



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: “ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA HACIENDA ALISON, PARA EL DISEÑO
DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE TOACASO, CANTÓN
LATACUNGA”**

AUTORA: SÁNCHEZ MOREIRA, VALERIA SOLANGE

TUTOR: Ing. ALBAN YÁNEZ, CARLOS ALBAN Mgs.

LATACUNGA, MAYO 2023



CÓDIGO: GDI.3.1.004

VERSIÓN: 1.0



CAPÍTULO I: GENERALIDADES



TERCERA
Sección

PRIMERA
Sección

SEGUNDA
Sección



Formulación del problema

¿Cómo el análisis del potencial turístico de la hacienda "Alison" en la parroquia Toacaso aporta al diseño de un producto agroturístico como alternativa para preservar y promover el valor cultural de las actividades agropecuarias?



Problemática

En el Ecuador existen ciertos tipos de turismo que son tendencias en cuanto a los gustos y preferencias del consumidor. Sin embargo, existe ausencia de emprendimientos u oferta turística enfocados a la actividad agroturística, específicamente el agroturismo es escasa y se realiza de forma empírica

A pesar de que existen oportunidades para desarrollar el turismo rural en la provincia de Cotopaxi, se requiere una planificación y coordinación integral entre los sectores público y privado para aprovechar los recursos naturales y culturales de la zona. Además, la crisis del COVID-19 ha demostrado la necesidad de reinventar el sector turístico y promover el turismo rural en espacios abiertos y con poca afluencia de turistas.

En la parroquia de Toacaso existe una ausencia de emprendimientos turísticos enfocados en la actividad agroturística y desconocimiento en la gestión administrativa de la actividad turística. Por ello, para dar a conocer y aprovechar los productos y servicios de los emprendimientos agrarios como es el de la hacienda "Alison" para poder diversificar su actividad económica.



Objetivos

Objetivos específicos

Objetivo General

Analizar el potencial turístico de la Hacienda "Alison", para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia de Toacaso, cantón Latacunga.



Establecer la fundamentación teórica relacionada al potencial turístico y diseño de un producto agroturístico



Identificar las características territoriales en la hacienda "Alison", mediante el análisis multidimensional para determinar la oferta y demanda del turista.



Diseñar un producto agroturístico en la hacienda "Alison" para la planificación y gestión efectiva a través de estrategias que promueva el desarrollo del agroturismo.



Variables de la investigación

Variable Independiente

- Potencial turístico

Variable Dependiente

- Producto agroturístico



Hipótesis de la investigación

El análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison” en la parroquia Toacaso, establecerá acciones para la creación de un producto agroturístico.



CAPÍTULO I: GENERALIDADES



Fundamentación teórica

Variable Independiente
Potencial Turístico

(Blanco, Araujo y Escamarrán 2019)



Fundamentación teórica

Variable Dependiente

Producto agroturístico

(Riveros y Blanco, 2003) y (Ordóñez, 2013)



Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

- Art. 14
- Art. 66
- Art. 47
- Art. 313

Ley de Turismo

- Art. 2
- Art. 3
- Art. 5
- Art 12

Reglamento General de Actividades Turísticas

- Art. 180: Promoción



CAPÍTULO I: GENERALIDADES

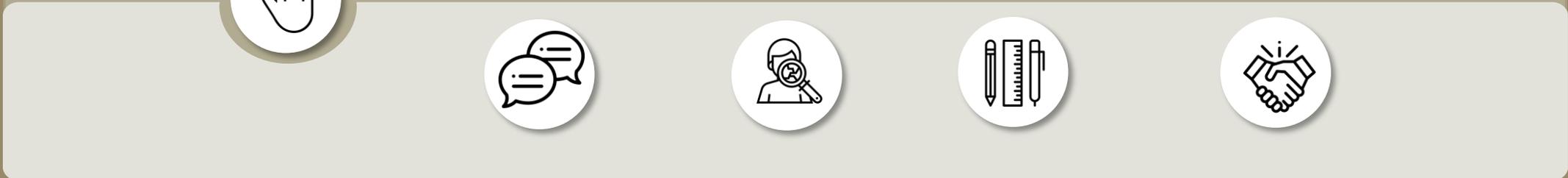


Marco Metodológico

Enfoque de la investigación



Modalidad de la investigación



Marco Metodológico

Método de la investigación



Método Deductivo
toma conclusiones
generales para obtener
definiciones particulares

Fuentes de recopilación de Información



- Fuentes primarias
- Fuentes Secundarias



Marco Metodológico

Técnicas de recopilación de información

-  1 Observación
-  2 Entrevista
-  3 Encuesta

Instrumentos de recopilación de información



Ficha de levantamiento de información



Marco Metodológico

Metodología de la propuesta

Evaluación del potencial turístico.

Diseño de un producto agroturístico.



(Blanco, Araujo y Escamarrán, 2019)



Marco Metodológico

Modelación de negocios con la herramienta Canva

(Blanco, Araujo y Escamarrán, 2019)

Metodología de la propuesta





Capítulo 11:

DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

El Capítulo 2 se divide en diferentes pasos importantes, como se detalla a continuación:

- Paso 1: Caracterización del territorio
- Paso 2: Inventario de atractivos turísticos del territorio
- Paso 3: Oferta turística del territorio
- Paso 4: Demanda turística del territorio
- Paso 5: Análisis Foda

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:



**Caracterización del
territorio**

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

Capítulo II:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Caracterización del territorio

Paso 1:

DIMENSIÓN SOCIOCULTURAL

Historia

Estructura y procesos demográficos

Ingresos

Cultura y tradiciones

Conflictos social

Actitud hacia el turista

Paso 2:

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Actividad económica y mano de obra

Tipo de empresa

Accesos a mercados

Tecnología

Paso 3:

DIMENSION AMBIENTAL

Ubicación geográfica

Superficie del territorio y uso del suelo

Clima

Flora y fauna

Paso 4:

DIMENSION POLÍTICO - INSTITUCIONAL

Grupos de interés y políticas públicas

Iniciativas en operación y planificadas

Paso 5:

Capítulo 11:



Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:



Inventario de atractivos
turísticos del territorio

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

Capítulo II:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Inventario de atractivos turísticos del territorio

Ficha de levantamiento de información para jerarquización de Atractivos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA

Criterios de valoración	Resultados	Resultados	Resultados
	Nevado los ilinizas	Cascada san frnacisco	iglesia parroquial de toacazo
A Accesibilidad y Conectividad	8,5	7	10
B Planta Turística y Complementarios	14,7	9,6	10,2
C Estado de conservación e integración atractivo/ entorno	10	10	10
D Higiene y Seguridad Turística	10,6	4,6	9,2
E Políticas y Regulaciones	6	6	6
F Actividades que se practican en el atractivo	3	3	9
G Difusión del atractivo	5	0	0
H Registro de visitantes y afluencia	5	0	0
I Recurso Humano	5	0	1
TOTAL	67,8	40,2	55,4
JERARQUIA	III	II	II

RANGOS	JERARQUIA
86 - 100	IV
61 - 85	III
36 - 60	II
11 - 35	I
0 - 10	Recurso



Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Inventario de atractivos turísticos del territorio

Ficha de los Recursos turísticos de la hacienda "Alison"

Recursos Turísticos				
Nombre del recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividad
Bosque de Pinos	Natural	Bosque	Páramo	<ul style="list-style-type: none">SenderismoTrekkingObservación de flora y faunaPesca en estanques
Valle el Zunfo	Natural	Planicies	Valle	<ul style="list-style-type: none">Ciclismo de montañaPaseos a caballo
Casa – hacienda	Cultural	Folcklore	Artesanías y artes	<ul style="list-style-type: none">CampingMiradorHistoria del lugarExhibición y alquiler de equipos de monturaRealización de artesanías de maderas
Zona de hierbas medicinales	Cultural	Folcklore	Medicina ancestral	<ul style="list-style-type: none">ExplicacionesUsos medicinales
Huerto ecológico	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none">Técnicas para abono del sueloUso del aguaTipos de vegetales y hortalizas
Siembra de papas	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none">Técnicas para abono del sueloTipos de AradoTécnicas para la conservación del sueloTipo de papa a utilizar
Zona de ordeño	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none">Extracción de lechePreparación productos derivados de Leche

Población y Muestra

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Población

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN LA RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS (2019-2020)			
AÑO	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
2020	77.288	7.088	84.376

Muestra

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

$$n = \frac{1,962(0,5)(0,5)(84.376)}{(84.376 - 1)0,052 + 1,962 * 0,5 + 0,5}$$
$$n = \frac{81,034.71}{210,94 + 0,96}$$
$$n = \frac{81,034.71}{211,9}$$
$$n = 382,41$$
$$n = 382$$

Capítulo 11:



Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:



**Oferta turística
del territorio**

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

Capítulo II:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Oferta turística del territorio

Paso 1:

La oferta turística de un territorio está compuesta por los productos y los servicios puestos a disposición del turista, entre ellos: alojamiento, gastronomía, actividades de ocio y eventos.

De la oferta interesa conocer capacidad, calidad y precio. Es importante recordar que los atractivos también forman parte de la oferta turística.

Paso 2:

Paso 3:

- Gastronomía típica

Gastronomía

- Observación de manejo de cultivo
- Observación de la flora y fauna
- Cabalgata
- Alimentación de animales de granja
- Pesca en estantes

Actividades de Ocio

- Manifestaciones culturales e históricas
- Festividades de San Francisco

Eventos

- Nevado Los Illinizas
- Iglesia parroquial de Toacaso

Atractivos

Paso 4:

Paso 5:



Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:



**Demanda turística
del territorio**

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

Capítulo II:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Demanda turística del territorio

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Demanda actual



Pregunta	Alternativas	Porcentaje
Género	Femenino	49,9%
	Masculino	47,7%
	LGBTI	4,2%
Edad	21 – 30 años	44,5%
¿Conocen la parroquia de Toacaso?	Si	70,9%
¿Con qué frecuencia visita la parroquia de Toacaso	Una vez al mes	22,3%
	Dos veces al mes	43,2%
	Tres veces al mes	16,9%
	Más de tres veces al mes	17,6%

Demanda turística del territorio

Paso 1:

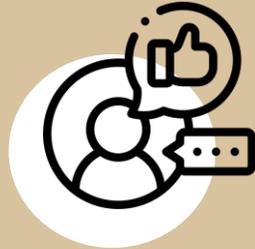
Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Patrones de consumo



Pregunta	Alternativas	Porcentaje
¿Realiza actividades recreativas o turísticas?	Si	77,2%
¿Qué tipo de actividades recreativas o turísticas son de su preferencia?	Ciclismo de montaña	39,7%
	Trekking	28,1%
	Senderismo	25,1%
¿Qué tipo de servicio de alojamiento es de su agrado en un espacio rural?	Casa - hacienda	67,6%
	Camping	32,4
¿Qué tipo de servicio de alimentos y bebidas son de su preferencia?	Servicio de cafetería	25,8%
	Snack bar	16,4%
	Restaurante comida típica	52,8%

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:



CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA EL POTENCIAL TURÍSTICO

Capítulo II:



Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

Paso 5:

Análisis Foda



Matriz FODA		
Ambiente interno	Fortalezas	Debilidades
	<p>F1. Existencia de recursos con potencial turístico.</p> <p>F2. Experiencias que pueden ofrecer en el sector agroturístico.</p> <p>F3. Experiencias en actividades culturales y de aventura.</p>	<p>D1. Falta de infraestructura y equipamiento adecuada para recibir a los turistas.</p> <p>D2. Desconocimiento del ámbito turístico por parte de la administración social de la hacienda.</p> <p>D3. Falta de diversificación de la hacienda (dedicada solo a la actividad primaria).</p>
Ambiente externo		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1. Incremento para el consumo de los productos orgánicos de la hacienda para la comunidad o visitantes.</p> <p>O2. Lugar para aclimatación e indicaciones para el ascenso a los Ilinizas</p> <p>O3. Ofrecer servicios turísticos de la hacienda para visitantes nacionales e internacionales</p>	<p>FO1. Desarrollo y promoción de los atractivos turísticos de la hacienda (alianzas con operadores turísticos, participación en ferias y eventos turísticos).</p> <p>FO2. Ofrecer productos orgánicos de la hacienda (aplicando programas de fidelización).</p> <p>FO3. Creación de paquetes turísticos.</p>	<p>DO1. Inversión en la infraestructura de las áreas de recreación y de alojamiento. También para la adquisición de equipamiento para la preparación de alimentos y atención de los turistas.</p> <p>DO2. Capacitación y formación del personal en temas de turismo y hospitalidad, además de ofrecer actividades en el campo.</p> <p>DO3. Desarrollas estrategias de marketing para promocionar nuevos servicios turísticos que ofrece la hacienda por redes sociales, páginas web, folletos, etc.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1. Las condiciones climáticas pueden afectar la producción de la hacienda.</p> <p>A2. Cambios en las preferencias de los consumidores.</p> <p>A3. Inestabilidad económica a nivel nacional.</p>	<p>FA1. Contemplar la oferta turística, desarrollando actividades tanto para temporada alta o baja.</p> <p>FA2. Oferta de experiencias para satisfacer una amplia gama de preferencias de los consumidores.</p> <p>FA3. Implementación de medidas para reducir costos y aumentar la eficiencia de sus operaciones.</p>	<p>DA1. Desarrollar una campaña de financiamiento colectivo (crowdfunding) para mejorar la infraestructura turística en la hacienda.</p>



Capítulo III:
**DISEÑO DE UN
PRODUCTO
AGROTURÍSTICO**

El Capítulo 3 se divide en dos secciones, en la primera sección se presentan los pasos para el diseño del producto agroturístico:

- Paso 1: Revisión de los principios básicos
- Paso 2: Diseño del portafolio de productos
- Paso 3: Organización y gestión de productos turísticos específicos

Y en la segunda sección se hablará sobre los nueve bloques del modelo de negocio mediante la herramienta Canvas

Secciones



CAPÍTULO III: DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Secciones

Pasos de la Metodología

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



- 1. Atractividad
- 2. Implementación
- 3. Territorialidad
- 4. Pluralidad

Paso 1: Revisión de los principios básicos

Paso 2: Diseño del portafolio de productos turísticos

- 1. Procedimiento 1: Clasificación de la oferta de los productos turísticos
- 2. Procedimiento 2: Ficha técnica de cada uno de los productos turísticos específicos
- 3. Procedimiento 3: Ejecutar priorización con los elementos de accesibilidad, presupuesto y el interés de los gestores

- 1. Procedimiento 1: Eje de interpretación
- 2. Procedimiento 2: Eje Definición de tours
- 3. Procedimiento 3: Eje propuesta de valor
- 4. Procedimiento 4: Eje integración de actores
- 5. Procedimiento 5: Imagen y posicionamiento del producto

Paso 3: Organización y gestión de productos turísticos



ones



**Paso 1:
Revisión de los principios
básicos para identificar
productos turísticos**

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Principios básicos para identificar productos turísticos en la hacienda "Alison"

Principio	Alcance
Atractividad	El producto agroturístico tiene la capacidad de atraer flujos turísticos debido a que la parroquia Toacaso cuenta con la hacienda "Alison", donde se pueden desarrollar actividades de ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, e incluso el turismo cultural lo que conlleva al turista a pernoctar en el lugar
Implementación	El producto agroturístico puede ser implementado a corto plazo debido a que se cuenta con el apoyo de empresas públicas y privadas, prestadores de servicio y actores claves como: <ul style="list-style-type: none"> • Entidades gubernamentales: Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Agricultura y Ganadería y Desarrollo y Pesquero (MAGADP), Ministerio de Salud Pública (MSP), Ministerio de Turismo, Ministerio de educación, Ministerio de Ambiente y Dirección de Turismo. • GAD Parroquial Toacaso • Hosteria La casa de Simón y El Carmen • Productores Artesanos • Restaurantes locales
Territorialidad	El producto agroturístico es competitivo ya que posee una relación directa y significativa con la oferta turística de manifestaciones culturales e históricas de la parroquia Toacaso. De igual manera la comunidad de San Francisco será participe de diversificación turística ya que la hacienda cuenta con el potencial turístico que contribuya al territorio y al mercado turístico.
Pluralidad	Para conformar una oferta diversificada en la parroquia Toacaso que sea visible y a su vez competitiva dentro del mercado turístico, es necesario el trabajo en equipo con los siguientes oferentes que se encuentran en la parroquia de Toacaso como: <ul style="list-style-type: none"> • Entidades gubernamentales • Empresa pública y privada • Prestadores de servicios: alojamiento, alimentación, transporte, equipamiento, entre otros.

ones



Paso 2: Diseño del portafolio de productos turístico

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



ones

Procedimiento 1: Clasificación de la oferta de los productos turísticos

Clasificación de la oferta de los productos turísticos en la hacienda

Macro producto	Producto turísticos específicos
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo para observación de flora y fauna en el Bosque de Pinos • Camping en el Bosque de Pinos • Paseos a caballo • Pesca en estanques
Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para la elaboración de abono del suelo en el huerto ecológico (vegetales y hortalizas) • Técnicas del uso del arado rústico en la actividad de siembra de papas • Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño
Turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña en el Valle el Zunfo
Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación del uso de hierbas medicinales • Degustación de gastronomía local • Recorrido por el proceso de artesanías de madera en la hacienda "Alison"

Capítulo III:



Procedimiento 2: Ficha técnica para los productos turísticos específicos

Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales		Nº: 001
Nombre del producto: Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Localización: Parroquia de Toacaso - Faldas de los Ilinizas	
Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes		
Atractivos	En cuanto a la flora se presenta una vegetación arbustiva con pajonales ya que es un ecosistema de páramo. La fauna es silvestre entre ellos se encuentra raposa, guarro, lobo, mirlo, sapo, lagartija entre otros. El lugar cuenta con vertientes.	
Actividades	Senderismo, trekking, camping, ciclismo y observación de flora y fauna (pesca en estanques y paseos a caballos).	
Servicios	Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados"	
Infraestructura	Camino de tercer orden y empedrado	
Medios de información y comunicación	Página web del GAD parroquial de Toacaso. Radio Inti Sisa, Radio La Voz de los Chillos, Radio Iluman. Periódico La Hora, periódico El Comercio.	
Características de la demanda	Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas	
Experiencia sugerida	Reforestación con platas nativas y actividades de fotografía en el mirador natural	

ones

Capítulo III:



Procedimiento 3: Priorización de los productos turísticos específicos

Priorización de los productos turísticos específicos		
Productos turísticos	Descripción	Justificación
Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Sitio idóneo para Senderismo, trekking, camping, ciclismo y observación de flora y fauna (paseos a caballo y pesca en estanques).	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$ 508,54 Interés de los gestores: Positiva
Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Huerto ecológico y ordeño para la preparación de productos derivados de leche.	Accesibilidad: Adecuada Presupuesto: \$ 1.030,90 Interés de los gestores: Positiva
Aventura en el Zunfo "Zunfo lluqsi"	Senderismo, camping y ciclismo de montaña	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$415,65 Interés de los gestores: Positiva
Sueños en tierra "Kaypi llakta"	Habilidades y técnicas artesanales, gastronomía y uso de hierbas medicinales.	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$ 187,20 Interés de los gestores: Positiva

ones

**Paso 3:
Organización y gestión de los
productos turísticos específicos**

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

ones

Procedimiento 1: Eje de interpretación

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Interpretación	Interpretación de la ruta de actividades agroturísticas	<ul style="list-style-type: none">GAD parroquialPrestadores de serviciosOrganización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none">Definición de las bondades del territorioLevantamiento de inventario de atractivos y recursosInformación técnica de las actividades agroturísticasDípticos o trípticos de la ruta para los turistas

Capítulo III:





Procedimiento 2: Eje Definición de tour

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Definición del tour	Creación de la ruta de actividades agroturísticas	GAD parroquial Prestadores de servicios Organización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de los productores agrícolas y prestadores servicios turísticos que participarán en la nueva oferta turística. Identificación de diferentes paquetes turísticos. Conceptualización y diseño de mapas del tour turístico.
	Reglamentar la operación de la ruta	Todos los participantes de la ruta	<ul style="list-style-type: none"> A futuro realizar el reglamento de la operatividad



Procedimiento 2: Eje Definición de tour

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Definición del tour	Creación de la ruta de actividades agroturísticas	GAD parroquial Prestadores de servicios Organización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none">Identificación de los productores agrícolas y prestadores servicios turísticos que participarán en la nueva oferta turística.Identificación de diferentes paquetes turísticos.Conceptualización y diseño de mapas del tour turístico.
	Reglamentar la operación de la ruta	Todos los participantes de la ruta	<ul style="list-style-type: none">A futuro realizar el reglamento de la operatividad

Procedimiento 3: Propuesta de valor

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Propuesta en valor	Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Concientización ambiental • Manejo de bicicletas • Técnicas y reglas de acampar • Educación ambiental
	Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Organización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none"> • Manual sobre hospitalidad y manipulación de alimentos • Establecer habitaciones con servicios básicos, al igual que un restaurante
	Aventura en el Zunfo "Zunfo Iluqsi"	Organización social de la Hacienda	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica de ciclismo de montaña en el Valle el Zunfo
	Sueños en tierra "Kaypi Ilakta"	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de gastronomía autóctona • Leyendas e historia de Toacaso

Capítulo III:



Procedimiento 4: Integración de actores

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Integración de los actores	Integración con los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Guías nativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Se amerita de involucrar a operadores turísticos capacitados • Invertir para Certificación de guías locales • Capacitación para brindar servicios de alojamientos y establecimientos de la alimentos y bebidas
	Transporte local	<ul style="list-style-type: none"> • Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" • Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados" • Transporte interparroquial Ilinizas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la infraestructura vial para el acceso a los diferentes puntos que ofertan las actividades turísticas y de igual manera, dentro de la hacienda.

Procedimiento 5: Imagen y posicionamiento del producto turístico

Comunicar:
actividades turísticas
agropecuarias en
Toacaso

Público objetivo: turistas
locales, nacionales e
internacionales

**Objetivo de la
promoción:**
diversificación de la
oferta turística

**Técnicas de
promoción:**
publicidad online e
impresa

**Actividades de
promoción:**
corto y mediano plazo

Presupuesto:
en relación a la
agenda de inversión
de publicidad \$
1.950,00 en el Anexo 9.



Isotipo



Logotipo



Eslogan



Procedimiento 5: Eje comercialización y promoción

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Comercialización y promoción	<ul style="list-style-type: none">• Anuncios en redes sociales tanto en Facebook, Instagram y tiktok• Señalética turística• Participación en ferias con eventos promocionales• Incentivos para los prestadores de servicios que participen• Negociación con agencias de viajes• Insumos como folletos, dípticos, trípticos, entre otros	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none">• Abrir cuentas de redes sociales• Realización de paquetes turísticos con agencias nacionales• Elaborar señaléticas turísticas• Negociación con imprentas para los insumos de material turístico impresos

Secciones

Diseño de paquetes turísticos

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Secciones

Full day



Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

FULL DAY							
Hora	Centro base	Atractivo	Servicio	Actividad	Descripción	Tiempo (h)	Distancia (km)
9:00 am	Inicio del recorrido en el Parque central de la parroquia de Toacaso		Fotografía Transporte	Explicación del recorrido	Bienvenida al grupo	20 min	
Tranfer 09:05 am - 09:20 am							15 min
12 km							
09:20 am - 11:30 am	Hacienda agroturística	Recorrido Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Folletos promocionales Guianza	Taller de técnicas huerto ecológico y productos derivados de la leche	Uso del arado en la actividad de siembra de papas Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño	2h:10 min	
11:30 am - 13:40 pm	Valle	Recorrido Aventura en el Zunfo "Zunfo Iluqsi"	Alimentación (Bock lunch)	Ciclismo de montaña	Recorridos por senderos	2h:10 min	107 km
13:40 pm a 14:20 pm	Retorno al centro de Toacaso y final del recorrido.		Transporte			40 min	33 km

Capítulo III:





Secciones



Dos días una noche

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

RUTA DOS DÍAS Y UNA NOCHE							
Hora	Centro base	Atractivo	Servicio	Actividad	Descripción	Tiempo (h)	Distancia (km)
Día 1							
9:00 am	Inicio del recorrido en el Parque central de la parroquia de Toacaso		Fotografía Transporte	Explicación del recorrido	Bienvenida al grupo	15 min	
9:15 am - 11:30 am	Valle	Recorrido en Aventura en el Zunfo "Zunfo lluqsi"	Alimentación (Bock lunch)	Ciclismo de montaña	Recorridos por senderos	2h:15 min	112 km
Transfer 11:30 am – 12:00 am						30 min	25 km
12:00 am - 13:30 pm	Hacienda colonial	Recorrido por la Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Alimentación (Almuerzo)	Gastronomía	Degustación de gastronomía local	1h:30 min	
13:30 pm - 16:00 pm	Hacienda colonial	Recorrido por Sueños en tierra "Kaypi llakta"	Cultura	Fotografía Guianza Compra de artesanías	Explicación del uso de hierbas medicinales Recorrido por el proceso de artesanías de madera en la hacienda "Alison"	2h:30 min	
Transfer 16:00 pm - 16:40 pm						40 min	33 km
16:40 pm	Bosque	Recorrido por el Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Camping y alimentación (Cena o bock lunch)				

Capítulo III:



Día 2							
07:30 am	Bosque	Recorrido por el Bosque	Fotografía	Senderismo	Actividades de senderismo para	1:00 h	50 km
08:30 am		de Pinos "Yura Mishki Tinku"		Observación de flora y fauna Camping	observación de flora y fauna en el Bosque de Pinos		
Transfer 08:30 am – 08:40 am						10 min	8 km
08:40 am	Hacienda agroturística	Recorrido por la Tierra	Alimentación	Gastronomía	Degustación de gastronomía local	45 min	
09:25 am		ecológica "Kawsay pacha"	(Desayuno)				
09:25 am	Hacienda agroturística	Recorrido por la Tierra	Folletos promocionales	Taller de técnicas huerto	Uso del arado en la actividad de	3h:15 min	
12:30 pm		ecológica "Kawsay pacha"	Guianza	ecológico y productos derivados de la leche	siembra de papas Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño		
13:40 pm a 14:20 pm	Retorno al centro de Toacaso y final del recorrido.		Transporte			40 min	33 km

Secciones

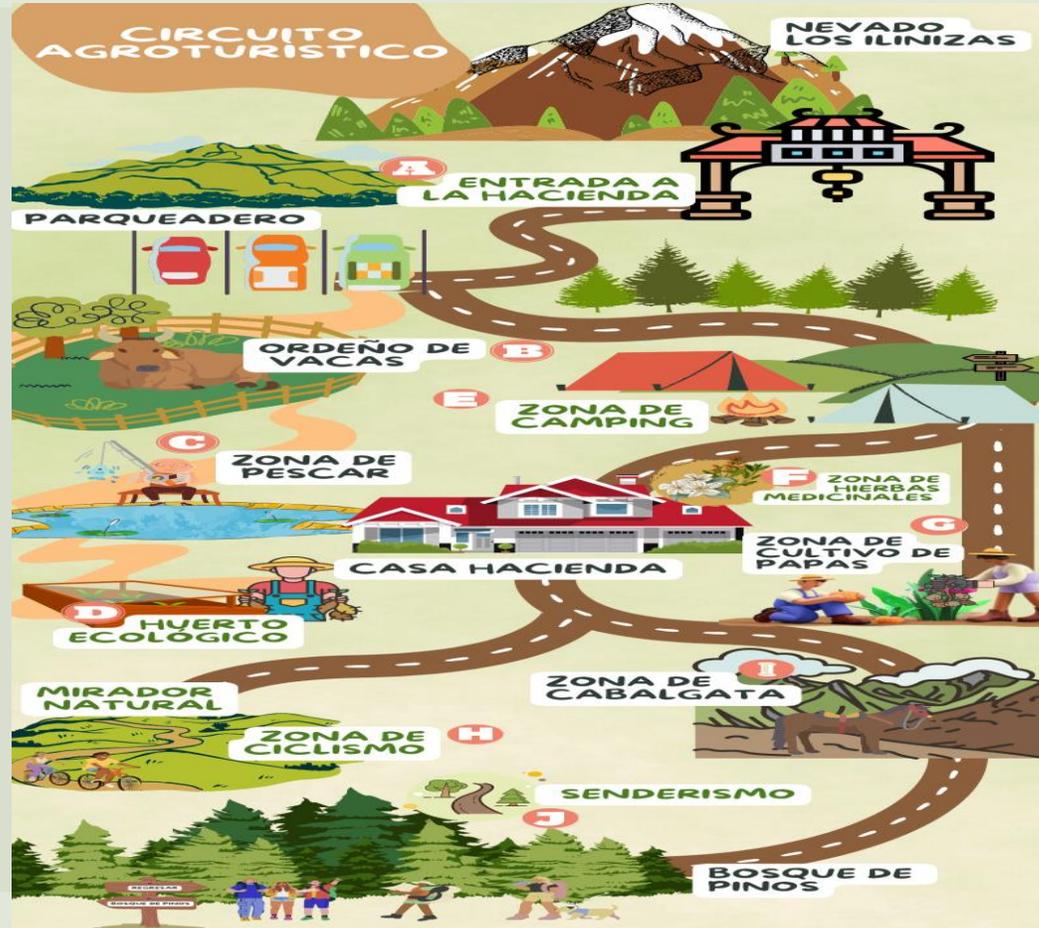
Diseño de circuitos turísticos

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Secciones





Secciones

Modelación de negocios con la herramienta CANVAS

Capítulo III:



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Secciones



Bloques

Bloque 1: clientes

Enfocada en atraer turistas locales, nacionales e internacionales

Bloque 2: Propuesta de valor

- Características tangibles
- Características intangibles

Bloque 3: Canales

- Canales directos
- Canales indirectos
- Canales alternativos

Secciones



Bloques

Bloque 4: Relación con clientes

- Actividades relacionadas con la agricultura
- Servicios de posventa

Bloque 5: Fuentes de ingresos

- Calculo del precio del producto agroturístico
- Precios por temporada

Bloque 6: Recursos claves

- Recursos humanos
- Recursos financieros
- Recursos materiales
- Recursos informativos

Secciones



Bloques

Bloque 7: Actividades claves

- Prestación de servicios
- Actividades claves relacionadas con la venta de productos

Bloque 8: Socios

- Socios directos
- Socios indirectos

Bloque 9: Estructura de costos

- Valores mas importantes relacionados con el modelo de negocio.

<p>Bloque 8</p> <p>Socios</p>  <p>Directos: Proveedores Productores Servidores Compañía de transporte asociado</p> <p>Indirectos: MINTUR GAD Latacunga GAD parroquial Toacaso Instituciones financieras Agencias de viajes Transporte turístico</p>	<p>Bloque 7</p> <p>Actividades claves</p>  <p>Identificación de las nuevas tendencias turísticas. Diseño de actividades agroturísticas Comercialización de los productos locales de Toacaso Práctica de actividades turísticas</p> <p>Bloque 6</p> <p>Recursos Claves</p>  <p>Recursos económicos (financiamiento) Recursos humanos (colaboradores, turistas) Recursos materiales (señalética) Recursos tecnológicos (wifi, uso de códigos QR)</p>	<p>Bloque 2</p> <p>Propuesta de valor</p>  <p>Tangible: Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku" Tierra ecológica "Kawsay pacha" Aventura en el Zunfo "Zunfo llusí" Sueños en tierra "Kaypi llakta"</p> <p>Intangible: Son las experiencias que se realicen en las actividades de los productos específicos. La comodidad en el servicio de alojamiento. La calidad del servicio de alimentos y bebidas</p>	<p>Bloque 4</p> <p>Relación con Clientes</p>  <p>GAD parroquial (punto de información) Emisoras radiales Redes sociales</p> <p>Bloque 3</p> <p>Canales de Distribución</p>  <p>Canales indirectos: agencias de viajes y turoperadores. Canales alternativos: Redes sociales y páginas webs de entidades gubernamentales Canales directos: Redes sociales de prestadores de servicios</p>	<p>Bloque 1</p> <p>Clientes</p>  <p>Turistas: Locales Nacionales Internacionales</p> <p>Encuesta: Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas.</p>
<p>Bloque 9</p> <p>Estructura de costos</p>  <p>Contrato del personal administrativo y operativo Costos de marketing y difusión turística Costos de adquisición de productos alimenticios Gastos de estructura Pago a proveedores</p>		<p>Bloque 5</p> <p>Fuentes de Ingresos</p>  <p>Producto: agroturístico Canal: redes sociales y páginas webs (GAD) Apoyo: Ministerio de Turismo, Dirección de Turismo.</p>		

CONCLUSIONES



El turismo puede ser una fuente importante de crecimiento económico y generación de empleo, especialmente en la industria turística. Por esta razón, se ha realizado una investigación para determinar el potencial turístico de la hacienda "Alison". Esta investigación se basó en la fundamentación teórica de fuentes científicas primarias y secundarias para identificar la participación del turismo en la actividad agrícola ganadera como producto turístico. También, se investigó cuáles serían los factores críticos para éxito del producto turístico, como las tendencias del mercado y las tendencias actuales del turismo.

Al desarrollar las metodologías y gracias a la investigación se ha identificado que las características territoriales de la hacienda "Alison" son fundamentales para el diseño del producto agroturístico. Esto incluye que en la evaluación multidimensional de la oferta y demanda turística se identificaron diferentes recursos turísticos y actividades disponibles para cada una de las necesidades y preferencias de los turistas potenciales. Pero, a pesar que la organización social de la hacienda "Alison" se encuentra capacitado en las técnicas de agricultura y ganadería es necesario que el enfoque turístico sea destinado al aprovechamiento de los recursos para el diseño de un producto agroturístico.

Para el diseño del producto agroturístico en la hacienda "Alison" se realizó la planificación y gestión efectiva a través de las estrategias que proveen el desarrollo del agroturismo. Estas estrategias incluyen la promoción de la conservación y sostenibilidad de los recursos naturales, la identificación de los productos y servicios agroturísticos más atractivos y rentables, y la creación de experiencias únicas y memorables a los turistas. Además, se establecieron estrategias para el seguimiento y evaluación para garantizar la efectividad y sostenibilidad del producto agroturístico.



RECOMENDACIONES



- Para un mayor fortalecimiento de la actividad agrícola ganadera en zonas rurales de la parroquia de Toacazo, es necesario que se desarrollen alianzas estratégicas con diversos actores claves, tales como el Gad parroquial de Toacazo, organizaciones locales y empresarios turísticos. Estas alianzas pueden contribuir a la promoción y desarrollo del turismo sostenible y responsable en la parroquia, es así como la implementación de proyectos conjuntos permitirá la mejora de la infraestructura turística y capacitación del personal local para que la actividad agrícola ganadera estén relacionados al turismo.
- Es importante que la organización social de la hacienda "Alison" enfoque sus esfuerzos en el desarrollo del turismo y el agroturismo ya que para el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales se debe realizar mediante el compromiso de la gestión y planificación para la creación de las diferentes actividades turísticas. Para esto, es recomendable que se establezcan las alianzas estratégicas adaptadas en el proyecto y realizar un análisis constante de la demanda y la preferencia de los consumidores.
- Es esencial que la organización social adopte el diseño de los productos turísticos específicos (Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku", Tierra ecológica "Kawsay pacha", Aventura en el Zunfo "Zunfo lluqsi" y Sueños en tierra "Kaypi llakta") para que la hacienda pueda diversificar sus fuentes de ingresos. Además, al promover el turismo responsable y sostenible, la organización social puede generar oportunidades para el crecimiento económico y social de la comunidad de San Francisco. Por lo tanto, es esencial que la promoción y difusión de los productos turísticos diseñados se de a través de la capacitación del personal y la colaboración con otras instituciones y actores claves de la zona.



