soberanía alimentaria. Así también es un elemento de gran relevancia para controlar otros problemas tales como; la desnutrición, inequidad económica y social, de salud, agronómicos, de cambio climático y otros.

El Ecuador está considerado como uno de los países con mayor domesticación de plantas cultivables y animales lo cual lo convierte en uno de los principales proveedores de para alimentación mundial.

La actividad agrícola por mucho tiempo ha sido descuidada y ha estado fuera de los lineamientos legales de forma que la presente propuesta de ley ha generado expectativas positivas en los agricultores del país, es así que en el **título II** de agro-biodiversidad y semilla campesina se fomenta el aseguramiento a la agro-biodiversidad y la semilla campesina como lo estipulan los artículos siguientes:

**Que el Art. 14** de la Constitución de la República, declara de interés público la Biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental.

---

<sup>8</sup>LEY ORGÁNICA DE AGROBIODIVERSIDAD, SEMILLAS Y FOMENTO AGROECOLÓGICO

**Que el Art. 281. 6.** de la Constitución de la República, dispone la promoción, la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.

**Que el Art. 15** de la Constitución de la República, prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de amias químicas, biológicas, organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas.

**Que el Art. 57.8** de la Constitución de la República, conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

**Que el Art. 57 12.** De la Constitución de la República obliga a mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales.

De esta forma el objetivo principal de esta ley es que se creen nuevos mecanismos de desarrollo los cuales puedan ser cumplidos por el estado ecuatoriano garantizando la producción de alimentos sanos y nutritivos que perduren el resto de los años.

Es importante mencionar que las semillas que se utilizaran en el huerto de la Corporación Microempresarial Yunguilla son netamente semillas campesinas o mejor conocidas como orgánicas con la finalidad de no erosionar y dañar la tierra.

De esta forma los proyectos agrícolas relacionados al turismo pueden ser beneficios debido a que cumplen los estándares requeridos por los lineamientos institucionales nacionales como la conservación del medio ambiente, mejora de la calidad de vida y promover fuentes generadoras de recursos económicos para las mismas comunidades.

En cuanto a las obligaciones del estado podemos mencionar las más representativas para la implementación del proyecto ya planteado.

- a. Garantizar la conservación de la Agrobiodiversidad en sus distintos niveles: agroecosistemas, especies y variedades.
- b. Preservar, producir, regenerar, conservar, revitalizar, distribuir, impulsar el uso y consumo de manera sostenible de la agrobiodiversidad y semillas campesinas y la recuperación y fomento de los conocimientos, saberes ancestrales, prácticas y tecnologías agro eco lógicas vinculadas a ellas.
- c. Garantizar y facilitar el uso, conservación e intercambio libre de semillas campesinas.

f. Evitar la erosión genética, la pérdida de conocimiento tradicional y las prácticas culturales asociadas a la agrobiodiversidad, semilla campesina y a la alimentación.

k. Mitigar los efectos del cambio climático y reducir sus impactos sobre los ecosistemas y poblaciones, mediante el fomento de la Agrobiodiversidad y prácticas agroecológicas.

### **Establecimiento de Tipología Territorial**

El organismo rector de la política en Soberanía Alimentaria, en coordinación con los GADS, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades indígenas, afrodescendientes y montubios, familias y organizaciones campesinas, cholos y mestizas, en general; y mujeres rurales en particular, debe establecer una tipología territorial que permita diferenciar lo siguiente:

- Zonas y agro-ecosistemas de alta Agro-biodiversidad: entendidos como área geográfica cuyas condiciones ecológicas, sistemas de producción agropecuarios y patrones culturales permiten el desarrollo de una alta variabilidad de cultivos y crianzas, variedades nativas, silvestres, y otros organismos componentes de la Agro-biodiversidad.

### **Medidas de protección y aseguramiento para la Agro-biodiversidad y la Semilla Campesina:**

Una vez identificadas estas zonas de Agro-biodiversidad el estado estará encargado de protegerlo a través de los diversos GADS garantizando la mantención de las zonas que podrán ser aprovechadas, además deberán estar establecidas dentro de planes, programas y proyectos específicos para asegurar esta condición y la consecución de dichos lugares.

Otro punto a destacar es el uso de las semillas, en este caso en el Ecuador existen tres tipos de estas; las semillas campesinas las mismas que están en riesgo de perderse estas son cultivadas de forma natural, el segundo tipo de semilla es la convencional esta se diferencia por tener técnicas de fitomejoramiento (químicos y pesticidas) y la tercera es la semilla transgénica la cual es generada por ingeniería genética.

Declarar zonas o territorios Agroecológicos y Agrobiodiversos, libres de agrotóxicos. Para ello se establecerán planes, programas y proyectos de investigación, formación, capacitación y promoción, para la transición y conversión productiva hacia la agroecología, a corto, mediano y largo plazo.

#### **6.9.4 LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL**

**Art. 2.-** La gestión ambiental se sujeta a los principios de, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

**Art. 7.-** La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

**Art. 18.-** El Plan Ambiental Ecuatoriano, será el instrumento técnico de gestión que promoverá la conservación, protección y manejo ambiental; y contendrá los objetivos específicos, programas, acciones a desarrollar, contenidos mínimos y mecanismos de financiación así como los procedimientos de revisión y auditoría.

**Art. 19.-** Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

**Art. 23.-** La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

- La estimación de los efectos causados a la población humana, a biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada.
- Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,

La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

## **CAPITULO VII**

### **7 ESTUDIO FINANCIERO**

#### **7.1 INTRODUCCIÓN**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.<sup>9</sup>

#### **7.2 OBJETIVOS**

- Determinar la inversión necesaria que se requiere para el proyecto con la finalidad de analizar su viabilidad y rentabilidad.

En cuanto a los cálculos monetarios se los realiza en dólares estadounidenses actual moneda del Ecuador.

#### **7.3 INVERSIONES**

##### **7.3.1 ACTIVOS FIJOS**

El activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa.

Los activos físicos o tangibles de la empresa se suelen clasificar en activos fijos y movibles. Los activos movibles son aquellos que están destinados para venderse, los activos fijos no.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>[www.zonaeconomica.com](http://www.zonaeconomica.com)

<sup>10</sup>[www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)



## TERRENO

Está ubicado en la zona de Yunguilla en la Parroquia de Calacalí, frente a la vía Calacalí-Independencia cuenta con una extensión de 2.900 m<sup>2</sup> el mismo que pertenece a la Corporación Microempresarial Yunguilla.

**TABLA 15:** Descripción del Terreno

<b>TERRENO PARA EL HURTO ORGÁNICO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>AREA TOTAL</b>	<b>VALOR X M2</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	Metros cuadrados	2.900	2,00 \$	5.800,00

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## ACTIVOS FIJOS

### EDIFICACIONES

Aquí se considera el valor de las diferentes construcciones y la mano de obra a utilizarse para la construcción del hurto orgánico, considerando varios aspectos como el clima, la topografía, entre otros. Este proyecto está dividido en 6 secciones las mismas que se detallan a continuación:

**TABLA 16:** Especificaciones para la construcción del huerto

ESPECIFICACIONES PARA LA CONTSTRUCCION DEL HUERTO				
DESCRIPCIÓN		ÁREA TOTAL METROS	PRECIO DE CONSTRUCCIÓN	VALOR TOTAL
<b>Sección 1</b>				
Terreno	Area para cultivo	2900	2,00	5.800,00
Edificaciones	Área de reuniones	2000	2,00	4.000,00
<b>Sección 2</b>				
Huertas de agricultura orgánica	Área 1.- De legumbres y hortalizas	560	0,80	447,08
	Área 2.- De productos ancestrales	1100	0,30	327,32
	Área 3.- De productos frutales	930	0,39	363,82
<b>Sección 3</b>				
Sistema de riego	Tanque de agua	30	100,00	3.000,00
<b>Sección 4</b>				
Compostero	Compostero	25	2,40	60,00
<b>Sección 5</b>				
Mesón	Mesón	25	2,20	55,00
<b>Sección 6</b>				
Senderos	Senderos	170	2,00	340,00
<b>OTRAS CONSTRUCCIONES</b>				
Cerramiento del terreno	Cerramiento del terreno	60	2,00	120,00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		4900	112,09	<b>14.513,22</b>

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## EQUIPO Y MAQUINARIA

Aquí se establece todo lo necesario para el mantenimiento del huerto.

**TABLA 17: EQUIPO Y MAQUINARIA**

<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
llovedoras	5	30,00	150,00
<b>TOTAL</b>			150,00

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## HERRAMIENTAS

Se establecen todas las herramientas e instrumentos necesarios para el desarrollo de las diferentes secciones.

**TABLA 18: HERRAMIENTAS**

<b>HERRAMIENTAS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Palas	5	20,00	100,00
Azadones	4	25,00	100,00
Rastrillo	2	10,00	20,00
<b>TOTAL</b>			220,00

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## ADECUACIONES Y MEJORAS

Aquí se establece todos los materiales que son necesarios para la construcción de las diferentes secciones.

**TABLA 19: ADECUACIONES Y MEJORAS**

<b>ADECUACIONES Y MEJORAS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Compostero	25	2,40	60,00
Mesón	25	2,20	55,00
Senderos	170	2,00	340,00
<b>TOTAL</b>			<b>455,00</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## TOTAL ACTIVOS FIJOS

**TABLA 20: Total Activos**

<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	5.800,00
Edificaciones	4.000,00
Sistema de riego	3.000,00
Cerramiento del terreno	120,00
Adecuaciones y mejoras	455,00
Equipo y Maquinaria	150,00
Herramientas	220,00
<b>TOTAL</b>	<b>13.745,00</b>

<b>TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTE</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Sembrio	1.138,22
<b>TOTAL</b>	<b>1.138,22</b>

<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>14.883,22</b>
------------------------------	------------------

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

### 7.3.2 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo para el proyecto planteado es financiado en su totalidad por la Corporación Microempresarial Yunguilla para la puesta en marcha del hurto, esta inversión se encuentra distribuida entre la compra de materia prima, la mano de obra, mantenimiento y compra de suministros.

### INSUMOS AGRÍCOLAS

**TABLA 21: INSUMOS AGRÍCOLAS**

INSUMOS AGRICOLAS								
FRUTAS Y HORTALIZAS ( 560 MTS 2)								
DESCRIPCIÓN	SEMILLAS POR PAQUETE	VALOR UNITARIO	ABONO UTILIZADO	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	III TRIMESTRE	PRUCCION ANULA
Lechugas	100	0,15	0,33	15,33	15,33	15,33	15,33	61,32
Rabanos	60	0,10	0,33	6,33	6,33	6,33	6,33	25,32
Zanahoria	150	0,12	0,33	18,33	18,33	18,33	18,33	73,32
Cilantro	50	0,05	0,33	2,83	2,83	2,83	2,83	11,32
Cebolla blanca	150	0,15	0,33	22,83	22,83	22,83	22,83	91,32
Acelga	50	0,12	0,33	6,33	6,33	6,33	6,33	25,32
Zuquini	100	0,15	0,33	15,33	15,33	15,33	15,33	61,32
remolacha	80	0,11	0,33	9,13	9,13	9,13	9,13	36,52
Col	100	0,15	0,33	15,33	15,33	15,33	15,33	61,32
<b>TOTAL</b>		1,10	2,97	111,77	111,77	111,77	111,77	447,08

<b>ÁREA 2.- PRODUCTOS ANCESTRALES ( 1100 MTS 2)</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>ABONO UTILIZADO</b>	<b>PRUCCION ANULA</b>
<b>Papas chauchas</b>	<b>8</b>	<b>15,00</b>	<b>0,33</b>	<b>120,33</b>
<b>Zanahoria Blanca</b>	<b>4</b>	<b>19,00</b>	<b>0,33</b>	<b>76,33</b>
<b>Ocas</b>	<b>2</b>	<b>15,00</b>	<b>0,33</b>	<b>30,33</b>
<b>Mellocos</b>	<b>5</b>	<b>20,00</b>	<b>0,33</b>	<b>100,33</b>
<b>TOTAL</b>		<b>69,00</b>	<b>1,32</b>	<b>327,32</b>
<b>ÁREA 3.- PRODUCTOS FRUTALES ( 930 MTS 2)</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POR PLANTA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>ABONO UTILIZADO</b>	<b>PRUCCION ANULA</b>
<b>Uvilla</b>	<b>250</b>	<b>0,50</b>	<b>0,33</b>	<b>125,33</b>
<b>Mora</b>	<b>150</b>	<b>0,25</b>	<b>0,33</b>	<b>37,83</b>
<b>Frutilla</b>	<b>200</b>	<b>0,25</b>	<b>0,33</b>	<b>50,33</b>
<b>Chigualcan</b>	<b>300</b>	<b>0,50</b>	<b>0,33</b>	<b>150,33</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1,50</b>	<b>1,32</b>	<b>363,82</b>

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla  
Asesor agrícola Julio Collaguazo  
**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## MANO DE OBRA DIRECTA

**TABLA 22: MANO DE OBRA**

<b>MANO DE OBRA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
Agricultor	1	340,00	4.080,00
Ayudante	1	170,00	2.040,00
<b>TOTAL</b>			6.120,00

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## COSTOS INDIRECTOS

Se ha considerado establecer un porcentaje para la reparación de los activos fijos de un 4% del total de la inversión del proyecto ya planteado.

**TABLA 23: COSTOS INDIRECTOS**

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Mantenimiento y reparación	4%	47,82	573,85
Agua		30	360,00
Luz		30	360,00
Seguridad		30	360,00
<b>TOTAL</b>			1.653,85

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

**TABLA 24: CAPITAL DE TRABAJO**

<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Insumos agrícolas	1.138,22
Mano de obra	6.120,00
COSTOS INDIRECTOS	1.653,85
<b>TOTAL</b>	<b>8.912,07</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 7.4 TOTAL DE LA INVERSIÓN

**TABLA 25: TOTAL DE LA INVERSIÓN**

<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	
Total activos	14.883,22
Capital de trabajo	<b>8.912,07</b>
<b>TOTAL</b>	<b>23.795,29</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 7.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Este proyecto se ejecutará con el financiamiento total de la Corporación microempresarial Yunguilla la cual aportará con el valor total de la inversión.



## DEPRECIACIONES

**TABLA 26:** Depreciación De Activos Fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS DE FORMA MENSUAL Y ANUAL								
CONCEPTO	VIDA UTIL	% ANUAL	TOTAL ACTIVOS	DEPRECIACIÓN ANUAL 1	DEPRECIACIÓN ANUAL 2	DEPRECIACIÓN ANUAL 3	DEPRECIACIÓN ANUAL 4	DEPRECIACIÓN ANUAL 5
Edificios	20	5%	4.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Equipo y Maquinaria	10	10%	3.150,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Herramientas	3	33%	220,00	73,33	73,33	73,33		
				-	-	-	-	-
				-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>7.370,00</b>	<b>588,33</b>	<b>588,33</b>	<b>588,33</b>	<b>515,00</b>	<b>515,00</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## GASTOS DE MARKETING

**TABLA 27:** GASTOS DE MARKETING

GASTOS DE MARKETING				
ESTRATEGIA	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Folleteria	300	0,50	12,50	150,00
Video didactico	1	100,00	8,33	100,00
Página web	1	100,00	8,33	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>8,33</b>	<b>350,00</b>

### 7.6 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El presupuesto de costos y gastos se lo realiza a 5 años de la implementación del huerto de acuerdo al 2.30% de la tasa de inflación del año 2013.

**TABLA 28: PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos agrícolas	1.138,22	1.164,40	1.191,18	1.218,58	1.246,60
Mano de obra	6.120,00	6.260,76	6.404,76	6.552,07	6.702,76
COSTOS INDIRECTOS	1.653,85	1.691,89	1.730,80	1.770,61	1.811,34
Depreciación Activos fijos	588,33	588,33	588,33	515,00	515,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>9.500,40</b>	<b>9.705,38</b>	<b>9.915,07</b>	<b>10.056,26</b>	<b>10.275,71</b>
Gastos de marketing	350,00	358,05	366,29	374,71	383,33
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>350,00</b>	<b>358,05</b>	<b>366,29</b>	<b>374,71</b>	<b>383,33</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>9.850,40</b>	<b>10.063,43</b>	<b>10.281,35</b>	<b>10.430,97</b>	<b>10.659,03</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 7.7 PRESUPUESTO DE INGRESOS

La Corporación Microempresarial Yunguilla recibirá ingresos a través de tres áreas las mismas que están especificadas a continuación.

**TABLA 29: PRESUPUESTO DE INGRESOS POR TURISTAS**  
(ANEXO 4)

INGRESOS POR TURISTAS		
AÑO	NUMERO DE TURISTAS	TASA DE CRECIMIENTO
2009	35.940,00	
2010	43.740,00	21,70
2011	48.300,00	10,43
2012	53.555,00	10,88
<b>TOTAL</b>		<b>43,01</b>
<b>TASA DE CRECIMIENTO TOTAL</b>		<b>14,34</b>
<b>PORCENTAJE A RECIBIR POR LA PRODUCCION DEL HUERTO (15%)</b>		<b>8.033,25</b>

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

**TABLA 30: PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA EN TIENDA  
COMUNITARIA**

<b>INGRESO POR INSUMOS</b>					
<b>ÁREA 1.- DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS ( 560 MTS 2)</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>NUMERO DE PRODUCTOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>COSECHA ANUAL</b>	<b>PVU</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>
<b>Lechugas</b>	100	0,40	400	0,40	160,00
<b>Rabanos</b>	60	0,30	240	0,30	72,00
<b>Zanahoria</b>	150	0,05	600	0,05	30,00
<b>Cilantro</b>	50	0,05	200	0,05	10,00
<b>Cebolla blanca</b>	150	0,85	600	0,85	510,00
<b>Acelga</b>	50	0,35	200	0,35	70,00
<b>Zuquini</b>	100	0,45	400	0,45	180,00
<b>remolacha</b>	80	0,35	320	0,35	112,00
<b>Col</b>	100	0,40	400	0,40	160,00
<b>TOTAL</b>		3,20	3360	3,20	1.304,00

<b>ÁREA 2.- PRODUCTOS ANCESTRALES ( 1100 MTS 2)</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>QUINTALES COSECHADOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VENTA ANULA</b>
<b>Papas chauchas</b>	8	15,00	120,00
<b>Zanahoria Blanca</b>	4	19,00	76,00
<b>Ocas</b>	2	15,00	30,00
<b>Mellocos</b>	5	20,00	100,00
<b>TOTAL</b>		69,00	326,00

<b>ÁREA 3.- PRODUCTOS FRUTALES ( 930 MTS 2) (2 AÑO)</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRUTA POR LIBRA</b>	<b>FRUTA POR UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>PRUCCION ANULA</b>
<b>Uvilla</b>	500		1,00	500,00
<b>Mora</b>	500		1,00	500,00
<b>Frutilla</b>	700		1,00	700,00
<b>Chigualcan</b>		400	0,30	120,00
<b>TOTAL</b>			3,30	1.820,00

**FUENTE:** Corporación Microempresarial Yunguilla

Asesor agrícola Julio Collaguazo

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## **CAPITULO VIII**

### **8. EVALUACIÓN ECONOMICA DEL PROYECTO**

#### **8.1 INTRODUCCIÓN**

Mediante la aplicación de la evaluación económica del proyecto podemos conocer la viabilidad y rentabilidad que tendrá el proyecto planteado, con la finalidad de que los inversionistas tomen la decisión de invertir en el mismo.

#### **8.2 OBJETIVOS**

##### **General**

- Determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto mediante el uso de índices financieros.

##### **Específicos**

- Establecer el estado de situación Inicial y de pérdidas y ganancias.
- Encontrar el TIR y el VAN.
- Analizar el tiempo de recuperación de la inversión.
- Establecer el punto de equilibrio.

#### **8.3 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

Es aquel que describe la situación económica en la que se encuentra la empresa representada en un balance general, aquí se indica los activos con los que cuenta la empresa, así también el patrimonio y las obligaciones financieras que deberá pagar.

**TABLA 31:** Estado de situación Inicial “Huerto Orgánico”

<b>BALANCE GENERAL</b>				
<b>DESDE 1 ENERO AL 30 DE DICIEMBRE DEL 2013</b>				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Capital de trabajo	8.912,07			
Sembrio	1.138,22			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Terreno	5.800,00			
Edificaciones	4.000,00			
Sistema de riego	3.000,00		<b>PATRIMONIO</b>	
Cerramiento del terreno	120,00		Capital	23.795,29
Adecuaciones y mejoras	455,00			
Equipo y Maquinaria	150,00			
Herramientas	220,00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>23.795,29</b>		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>23.795,29</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

#### **8.4 ESTADO DE RESULTADOS**

Estado de resultados del “huerto orgánico” proyectado a 5 años con el 2.30% de inflación anual registrada en noviembre del 2013 y en un incremento del 2% anual.

**TABLA 32: ESTADO DE RESULTADOS**  
(ANEXO 5)

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>11.483,25</b>	<b>12.783,57</b>	<b>14.255,46</b>	<b>15.922,88</b>	<b>17.723,18</b>
Ingresos por insumos	3.450,00	3.598,35	3.753,08	3.914,46	3.992,75
Ingresos por turismo	8.033,25	9.185,22	10.502,38	12.008,42	13.730,43
<b>(-) TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>8.912,07</b>	<b>9.117,05</b>	<b>9.326,74</b>	<b>9.541,26</b>	<b>9.760,71</b>
Insumos agrícolas	1.138,22	1.164,40	1.191,18	1.218,58	1.246,60
Mano de obra	6.120,00	6.260,76	6.404,76	6.552,07	6.702,76
COSTOS INDIRECTOS	1.653,85	1.691,89	1.730,80	1.770,61	1.811,34
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>2.571,18</b>	<b>3.666,52</b>	<b>4.928,72</b>	<b>6.381,62</b>	<b>7.962,47</b>
<b>(-) COSTOS / GASTOS FIJOS</b>					
gastos de ventas	350,00	358,05	366,29	374,71	383,33
Gtos depreciaciones	588,33	588,33	588,33	515,00	515,00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2.571,18</b>	<b>3.666,52</b>	<b>4.928,72</b>	<b>6.381,62</b>	<b>7.962,47</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 8.5 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

**TABLA 33: FLUJO DE CAJA**

<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA PROYECTADO A 5 AÑOS</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversion total	23.795,29					
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
Utilidad Neta		2.571,18	3.666,52	4.928,72	6.381,62	7.962,47
(+) Gastos depreciacion		588,33	588,33	588,33	515,00	515,00
<b>(-)INVERSIONES</b>						
Terreno	(5.800,00)					
Edificaciones	(4.000,00)					
Sistema de Riego	(3.000,00)					
Cerramiento del terreno	(120,00)					
Adecuaciones y mejoras	(455,00)					
Equipo y Maquinaria	(150,00)					
Herramientas	(220,00)					
Sembrio	(1.138,22)					
Capital de trabajo	(8.912,07)					
<b>FLUJO DE CAJA INICIAL</b>		8.912,07				
<b>FLUJO DE CAJA FINAL</b>	<b>(23.795,29)</b>	<b>12.071,58</b>	<b>4.254,84</b>	<b>5.517,04</b>	<b>6.896,62</b>	<b>8.477,47</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 8.6 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

Mediante el Van podemos identificar los beneficios que tendrá la implementación del proyecto sobre el costo que generara el mismo.

Para conocer el porcentaje de las variables de la tasa de descuento se ha obtenido estadísticas del BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, “Indicadores e Índices Financieros anuales año 2012 y 2013”.

**TABLA 34: VARIABLES**

<b>VARIABLES TASA DE DESCUENTO</b>	
Tasa pasiva (%)	4,53%
Inflación (%)	2,30%
Riesgo país (%)	1,31%
<b>Tasa descuentos (%)</b>	<b>8,14%</b>

**ELABORADO POR:** El autor

### FORMULA

$$VAN = \frac{Vt}{(1 + k)^t} - I_o$$

Dónde:

<b>SIMBOLOGIA</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
Vt	Flujo neto o valor total
K	Tasa de descuento
T	Periodo de beneficio neto
I <sub>o</sub>	Inversión para poner en marcha

**ELABORADO POR:** El autor

### **VAN año 1 del proyecto:**

VAN AÑO 1	12.071,58			VAN	25.426,90	-	23.795,29
	(1+0,1513) <sup>1</sup>			VAN	1.631,61		

Se realizó el mismo procedimiento con todos los años siguientes ingresando los datos de flujo de caja neto.



**TABLA 35: VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO DE CAJA	VAN
1	12.071,58	10.485,17
2	4.254,84	3.210,01
3	5.517,04	3.615,27
4	6.896,62	3.925,39
5	8.477,47	4.191,06
<b>TOTAL</b>	<b>37.217,56</b>	<b>25.426,90</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

## 8.7 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

**TABLA 36: TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO DE CAJA	TIR
0	(23.795,29)	18%
1	12.071,58	
2	4.254,84	
3	5.517,04	
4	6.896,62	
5	8.477,47	

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

Esto significa que por el dinero invertido los beneficiarios tendrán un 18% de rentabilidad.

## 8.8 PERIODO DE RECUPERACIÓN

**TABLA 37: PERIODO DE RECUPERACIÓN**

Periodo de Recuperación		
Años	Flujos Actuales	Flujos Acumulados
0	- 23.795,29	- 23.795,29
1	12.071,58	- 11.723,72
2	4.254,84	- 7.468,87
3	5.517,04	- 1.951,83
4	6.896,62	4.944,79
5	8.477,47	13.422,26

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

El valor invertido se comenzara a recuperar a partir del tercer año de producción.

## 8.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas que deben realizarse para no obtener ni pérdidas ni ganancias, es decir cubrir los costos totales de la inversión.<sup>11</sup>

Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

**TABLA 38: PUNTO DE EQUILIBRIO**

COSTOS VARIABLES	
Insumos agricolas	1.138,22
COSTOS INDIRECTOS	1.653,85
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>2.792,07</b>
COSTOS FIJOS	
gastos de ventas	350,00
Gtos depreciaciones	588,33
Mano de obra	6.120,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>7.058,33</b>
	7.058,33
	1 _ 2.792,07
	11.483,25
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>9.325,84</b>

**ELABORADO POR:** Katherine Rea

<sup>11</sup>CALDAS MOLINA Marco, Preparación y evaluación de proyectos, pág. 187

## **CAPITULO IX**

### **9 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

#### **9.1 INTRODUCCIÓN**

Al finalizar el estudio técnico y financiero del proyecto es importante realizar el estudio de impacto ambiental para conocer cuáles serán los impactos que se ocasionaran con la puesta en marcha del proyecto, antes, durante y después del planteamiento del mismo.

Posteriormente se deberá analizar los impactos negativos y positivos que traerá consigo la puesta en marcha del proyecto ya sea en el área física, biótica y sociocultural con la finalidad de establecer medidas de mitigación que ayuden a controlar y reducir los impactos negativos que se presenten.

#### **9.2 OBJETIVOS**

- Conocer cuáles serán los impactos ambientales que va a causar la puesta en marcha del proyecto.
- Crear un plan de manejo en el que se establezcan las medidas de mitigación necesarias para minimizar los impactos ambientales en el área del huerto orgánico.
- Cumplir con las regulaciones ambientales vigentes.

#### **9.3 Estudio de Impactos Ambientales.**

##### **IMPACTOS NEGATIVOS**

El método utilizado para realizar el estudio de impacto ambiental es la Matriz de Evaluación de Impactos Ambientales de Luna Leopold en cual se analizan las tres etapas a utilizarse en el proyecto en este caso son las siguientes: planificación, construcción y operación así también los factores físicos, bióticos y socioculturales.

##### **9.3.1 Componentes Físicos**

- **Contaminación del Suelo**

En la etapa de Construcción se genera desintegración de la tierra a causa de la sacudida de la misma para la preparación del hurto.

Durante la operación del Proyecto planteado se generaran impactos en el suelo por el ingreso de turistas al huerto.

- **Contaminación del Agua**

El agua considerada como el líquido vital de todo ser viviente en este caso no se verá afecta debido a que llega al huerto a través de mangueras de agua y es almacenada en un tanque de reservorio.

- **Contaminación del Aire**

El aire es uno de los factores que se verán afectados a causa de la etapa de construcción del proyecto debido a la quema de material verde sacado del terreno del hurto mientras que en la etapa de operación no existirá mayor contaminación ya que es un huerto orgánico y no se utilizan productos químicos ni pesticidas.

### **9.3.2 Factores Bióticos**

#### **Afectación a la Flora y Fauna**

Tanto la flora como la fauna del sector se verán afectadas por la construcción del proyecto Pero en mínimas cantidades ya que no se utilizara maquinaria pesada para la construcción del proyecto, en cuanto a las especies de flora como es una zona de pastizal o picuyo no existe mayor presencia de especies nativas, por otro lado las especies de fauna como aves no se verán afectadas ya que los árboles son utilizados como cercas del hurto

### **9.3.3 Factores Socio-Económicos – Culturales**

Los impactos que se causarán en la comunidad son positivos puesto que durante la construcción como la operación del proyecto se generará opciones de fuentes de empleo sin embargo las personas que trabajaran en el huerto son los coordinadores de la finca comunitaria.



## **9.4 IMPACTOS AMBIENTALES POSITIVOS**

### **COMPONENTE FÍSICO**

#### **SUELO**

- En cuanto a los impactos positivos que recibirá el suelo podemos mencionar que este no será erosionado por los cultivos del huerto ya que los diversos productos serán sembrados rotativamente evitando el daño.
- El huerto será netamente orgánico ya que no se hace uso de pesticidas ni fumigantes que puedan afectar a los alimentos ni a los consumidores de estos tomando en cuenta el artículo 281 de la soberanía alimentaria del Ecuador.
- La producción de estos alimentos ayuda a reforzar el interés nacional por erradicar la desnutrición.
- El cultivo de estos productos permiten la conservación de semillas naturales campesinas las mismas que están en peligro de extinción de esta forma se establece salvaguarda los productos nativos de la zona.
- La creación del huerto ayuda a que prevalezca la semilla campesina y que la de Fito mejoramiento y la transgénica no siga predominando el mercado agrícola.

#### **AGUA**

- En cuanto al sistema de riego se trabaja con los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental establecidos por la constitución de forma que se facilite el uso del agua para la producción de alimentos.

### **FACTORES SOCIO-ECONÓMICOS- CULTURALES**

- Con la implementación del huerto se apoya al fortalecimiento de los saberes ancestrales vinculados al manejo o cultivo de la tierra, de esta forma se plantea que las peonas se involucran más con las técnicas de sembrío de forma natural.
- Se fomenta una nueva perspectiva en cuanto a la agricultura ya que esta puede crecer y convertirse en una fuente de ingresos económicos fuerte del País.

- Así también se fomenta fuentes de trabajo en el área agrícola puesto que esta actividad se encuentra en escaso aprovechamiento.
- La creación del huerto ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas no solo económicamente sino con salud alimenticia.
- Los ingresos económicos que reciben por la actividad turística son reinvertidos en toda la comunidad fortaleciendo así desarrollo comunitario.

## **9.5 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

En cuanto a los impactos ocasionados en la etapa de construcción y operación se ve la necesidad de crear medidas de mitigación que permitan regular y controlar estos impactos negativos.

### **9.5.1 Las medidas de mitigación a tomarse serán las siguientes:**

- Colocar basureros para los desechos orgánicos e inorgánicos en el huerto debido a las visitas que realizaran los turistas a este lugar.
- Definir claramente cuáles serán los espacios del sendero donde podrán transitar tanto turistas como el equipo de trabajo de la finca con la finalidad de evitar mayores impactos negativos.
- Los desechos que salgan de los procesos de cultivo serán enviados al compost con la finalidad de transformarlo en abono orgánico.
- Crear una campaña de concientización para todos los visitantes para que entiendan la importancia que tiene preservar el medio ambiente y las actividades que se pueden realizar dentro de ella en este caso la agricultura.
- Reutilizar la materia prima que salga de la preparación de la tierra para el cultivo de forma que los materiales sean utilizados en cercas u otras cosas.

## **CAPITULO X**

### **10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **10.1 Conclusiones**

Al realizar las investigaciones pertinentes para la creación de un proyecto Agroturístico y poder elaborar el presente proyecto; se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La actividad agroturística ofrece la oportunidad de descubrir cómo es la vida de las personas en el campo las mismas que se dedican a la agricultura y la ganadería, esta actividad da apertura a la convivencia entre personas de diferentes costumbres y tradiciones.
- El mercado para el Agroturismo en el Ecuador es relativamente nuevo por lo que, a pesar de que existe competencia en los alrededores donde se encuentra ubicada la Corporación microempresarial Yunguilla, aún existe una demanda insatisfecha que podrá ser atendida por la misma.
- La finca de la Corporación Microempresarial Yunguilla cuenta con un área geográfica apta para el desarrollo del emprendimiento agroturístico y para la creación del huerto orgánico.
- Los establecimientos cercanos a la corporación no ofrecen servicios de calidad en cuanto a la actividad agroturística ya que es una modalidad nueva de hacer turismo en esta zona.
- Desde el punto de vista turístico el servicio a ofertarse es innovador por lo cual será un proyecto viable, si bien es cierto no será generador de ingresos altos cumplirá con otra función que es minimizar los gastos que realiza la corporación en cuanto a productos alimentarios no obstante existirá un mínimo porcentaje de ganancias en cuanto a la venta de los productos en la tienda comunitaria.



- La participación en el mercado en cuanto a captación de turistas es buena debido a que la oferta aún no tiene proyectos o programas de desarrollo de emprendimientos agrícolas.
- La evaluación financiera determina que los resultados del proyecto obtenidos del VAN y del TIR son positivos lo cual nos indica que existe factibilidad para ejecutar el proyecto planteado.
- En definitiva en el estudio técnico se puede observar la factibilidad que tendrá el proyecto planteado ya que cuenta con un diseño perfectamente detallado de la puesta en marcha del proyecto así también como de su mantenimiento.
- En cuanto a los impactos ambientales producidos por la actividad de; construcción, implementación, operación y abandono del proyecto se ha previsto el planteamiento de medidas de mitigación para estos impactos pese a que no son muy relevantes siendo así se ha creado un plan de manejo ambiental para cubrir todas las diversas áreas.

## 10.2 RECOMENDACIONES

- Es importante mentalizar en nuevas opciones de realizar turismo sin dejar de lado las otras actividades económicas que se derivan de ella, ya que se está perdiendo la importancia del uso de las tierras ya sea en agricultura o ganadería.
- Se deberá poner mayor empeño en crear una conciencia ambiental enfocada a otras actividades tales como la agropecuaria pero que está dirigida a turistas nacionales debido a que son ellos los que realizan en mínimos porcentajes visitas a este tipo de lugares.
- El Ministerio de Turismo, del Medio Ambiente y del MAGAP deberían asociarse y apoyar a emprendimientos como es el caso de este proyecto ya que se conjuga las tres áreas antes mencionadas así se fortalece la identidad de conservar las técnicas ancestrales de trabajo en el área agrícola a esto se le agrega un poco de diversión y atractivos turísticos y sirve como una actividad turística no obstante las charlas interpretativas sobre el cuidado del medio ambiente pueden ser de ayuda para incentivar y motivar a los estudiantes.
- Se recomienda la rotación de cultivos para evitar la erosión del suelo.
- Contratar durante todo el tiempo el proceso de construcción, operación, entre otros, con la finalidad de mantener los estándares de calidad y con el cumplimiento del plan de manejo ambiental para mitigar los impactos.

## BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Indicadores e Índices Financieros anuales del Ecuador año 2012 y 2013.
- Budowski, G. 2001. Modalidades agroturísticas y sus limitaciones. (en línea). Ecuador. Consultado el 6 de mar. 2013. Disponible en [www.una.ac.cr/ambi/ambientico/107/budowski.htm](http://www.una.ac.cr/ambi/ambientico/107/budowski.htm).
- CALDAS MOLINA Marco, Preparación y evaluación de proyectos, pág. 187
- Constitución Nacional del Ecuador
- Desarrollo del Ecoturismo “Introducción a la Planificación del Ecoturismo”, autores; DRUMM Andy y MOORE Alan, segunda edición, The Nature Conservancy (Arlington, Virginia, USA, 2005).
- El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio Asunción (Paraguay) 12-13 de mayo de 2003
- IICA INFORME ANUAL 2008, “*La contribución del IICA al desarrollo de la agricultura y las comunidades rurales de las Américas*”.
- INEC, Ingreso De Turistas A Los Establecimientos Del Noroccidente De Pichincha.
- KOTLER Phillip, Marketing para turismo 3 edición, editorial Person, Prentice hall España 2008
- Ley de Gestión Ambiental
- LEY DE GESTION AMBIENTAL. Ley No. 37. RO/ 245 de 30 de Julio de 1999.
- Ministerio de Turismo “Turismo y desarrollo Sostenible”, Dra. FERNANDEZ , Rocio (consultora), edición; Agosto del 2002, Pág.; 62-66-69-70
- NAVAS, **Albertina**; REVISTA LÍDERES; 30 DE AGOSTO DE 2004; PÁGINA 16: CIRCULA CON DIARIO EL COMERCIO
- Propuesta De Ley Orgánica De Agrobiodiversidad, Semillas Y Fomento Agroecológico, edición preparada por la Comisión de agrobiodiversidad, semillas y agroecología de la COPISA 2012.

- Plan de Manejo de la Corporación Microempresarial Yunguilla.
- Marvin blanco m. y Hernando Riveros, el agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial, 2003, pág.: 12
- Riveros, h; blanco, m. 2003. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Lima, pe, iica-prodar.
- Organización Mundial de Turismo (agroturismo)

#### **PAGINAS WEB**

- [www.agroturismo.com](http://www.agroturismo.com)
- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.santaluciaecuador.com](http://www.santaluciaecuador.com)
- [www.quito.com.ec///Reserva Ecológica Maquipucuna](http://www.quito.com.ec///Reserva Ecológica Maquipucuna) - Quito

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERÍA Y**  
**GASTRONOMÍA**  
**ESCUELA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

Reciba un cordial saludo, soy una estudiante egresada de la Universidad Tecnológica Equinoccial y al momento me encuentro realizando una Investigación de Mercado para mi trabajo de tesis, le agradezco por su ayuda al responder las siguientes preguntas.

### ENCUESTA

**Encuesta Dirigida a los turistas que visitan la “Corporación Microempresarial Yunguilla”**

**Género:** M\_\_\_\_ F\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_  
**Nacionalidad** \_\_\_\_\_

1. ¿A través de que medio se informó para visitar la corporación microempresarial Yunguilla?

<b>Medios de comunicación</b>	
Agencias de viajes	
Internet	
Revistas	
Libros	
Radio / TV	
Familiares / amigos	
Otros	

2. ¿A través de que medio realiza su viaje?

Una agencia de viaje	
Por cuenta propia	

Otras instituciones / ONG	
------------------------------	--

**3. ¿Con quién suele realizar su viaje?**

Solo	
En pareja	
Familia	
Amigos	
Otros	

**4. Tiene usted conocimiento de la actividad agroturística?**

<b>SI</b>	
<b>NO</b>	

**5. Durante su estadía en Yunguilla le gustaría destinar parte de su tiempo a realizar actividades agrícolas cómo:**

<b>ACTIVIADES</b>	<b>MUCHO</b>	<b>ALGO</b>	<b>POCO</b>	<b>NADA</b>
Visitar un huerto orgánico				
Aprender sobre el sistema de cultivo				
Participar de la actividad de siembra y cosecha de productos				

**6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a destinar para realizar actividades agrícolas?**

<b>PERIODO DE TIEMPO</b>	
Un día	
Dos días una noche	
Tres días dos noches	

Una semana	
Otros	

**7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir durante su estadía en Yunguilla por las actividades antes mencionadas?**

Menos de 20	
De 20 - 40	
De 40 - 60	
De 60 - 100	
De 100 - 120	
De 120 en adelante	

**¡MUCHAS GRACIAS!**



## ANEXO 2

<b>LISTA DE PRINCIPALES ESPECIES DE FLORA EN LA ZONA DE YUNGUILLA.</b>	
<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>
Arrayan	Myrcianthes sf. Discolor
Flor de Mayo	Meriana Maxima
Puma maqui	Oropana Sodiroi
Aliso	Alnus Jorulencis
Tarqui	Hedyosmun rasemosum
Roble	Roupala
Cascarillo	Cinchona Pubescens
Colca	Miconia sp.
Motilón	Hyeronima Macrocarpa
Sierra	Miconia papillosa
Uña de gato	Mimosa Quitensis
Taxo	Passiflora Mixta
Orquídea	Cirtochilum macranthum
Orquídea flor de Cristo	Epidendrum sp.
Orquídea	Oncidium Cultratum
Orquídea	Odontoglossum Hallii
Campanitas	Bomarea Multiflora
Cedro	Cedrela Montana
Mora	Rubus Glaucus

### ANEXO 3

<b>LISTA DE PRINCIPALES ESPECIES DE FAUNA EN LA ZONA DE YUNGUILLA.</b>	
<b>Nombres Comunes</b>	<b>Nombres científicos</b>
<b>Aves</b>	
Pava de monte	
Platero	
Colespishco	
Guiracchuro amarillo	
Mirlo	
Galaria	
Matorralero nuquirrojo	
Trogon	Trogon Personatus
Frutero verdinegro	
Urraca Turquesa	Cyanolyca Turcosa
Colibrí sol ángel de gorguera	Heliangelus Strophianus
Colibrí Inca Collarejo	Coeligena Torquata
Colibrí pico de espada	Ensifera Ensifera
Loro Piquirrojo	Pionus Sordidus
Torcaza	Columba
<b>Mamíferos</b>	
Oso de anteojos	Tremarctos Ornatus
Puma Americano	Felis Concolor

#### ANEXO 4

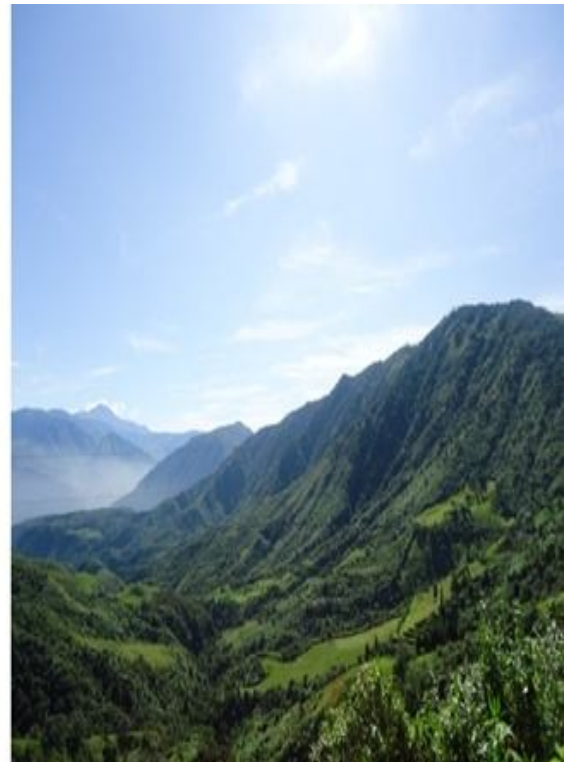
ANEXOS DE INGRESOS POR TURISTAS						
Año 2009						
DETALLE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL ANUAL	VALOR	TOTAL INGRESO	
TURISTAS EXTRANJEROS	457	491	948	30,00	28.440,00	
TURISTAS NACIONALES	136	114	250	30,00	7.500,00	
			1198		35.940,00	
Año 2010						
DETALLE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL ANUAL	VALOR	TOTAL INGRESO	TASA DE CRECIMIENTO
TURISTAS EXTRANJEROS	653	471	1124	30,00	33.720,00	21,70
TURISTAS NACIONALES	145	189	334	30,00	10.020,00	
			1458		43.740,00	
Año 2011						
DETALLE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL ANUAL	VALOR	TOTAL INGRESO	TASA DE CRECIMIENTO
TURISTAS EXTRANJEROS	462	492	954	35,00	33.390,00	10,43
TURISTAS NACIONALES	198	228	426	35,00	14.910,00	
			1380		48.300,00	
Año 2012						
DETALLE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL ANUAL	VALOR	TOTAL INGRESO	TASA DE CRECIMIENTO
TURISTAS EXTRANJEROS	458	521	979	35,00	34.265,00	10,88
TURISTAS NACIONALES	306	337	643	30,00	19.290,00	
			1622		53.555,00	
<b>TOTAL</b>						43,01 %
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>						14,34 %
<b>PORCENTAJE A RECIBIR POR LA PRODUCCION DEL HUERTO 15%</b>						8.033,25

#### ANEXO 5

	PRODUCCION	TURISMO
INFLACIÓN ANUAL	2,3%	
% INCREMENTO PRODUCTIVO	2,0%	
TASA DE CRECIMIENTO		14,34%
	4,30%	

## ANEXO 6

- Paisaje de la comunidad de yunguilla



- **Flora y Fauna Yunguilla**



- **Actividades productivas**



- **Huerto Orgánico**







- **Turismo en yunguilla**

