

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA VIDA**

**INGENIERÍA EN TURISMO**



**TÍTULO A OBTENER:**  
**INGENIERO EN TURISMO**

**TEMA:**  
**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA FINCA  
SAN FERMÍN, PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO  
AGROTURÍSTICO EN EL CANTÓN PALORA**

**AUTORES:**  
Diego Armando Grefa Yumbo  
Jhonatan Francisco Rojas Rojas

**TUTOR:**  
Ing. Ángel Fernando Ortega Ocaña MS.C

**PUYO- ECUADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A todos los docentes que nos impartieron su conocimiento en los centros educativos como jardín, escuela, colegio y universidad, donde nos enseñaron principios, valores, obligaciones, deberes y conocimientos con el propósito de ser buenos ciudadanos para el país

En especial a la Universidad Estatal Amazónica (UEA), quien nos formó como personas capaces de alcanzar todos los propósitos deseados y por contribuir con nuestro desarrollo profesional

A todos los docentes de la Universidad Estatal Amazónica que nos impartieron diferentes cátedras, conocimientos y experiencias de su vida cotidiana, profesional y laboral con el fin de prepararnos para la vida después de la universidad.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado para:

Nuestro padre todopoderoso Dios, ya que nos ha dado la oportunidad de existir y por ser nuestro maestro de nuestra vida cotidiana, y por derramar muchas bendiciones durante nuestro trayecto estudiantil para permitirnos superarnos profesionalmente

A nuestros padres Sr. Rojas Castillo Floresmilo y Sra. Rojas Granda Rosa Esperanza, padres de Rojas Jhonatan y al Sr. Yumbo Shiguango Teresa Maruja, padre de Grefa Diego que han sido el principal motor de apoyo económico y emocional, lo que nos permitió esforzarnos en nuestros estudios para salir adelante con el fin de cumplir nuestros sueños propuestos.

A nuestros hermanos y a todas las personas que nos dieron ánimos, apoyo y concejos positivos para nuestro bien.

## Resumen

En la actualidad el cantón Palora tiene un gran potencial agrícola con el cultivo de la pitahaya y las actividades que realizan, incitan el interés de los visitantes por conocer, experimentar y vivir experiencias tradicionales, siendo participes de esta práctica.

La finca San Fermín perteneciente a la parroquia Arapicos, es un lugar apto para realizar una nueva modalidad de turismo por sus recursos naturales y agrícolas, contribuyendo al desarrollo socio-económico del lugar permitiendo generar nuevas fuentes de empleo.

La finalidad de este proyecto fue evaluar el potencial turístico de la finca san Fermín, mediante la creación del producto agroturístico “Amazon Dragon Fruit” como una alternativa de proporcionar a los agricultores una nueva visión para dinamizar su economía ya que dichos actores en la actualidad, se orientan en producir la fruta y comercializar impidiendo el desarrollo de nuevas opciones de progreso al sector.

El objetivo es dar a conocer información de las actividades elementales, acerca del proceso de producción, post-cosecha, beneficios medicinales, acompañado de servicios complementarios a los turistas, esto ayudaría a aprovechar la riqueza agrícola a través del agroturismo permitiendo que la imagen del cantón se considere como una potencia de destino turístico en el país, ofertando nuevos servicios y productos con la finalidad de incrementar la influencia de visitantes.

En la presente investigación se plantearon tres objetivos específicos que son: Diagnosticar la situación actual de la finca San Fermín, donde se estableció un inventario de la infraestructura, recursos naturales, agrícolas y turísticos, mediante la aplicación de una ficha de observación, de un breve análisis descriptivo de los servicios básicos, además se realizó la matriz FODA, MEFI y MEFA, para identificar las principales estrategias mediante la evaluación de factores.

Para el cumplir con el segundo objetivo específico: Evaluar el potencial del consumidor del producto agroturístico, se aplicó una encuesta el cual ayudó a determinar el perfil del consumidor de dicha propuesta. Como resultado de los objetivos uno y dos se desarrolló el tercer objetivo: Diseñar el producto agroturístico “Amazon Dragon Fruit”, con su imagen corporativa, slogan, mapa del recorrido con a la ayuda del GPS y por último el paquete turístico con sus respectivos precios según lo establecido.

**Palabras Claves:** agroturismo, producto turístico, diseño.

## **Abstract**

Nowadays, the Palora canton has a great agricultural potential with the cultivation of the pitahaya and the activities that they carry out, incite the interest of the visitors to know, experience and live traditional experiences, being participants in this practice.

The San Fermín farm, belonging to the Arapicos parish, is a suitable place to carry out a new form of tourism for its natural and agricultural resources, contributing to the socio-economic development of the place, allowing the generation of new sources of employment.

The purpose of this project was to evaluate the potential of the San Fermín farm, through the creation of the agro-tourism product "Amazon Dragon Fruit" as an alternative to provide farmers with a new vision to boost their economy as these actors currently, they focus on producing the fruit and marketing, preventing the development of new options for progress in the sector.

The objective is to provide information about elementary activities, about the production process, post-harvest, medicinal benefits, accompanied by complementary services to tourists, this would help to take advantage of agricultural wealth through agrotourism allowing the image of the canton It is considered as a potential tourist destination in the country, offering new services and products with the purpose of increasing the influence of visitors.

In the present investigation, threes specific objectives were proposed: Diagnose the current situation of the San Fermín farm, where an inventory of the infrastructure, natural, agricultural and tourist resources was established, through the application of an observation sheet, a brief descriptive analysis of Basic services, in addition to the SWOT, MEFI and MEFA matrix, to identify the main strategies by evaluating factors.

In order to comply with the second specific objective: To evaluate the potential of the consumer of the agro-tourism product, a survey was applied to determine the profile of the consumer of said proposal. As a result of objectives one and two the third objective was developed: Design the agro-tourism product "Amazon Dragon Fruit", with its corporate image, slogan, map of the route with the help of GPS and finally the tourist package with their respective prices as established.

**Keywords:** Agrotourism, tourist product, design.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPITULO I</b> .....	12
1.1    Introducción .....	12
1.2    Planteamiento del Problema .....	13
1.3    Justificación .....	13
1.4    Formulación del Problema.....	13
1.5    Objetivos.....	14
1.5.1    Objetivo General.....	14
1.5.2    Objetivos Específicos .....	14
<b>CAPITULO II</b> .....	15
2.1    Antecedentes .....	15
2.2    Bases Teóricas .....	16
<b>CAPÍTULO III</b> .....	27
3.1    Metodología de la Investigación.....	27
3.1.1    Datos Generales .....	27
3.1.2    Límites .....	27
3.1.3    Localización de la Investigación.....	27
3.1.4    Ubicación Geográfica .....	27
3.1.5    Tipo de Investigación.....	28
3.1.6    Método de la Investigación .....	28
<b>CAPITULO IV</b> .....	31
4.1    Resultados.....	31
4.1.1    Primer Objetivo: Diagnosticar de la situación actual de la finca San Fermín de la parroquia Arapicos.....	31
4.1.2    Segundo Objetivo: Evaluar el potencial del consumidor del producto agroturístico... ..	42
4.1.3    Tercer Objetivo: Diseñar el producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit", 55	
4.1.3.1    Diseño de Logotipo .....	55

<b>CAPITULO V</b> .....	62
5.1 Conclusiones y Recomendaciones .....	62
5.1.1 Conclusiones .....	62
5.1.2 Recomendaciones .....	62
<b>CAPITULO VI</b> .....	63
Bibliografía.....	63
<b>CAPITULO VII</b> .....	66
7.1 Anexos.....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Gráfico 1.-</b> Género .....	42
<b>Gráfico 2.-</b> Edad.....	43
<b>Gráfico 3.-</b> Ocupación .....	44
<b>Gráfico 4.-</b> Salario .....	45
<b>Gráfico 5.-</b> Procedencia .....	46
<b>Gráfico 6.-</b> Viaja con: .....	47
<b>Gráfico 7.-</b> Conoce o ha escuchado sobre el Agroturismo .....	48
<b>Gráfico 8.-</b> Le gustaría realizar actividades de agroturismo.....	49
<b>Gráfico 9.-</b> Actividades agroturísticas .....	50
<b>Gráfico 10.-</b> Medios de comunicación.....	51
<b>Gráfico 11.-</b> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? .....	52
<b>Gráfico 12.-</b> Usted regresaría.....	53

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1:</b> Mirador Río Palora .....	37
<b>Imagen 2:</b> Logotipo .....	55
<b>Imagen 3:</b> Croquis del Recorrido Amazon Dragon Fruit .....	57

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Inventario del cultivo de pitahaya .....	31
<b>Tabla 2:</b> Zona de recepción y lavado de la fruta. ....	32
<b>Tabla 3:</b> Zona de clasificación, empaque y embarque .....	33
<b>Tabla 4:</b> Bodega.....	34
<b>Tabla 5.-</b> Inventario de especies de flora .....	35
<b>Tabla 6.-</b> Inventario de especies de la fauna.....	36
<b>Tabla 7.-</b> Análisis FODA.....	39
<b>Tabla 8.-</b> Matriz de evaluación de factores internos y externos (MEFI Y MEFE).....	40
<b>Tabla 9.-</b> Itinerario de Amazon Dragon Fruit.....	57
<b>Tabla 10:</b> Análisis de costos .....	59
<b>Tabla 11:</b> Precio de venta al público .....	60

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Fotografía 1:</b> Visita de campo Finca San Fermín .....	66
<b>Fotografía 2:</b> Reconocimiento del cultivo de Pitahaya .....	66
<b>Encuesta 1.- Cuestionario</b> .....	67

# CAPITULO I

## 1.1 INTRODUCCIÓN

Actualmente el agroturismo es una de las actividades turísticas que ha adquirido fuerza, en diferentes partes del mundo, sin dejar de lado los servicios complementarios como: la alimentación, hospedaje y transporte, demostrando que existe una nueva forma de desarrollo sostenible en zonas rurales, donde el turista participa en las labores diarias de agricultura, ganadería, apicultura, floricultura, además de la elaboración de productos, compartiendo saberes, costumbres, tradiciones, ya sea en haciendas, fincas, granjas que los hacen diferente de lo convencional, en un ambiente de tranquilidad, viviendo una distinta y nueva experiencia (Blanco y Riveros, 2010).

En nuestro país, el agroturismo es una nueva forma de hacer turismo, que está en desarrollo, la cual no cuenta con suficiente información y ayuda por partes las instituciones de Turismo, por tal razón, no se tiene un avance significativo. Sin embargo, ese no es un problema que dificulte su avance, porque tenemos los recursos esenciales, en las cuatro regiones que la hacen única, con un gran potencial natural y cultural que muestran sistemas de producción tradicionales, junto a su infraestructura necesaria.

El cantón Palora es privilegiado en cuanto a la producción agrícola del cultivo de la "Pitahaya" por su clima cálido húmedo y la riqueza de su tierra, además por poseer fincas que la hace favorable para la práctica de actividades agroturísticas, con el fin de contribuir al desarrollo socio-económico, nace la propuesta de investigación para la Evaluación del Potencial Turístico de la finca San Fermín, para el Diseño de un Producto Agroturístico en el Cantón Palora, que cuenta con 27 hectáreas de pitahaya, con una infraestructura certificada por Agrocalidad y Global Gad, rodeada de una gran variedad de recursos turístico, para el diseño de un recorrido "Amazon Dragon Fruit" (Rojas, 2018).

Igualmente, para el desarrollo de la propuesta, se realizó diferentes estudios de campo, utilizando distintos métodos y herramientas que ayudaran al cumplimiento del proyecto de investigación que determinan su viabilidad.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Como todos los países del mundo, el Ecuador ha venido transformándose como un destino turístico desarrollando diferentes modalidades de turismo con el propósito de generar un mejor desarrollo socio-económico para su población, aprovechando las riquezas que posee en sus recursos naturales, culturales y en la calidez de su gente mediante la prestación de servicios.

El cantón Palora posee una gran variedad de atractivos turísticos que son aprovechados turísticamente por su gran variedad de flora y fauna lo que le hace atractivo para sus visitantes, sin embargo, el potencial que existe actualmente es la actividad agrícola especialmente enfocado en la producción de la pitahaya, el cual no es tomado en cuenta como una oportunidad de agroturismo, por el motivo que, los productores presentan una posición de comercializar la fruta, impidiendo generar un nuevo modelo de desarrollo económico.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El cantón Palora es un lugar privilegiado en flora y fauna, además por la riqueza de su tierra, lo hace posible la producción de la pitahaya, gracias a su clima cálido húmedo, siendo un gran potencial para el lugar. El presente proyecto de investigación ve la necesidad de aprovechar este recurso como una alternativa turística, mediante el diseño de un recorrido enfocado al agroturismo en la finca San Fermín en la parroquia Arapicos, accediendo a que los turistas sean partícipes de las diferentes actividades del proceso de la producción de la pitahaya, con la finalidad de ofrecer una nueva y distinta experiencia personal al de lo habitual, esto aportará al desarrollo socioeconómico, fortalecerá al turismo del territorio, así mismo, mejorará la demanda de turistas.

## **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera la evaluación del potencial turístico de la finca San Fermín permite diseñar un producto agroturístico para el desarrollo socio-económico?

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar el potencial turístico de la finca San Fermín para el diseño de un producto agroturístico en el cantón Palora.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la situación actual de la finca San Fermín.
- Determinar el potencial del consumidor del producto agroturístico.
- Diseñar el producto agroturístico “Amazon Dragon Fruit”.

## CAPITULO II

### 2.1 ANTECEDENTES

El progreso del cantón Palora comenzó por iniciativa del Señor Félix Zabala uno de los primeros productores de pitahaya, indica que inicialmente cultivaron la planta sin ningún motivo de intuición, tomaron las que crecían en estado silvestre, sin conocer que el desarrollo del cultivo de esa fruta tendría un gran crecimiento y productividad en los años futuros, sin embargo para la mejora continua se debe tomar en cuenta un buen drenaje, con abundante materia orgánica y permanentes controles fitosanitarios (Arteaga, 2015).

Según los estudios realizados revelan que, esta fruta presenta nutrientes favorables como zinc, aluminio, vitaminas B y C, aceites esenciales y tiene grandes cantidades de grados brix (nivel de concentración de azúcares), que han permitido crear capsulas por sus grandes beneficios medicinales, porque favorece al desarrollo intelectual, al equilibrio en el funcionamiento cardiaco, digestivo y respiratorio (Arteaga y Rivadeneira, 2005).

La cantidad que produce una hectárea depende del mantenimiento y cuidado de la planta, puede producir con un correcto mantenimiento los 80 kilos, en general una hectárea de cultivo de pitahaya amarilla (*Celenicereus Megalanthus*).

La finca San Fermín es un emprendimiento familiar que inicia en el año 2007, en la parroquia Arapicos cantón Palora provincia de Morona Santiago, dio inicio con 2 hectáreas para comercialización nacional, viendo que el mercado tenía gran aceptación fue incrementando masivamente la producción y mejorando el proceso de mantenimiento de la fruta exótica “Pitahaya” con el fin de insertarse en los mercados de diferentes países del mundo, actualmente cuenta con 27 hectáreas de producción para dicha actividad.

La finca San Fermín es certificada por Agro calidad y Global G.A.P. (Buenas Prácticas Agrícolas) por cumplir con todos los requisitos que plantean estas entidades regulatorias, por el cual el propietario Fermín Rojas y familia practican las Buenas Prácticas Agrícolas lo que le hace tener una mayor oportunidad de exportar a los diferentes mercados del mundo. Por tal razón es importante aprovechar este recurso con gran potencial y enfocarlo al turismo, ya que se puede desarrollar el agroturismo del cultivo de la pitahaya en la finca, sobre las actividades tradicionales que se pueden realizar, tomando en cuenta su disposición y como fuentes de desarrollo, sin dejar de lado el cuidado de la naturaleza de esa forma poder disfrutar de un ambiente tranquilo en armonía.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **EVALUAR**

Según Rosales (2011), “define como una reflexión crítica sobre todos los momentos y factores que interviene en el proceso didáctico a fin de determinar cuáles pueden ser, están siendo o han sido, los resultados del mismo” (p. 303).

### **POTENCIAL**

Como adjetivo, puede referirse a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta la virtud de algo diferente, también es el poderío o la fortaleza que existe en un ámbito o sector como: económico, turístico, eléctrico, social, educativo y otros (Pérez y Merino, 2012).

### **POTENCIAL TURÍSTICO**

Basado en el enfoque material y otra inmaterial. La tendencia material considera el potencial del turismo como la suma de recursos naturales y humanos. La tendencia inmaterial propone estudiar el potencial turístico como la suma objetivas y subjetivas o condiciones básicas para el desarrollo.

El potencial turístico es preliminar y precede a la certeza; como potencial o lo máximo posible a lograr, y solo expresa la capacidad de que se produzca. Acorde a esta tendencia se ha definido como: la suma de las posibilidades de que el ambiente natural y social pone a disposición las actividades turísticas, se centra en el acondicionamiento o la función de activación de la misma para alcanzar el máximo potencial de un territorio, se basa en lo existente en términos de oferta y demanda se amplía a lo posible (Gutiérrez y Pérez, 2014, p. 6).

### **TURISMO**

Según la Organización Mundial de Turismo - OMT (1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros.

Como menciona Tourism Society of England (1976) "Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia los destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo

habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación" (Guerrero y Ramos, 2014, p. 32).

Acerca del concepto de turismo estoy de acuerdo con los dos autores por su gran similitud porque es el desplazamiento de un lugar distinto de lo habitual, para disfrutar de las actividades en el tiempo de su estancia, satisfaciendo sus deseos y necesidades. Así mismo lo que es diferente, es el tiempo de estancia donde no menciona con exactitud en días, meses, año si es inferior o mayor.

## **FINCA**

Es una unidad económica de decisión en la cual los recursos de un ambiente dado se transforman en bienes agrícolas para satisfacer las necesidades del hombre. Los componentes de esa unidad son de tipo físico- biológico y de tipo socioeconómico (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanzas, 1985, p. 139) (*Ibit*).

Componente físico - Biológico, integrado por recursos físicos y por las diversas actividades productivas como los cultivos anuales, plantas perennes y de producción animal.

Componente socioeconómico. - Está enfocado al agricultor, a su familia y el desempeño administrativo de la finca.

Componente físico. - Debe caracterizarse atendiendo a la distribución de la cantidad y la calidad del recurso tierra, entre las actividades productivas

## **DIAGNÓSTICO**

Proceso que trata de describir, clasificar, predecir y explicar el comportamiento de un sujeto dentro del marco escolar. Incluyen un conjunto de actividades de medición y evaluación de un sujeto (o grupo de sujetos) o de una institución con el fin de dar una orientación (Marín, 2001).

Se considera como actividades que se realizan para lograr un objetivo, de acuerdo al fin que se quiere llegar, esto permite saber la situación en la cual se encuentran en la actualidad mediante la valoración del comportamiento, de esa forma dar una posible solución para su continuidad.

## **SITUACIÓN**

Según la Real Academia Española R.A.E (como se citó en Pérez y Merino, 2016) define como el accionar y las consecuencias de situar o situarse colocar en una persona o una cosa en cierto lugar. También se utiliza para nombrar la formar en la que se dispone algo en un determinado espacio, además, como la estructura o las particularidades de algo, a la posición relacionada con la economía o el status y a las circunstancias que inciden en un cierto instante.

## **SITUACIÓN SOCIAL**

Se relaciona con la sociedad, una comunidad de individuos, se vincula a la posición que ocupa una persona en la sociedad, como referencia al estado del sujeto respecto al contexto o al entorno. La situación social de una persona, una familia o una comunidad, por lo tanto, depende de diversos factores que inciden en la calidad de vida, la posibilidad de desarrollo (Pérez y Merino, 2016).

## **PRODUCTO**

Según Philip Kotler y Lane (2009), “un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo una necesidad” (p. 372).

## **PRODUCTO TURÍSTICO**

Según Mincetur (2014) menciona que es. Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

## **SERVICIOS TURÍSTICOS**

Según Mincetur (2014), afirma que es un “conjunto de acciones e infraestructura que logran la satisfacción de las necesidades de los turistas en una actividad determinada dentro de su viaje y que conforma, junto a otras, el producto turístico” (p. 10).

Nos menciona que el número y la diversidad de las tareas realizadas junto a la infraestructura son indispensables para una buena estadía, sin dejar de lado la calidad y calidez.

## **VIAJE / TURISMO**

El termino viaje designa a la creatividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza en los lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración, el visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viajes (OMT, 2008).

Se refiere que el viaje tiene gran importancia, porque se puede conocer varios lugares en las distintas partes por medio de las visitas según la necesidad y de poder disfruta de varias actividades turísticas en su tiempo libre.

## **AGRICULTURA**

Manejo del suelo para producir alimentos y plantas útiles para las industrias de alimentación y del vestido. Es una de las actividades más importantes para la economía de un país, y el mejorar las técnicas de producción y las condiciones humanas del agricultor constituye unas de las constantes preocupaciones de los gobiernos. El mayor rendimiento de las tierras se encuentra íntimamente relacionado con las características del suelo, el nivel del agua freática y el clima (Ruiz, 2004, p.9).

## **AGRICULTURA TRADICIONAL**

Señala la diferencia ampliamente de acuerdo al ámbito ecológico y la sociedad donde se desarrolla, también es cierto que, independiente de su paisaje sus condiciones, podemos unas líneas que precisan.

Una de las principales características es técnico y tecnológico, que implica la economía de subsistencia y se dedica al gasto familiar gran parte de lo cultivado en la tierra. La creación de vías de comunicación, y el consiguiente accenso a los mercados, permite una progresiva reducción de la superficie de cultivo, al poder tener productos más baratos que los que se cultivan. Además, el conocimiento de otras técnicas de cultivo favorece la asunción de una tecnología mucho más avanzada (Agricultura tradicional, 2011).

Se indica que la agricultura tradicional se desarrolla de acuerdo a la ubicación geográfica de los recursos y las tradiciones, costumbres de las personas como medio tradicional de subsistencia, la falta de comunicación por las vías de accesibilidad, por se siembran un solo producto y lo complementan con otras actividades como la ganadera, sin dejar de lado el trabajo en equipo, la temporada todo esto depende para tener una buena producción.

## **TURISMO RURAL**

Según Acerenza (2006), “es una actividad turística que se lleva en espacios rurales, en búsqueda de descanso y recreación, el disfrute de los paisajes, aire puro del campo, de familiarizarse con las actividades del medio rural” (p. 41).

Se considera como una actividad que se puede realizar en el campo con tranquilidad y armonía en convivencia con el entorno además de conocer la forma de vida en aquellos lugares en su diario vivir.

## **AGROTURISMO**

La producción agrícola, constituye un verdadero atractivo para los turistas que llegan al cantón y que se interesan por conocer los procesos de cultivo y comercialización. Además, en la compañía de té se cuenta con un invernadero donde se cultivan plantas exóticas y nativas de gran belleza (MINTUR, 2013, p. 1-3).

Es una modalidad de turismo en espacios rurales, que tienen lugar, en establecimientos rurales pequeñas, en especial granjas, chacras, y tambos, aunque es posible ver la práctica de este tipo de turismo en otros tipos de establecimientos rurales. Consiste en alojarse en las casas de los propietarios, participando en forma activa de las actividades según el tipo de exploración a la cual se dediquen.

El agroturismo permite a los granjeros y demás productores rurales complementar los ingresos de la explotación agrícola o de otro tipo a la cual están dedicados, con ingresos adicionales provenientes de la actividad turística (Acerenza, 2006, p. 43).

Representa como una nueva forma de hacer turismo aprovechando todos los recursos de una granja, que cuenta con una propiedad apta para su desarrollo, ofreciendo todas las comodidades sin perder la calidad de servicios, pero enfocándose en las tradiciones según la actividad a realizar y también puede generar recursos para mejorar.

## **ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS**

Según Barrera (como se citó en Blanco y Riveros, 2010) estas actividades agroturísticas son importantes para desarrollo del lugar como:

- Alimentación de animales de granja.
- Disfrutar de gastronomía típica.

- Esquilaje de ovejas.
- Fotografía rural.
- Observación de procesos agroindustriales.
- Ordene y elaboración de queso.
- Paseos en bote, carreta o caballo.
- Pesca en ríos y estanques.
- Talleres de elaboraciones de conservas.
- Observación de manejo de cultivos.

Se considera que estas actividades son esenciales, cada una diferente en la manera de realizar, dependiendo de la disponibilidad de los recursos natural, humano, económico también su infraestructura, equipos y materiales además de la zona geográfica esencial para el impulso y la disponibilidad por conocer, aprender, experimentar en las distintas áreas del campo.

## **PRODUCCIÓN DE PITAHAYA**

Según Arteaga y Rivareneira (2015), la pitahaya es una planta endémica que, por iniciativa de los agricultores, pasó del bosque natural a los suelos de Palora. De esa manera se ha convertido en el ícono de desarrollo de ese cantón de la provincia de Morona Santiago.

Aproximadamente existen 800 hectáreas de producción, por lo que Marcelo Porras, alcalde del cantón Palora considera que se trata de “una variedad única del país y es muy apetecida en el mercado”. Actualmente esta fruta se exporta a mercados internacionales como Francia, Hong Kong, Malasia, Holanda, entre otros (Porras, 2017, p. 1-3).

## **OFERTA TURÍSTICA**

Como menciona SEGITTUR (2013), “la oferta turística es en conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados o estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usado o consumidos por los turistas” (p. 26-229) (*Ibit*).

La oferta turística está conformada por 8 partes:

1. Atractivo turístico
2. Equipamiento turístico
3. Infraestructura turística
4. Patrimonio turístico
5. Planta turística

6. Producto turístico
7. Recurso turístico
8. Servicios complementarios

La oferta turística como mencionan los dos autores se basa en los servicios, bienes y productos que ofrecen y están disponible en una empresa turística para ser utilizados al gusto del turista, pero SEGITTUR, habla también que están conformado por un conjunto de componentes como; atractivos, patrimonio, producto, planta, equipamiento, infraestructura y servicios que complementan permitiendo al destino turístico ser único y demandado por los turistas.

### **DEMANDA TURÍSTICA**

Según menciona Socatelli (2013), “conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer necesidades de viaje” (p. 4).

Según Socatelli (2013) mencion que la Organización Mundial de Turismo - OMT (2001), señala diferentes formas de turismo a saber:

- Turismo Doméstico. - Se refiere a los residentes visitando su propio país.
- Turismo Receptivo. - Describe a los que no residentes procedentes de un país determinado.
- Turismo Emisor. - Residentes del propio país que se dirigen a otros países.

La demanda turística es el resultado de la toma de decisiones que los individuos realizan para planificar sus actividades de ocio y obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra (SEGITTUR, 2013, p. 15-18).

### **Características**

- Cambios de moda en el destino de los viajes.
- Estacionalidad.
- La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado.
- Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países.

### **PAQUETE TURÍSTICO**

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el

cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que presta (Albis, 2012) (*Ibit*).

### **Características de un paquete turístico**

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquetes turísticos a la combinación previa de por lo menos los siguientes servicios:

- Alojamiento
- Otros servicios turísticos (diversiones)
- Transporte

Esto ocurre siempre y cuando dicha prestación pase las 24 horas o incluya una noche de estancia.

### **Componentes del paquete turístico.**

- Acceso: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que son estos medios para que sea esto posible.
- Atractivos: son elementos que hacen que el turista escoge ese destino y no otro. Constituye la materia prima en el cual el núcleo se organiza.
- Facilidades: son un complemento del producto turístico. No genera flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

### **FODA (FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)**

El **FODA** o **DOFA**, (**SWOT**, por sus siglas en inglés), es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocio, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, entre otros.

Esta técnica permite conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por el organismo (Escobar, 2004, p. 1-2).

El término **FODA** es una sigla conformada por las primeras letras de cada palabra:

- Fortaleza
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

## **Importancia del FODA**

Este análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual este compete.

El análisis **FODA** tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en las diferentes funciones o departamentos (unidades de análisis) tales como producto, mercado, empresa, fabricación, divisiones, sucursales, distribución, administración, finanzas y otros. (Escobar, 2004, p. 1-2).

## **Aéreas de acción del FODA**

El análisis **FODA** consta de dos partes: una interna y otra externa.

- Parte interna

La parte interna tiene que ver con la fortaleza y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales el empresario tiene o debe tener algún grado de control.

- Parte externa

Esta parte se refiere a las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que la empresa o institución debe enfrentar para permanecer compitiendo en el sector, aquí en el empresario tendrá que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar estas oportunidades y minimizar o anular las amenazas, circunstancias sobre las cuales por lo general se tiene poco o ningún control directo.

## **SISTEMA DE POSICIONAMIENTO GLOBAL (GPS)**

Es un sistema que tiene como objetivo la determinación de las coordenadas espaciales de puntos respecto de un sistema de referencia mundial. Los puntos pueden estar ubicados en cualquier lugar del planeta, pueden permanecer estáticos o en movimiento y las observaciones pueden realizarse en cualquier momento del día. Para la obtención de las coordenadas el sistema se basa en la determinación simultánea de las distancias a cuatro satélites como mínimo de coordenadas conocidas (Huerta, Mangiaterra y Noguera, 2005, p. 12).

## **INSTRUMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE FACTORES; POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIOCULTURAL, TECNOLÓGICA, ECOLÓGICA Y LEGAL (PESTEL)**

Se trata de un modelo muy apreciado y utilizado con regularidad tanto en la realización de planes de empresa, estrategias de producción o de comercialización como en el lanzamiento de nuevo proyectos (por ejemplo, el desarrollo de un nuevo producto en un mercado en el que hasta ese momento no ha invertido ninguna empresa existente), por lo que hay matizar el enfoque que propone.

El nombre PESTEL, como acrónimo de las iniciales de las seis categorías de variables macroeconómicas (Política, Económica, Sociocultural, Tecnológica, Ecológica y legal) retomadas en el modelo, permite identificar variables macroeconómicas que tiene que tener en cuenta el desarrollo de su empresa (oportunidades versus riesgos potenciales) y cuyo grado de realización se mantiene incierto (50 Minutos, 2016, p. 3-4).

### **MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (MEFI).**

Evalúa la situación interna de la empresa de los factores, para analizar las fortalezas y debilidades por el peso, calificación además del peso ponderado, donde consiste en etapas y la diferencia se tomará solamente para realizar la evaluación, siendo distintos los valores de calificación. (Ponce, 2007, p. 6-7).

- a) Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta de 1.0 (muy importante); el peso otorgado a cada factor expresa su importancia relativa, y el total de todos los pesos debe dar la suma de 1.0.
- b) Determinar una calificación entre 1 y 4, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.
- c) Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
- d) Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto. Lo más importante no consiste en sumar el peso ponderado de las fortalezas y las debilidades, sino compara el peso ponderado total de las fortalezas contra el peso ponderado total de las debilidades, determinado si las fuerzas internas son favorables o desfavorables, o si lo es su medio ambiente interno

## **MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (MEFE)**

Esta matriz puede enriquecer el análisis estratégico, se establece un análisis cuantitativo simple de los factores externos, es decir, de las oportunidades y amenazas mediante el siguiente procedimiento (Ponce, 2007, p. 7-8).

- a) Hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas con las que cuenta la empresa;
- b) Asignar un peso relativo en un rango de 0 (irrelevante) a 1.0 (muy importante); el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y de las amenazas deber ser 1.0.
- c) Ponderar con una calificación de 1 a 4 cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito con el propósito de evaluar las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces: 4 es una respuesta considerada superior, a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 respuesta mala.
- d) Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
- e) Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total el ponderado de la organización en cuestión



### 3.1.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN

**La investigación será de tipo:**

**Revisión Documental.** – Revisión de teorías existentes en el internet para conocer las diferentes definiciones y criterios de diferentes autores que se enfoquen al agroturismo, para reforzar el conocimiento adquirido de las instituciones superiores para ser más eficientes durante la ejecución del proyecto de investigación

**Exploratoria.** - La vista de campo será la oportunidad de explorar, conocer el territorio de trabajo donde permitirá observar directamente los recursos que presente el sitio, para ejecutar un inventario que fortalecerá a la investigación

**Descriptivo.** – Mediante este método se interpretó los datos primarios, secundarios mediante la utilización de deferentes herramientas que aporten a obtener resultados verídicos durante la realización del proyecto,

### 3.1.6 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Se basó en los enfoques cualitativos y cuantitativos gracias al uso de las herramientas de investigación para la recopilación de información y posteriormente un análisis de la misma.

**Primer objetivo:** Diagnosticar la situación actual de la finca San Fermín, en la parroquia de Arapicos, donde se aplicó la metodología descriptiva y exploratoria para compilar información de los recursos existentes, mediante la visita de campo por medio del método de la observación directa, se realizó el inventario de la infraestructura, de flora y fauna, además del cultivo de la pitajaya con fichas de elaboración propias.

Posteriormente se realizó el análisis FODA, para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas externas e internas, asimismo se utilizó el instrumento de planificación estratégica de factores Política, Económica, Sociocultural, Tecnológica, Ecológica y Legal (PESTEL), finalmente la matriz de evaluación de factores internos (MEFI), con la matriz de evaluación de factores externos (MEFE) como herramientas de análisis del contexto, todo ayudo a establecer estrategias.

**Segundo objetivo:** Evaluar el potencial del consumidor del producto agroturístico, se utilizó el tipo metodología descriptiva y exploratoria mediante la aplicación de una encuesta a los visitantes, con el fin de obtener información importante para el desarrollo

del proyecto y realizar un análisis. Para la realización de la encuesta contamos con la información de visitantes del año 2017 que nos proporcionó el Centro de Información turística (ITUR) del cantón Palora como base de procedencia.

Asimismo, para obtener la población, se utilizó la cantidad de habitantes del cantón, información obtenida del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y el tamaño de la muestra que constituye parte del grupo de habitantes que de forma aleatoria encuestamos.

Para el desarrollo de la encuesta se determinó como universo o población al total de turistas que ingresaron y se registraron en los diferentes sitios de hospedaje como hoteles y hosterías en el año 2017, dato obtenido por la oficina de ITUR de Palora.

Para calcular la muestra de población se utilizó la siguiente fórmula:

#### **FÓRMULA**

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

#### **Dónde:**

N= Población

z= Porcentaje de factibilidad

p= Porcentaje de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población

q= Es la no ocurrencia del fenómeno

e= Error de muestra

n= Muestra

#### **Valores:**

N= 4780

z= 1,96 (nivel de confianza 0.95)

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,07

n=?

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) 4780}{4780 (0.07)^2 + 1.96 + 0.5 + 0.5}$$

$$n = \frac{3.8426 * 0.25 * 4780}{4780 * 0.0049 * 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{0.9604 * 4780}{23.422 * 0.0049}$$

$$n = \frac{4591}{24.3824}$$

$$n = 0.0188231555$$

$$n = 189$$

Asimismo, se utilizó el programa estadístico IBM SPSS, para la tabulación de las encuestas y el análisis del mismo.

**Tercer objetivo:** Diseñar el producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit" enfocado al cultivo de la pitahaya, se aplicó el tipo de metodología descriptiva, para describir las situaciones del significado lógico.

Igualmente se diseñó un logotipo de acuerdo a las actividades, del producto y al paisaje de la finca de forma descripción el significado correspondiente a la imagen corporativa. Posteriormente se realizó un mapa para la establecer la ubicación territorial de la finca, gracias al uso de GPS como instrumento de medida donde se determinó la posición, la orientación, la altitud y la distancia del destino permitiendo plasmar en un mapa el recorrido a realizar, con las correspondientes paradas epinformación contundente.

Por último, se elaboró el paquete turístico, en base a la información obtenida de la encuesta realizada, también se tomó en cuenta los precios de acuerdo a los costos actuales de los servicios turísticos.

## CAPITULO IV

### 4.1 RESULTADOS

#### 4.1.1 PRIMER OBJETIVO: DIAGNOSTICAR DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA FINCA SAN FERMÍN DE LA PARROQUIA ARAPICOS.

**Descripción del atractivo:** De la producción agrícola del cultivo de la Pitahaya.

**Tabla 1:** Inventario del cultivo de pitahaya

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan	
<b>1. Ficha:</b> N° 1	<b>2. Clasificación:</b> Frutal
<b>3. Lugar:</b> Parroquia Arapicos	<b>4. Tema:</b> Cultivo de la Pitahaya
<b>5. Finca:</b> San Fermín	<b>6. Estado:</b> Bueno(x) Regular ( ) Malo( )
<b>7. Informante:</b> Fermín Rojas	<b>8. Fecha:</b> 26 de abril del 2018
<b>Fotografía N° 1</b>	
	
<b>Cultivo de la Pitahaya</b>	
<b>Nombre científico:</b> Selenicereus Megalanthus	
<b>Tipo de planta:</b> Trepadora de color verde oscuro y claro con espinas en las esquinas de toda la planta	
<b>Color de la flor:</b> Amarillo y blanco	
<b>Característica de la fruta:</b> Color amarillo su exterior, con espinas, pulpa blanca con semillas cubiertas de mucilagos.	
<b>Extensión:</b> 27 hectáreas	
<b>Temperatura:</b> 22.5°c	
<b>Altitud:</b> 880 msnm	
<b>Comercialización:</b> Intermediarios y directos	
<b>Temporadas de cosecha:</b> Febrero, mayo, agosto y diciembre.	
<b>Observación:</b> Representa el producto agroturístico.	
<b>Actividades turísticas:</b> Participar en las actividades de cosechas y pos-cosecha.	
<b>Recomendación:</b> No acercarse mucho a la planta tiene espinos, al igual que la fruta, llevar ropa y zapatos adecuados, también repelente.	
<b>Fuente:</b> Recopilación de datos de la planta de pitahaya	
<b>Realizado:</b> Elaboración Propia	

**Descripción de la infraestructura:** De la finca San Fermín.

**Tabla 2:** Zona de recepción y lavado de la fruta.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan	
<b>1. Ficha:</b> N° 2	<b>2. Clasificación:</b> Área de la finca
<b>3. Lugar:</b> Parroquia Arapicos	<b>4. Tema:</b> Zona de recepción y lavado de la fruta
<b>5. Finca:</b> San Fermín	<b>6. Estado:</b> Bueno(x) Regular ( ) Malo( )
<b>7. Informante:</b> Fermín Rojas	<b>8. Fecha:</b> 26 de abril del 2018
<b>Fotografía N° 2</b>	<b>Fotografía N°3</b>
	
<b>Zona de recepción de la fruta</b>	<b>Zona de lavado de la fruta</b>
<b>Característica de la infraestructura:</b> La zona de almacenamiento es donde llega la fruta después de la cosecha en cubetas especiales para luego ser introducido en tinas inoxidables para ser lavados con mucho cuidado, se compone en un área de 200 metros cuadrados.	
<b>Temperatura:</b> 22.5°c	
<b>Observación:</b> Que es un área amplia, tiene ventilación, buena accesibilidad y señalización.	
<b>Actividades turísticas:</b> Participar en las actividades de recepción y lavado de la fruta	
<b>Recomendación:</b> Utilizar guantes, ropa adecuada y tener cuidado con las espinas de la fruta.	

**Fuente:** Inventario de la infraestructura

**Elaborado:** Elaboración propia

**Descripción de la infraestructura:** De la finca San Fermín.

**Tabla 3:** Zona de clasificación, empaque y embarque

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan	
<b>1. Ficha:</b> N° 3	<b>2. Clasificación:</b> Área de la finca
<b>3. Lugar:</b> Parroquia Arapicos	<b>4. Tema:</b> Zona de clasificación, empaque y embarque.
<b>5. Finca:</b> San Fermín	<b>6. Estado:</b> Bueno(x) Regular ( ) Malo( )
<b>7. Informante:</b> Fermín Rojas	<b>8. Fecha:</b> 26 de abril del 2018
<b>Fotografía N° 4</b>	<b>Fotografía N° 5</b>
	
<b>Zona de Clasificación de la fruta</b>	<b>Zona de embarque de la fruta</b>
<p><b>Característica de la infraestructura:</b> Es amplia, nueva la zona de clasificación de la fruta es donde se selecciona para exportación y consumo nacional, la zona de empaque donde se utiliza papales especiales para cubrir la fruta, poner en cajas especiales para ser trasladado al mercado de destino para la venta en camiones adecuados que cumplan con las especificaciones de cuidado de la fruta.</p> <p><b>Temperatura:</b> 22°C</p>	
<p><b>Observación:</b> Que son zonas donde solo ingresan el personal autorizado y si se ingresa es necesario pasar por la zona estilización para no contaminar el producto.</p>	
<p><b>Actividades turísticas:</b> Participar en las actividades de selección, empaque y embargue de la fruta.</p>	
<p><b>Recomendación:</b> Estar con la ropa adecuado y muy atentos en la selección del producto.</p>	

**Fuente:** Inventario de infraestructura

**Elaborado:** Elaboración propia

**Descripción de la infraestructura: de la finca San Fermín.**

**Tabla 4:** Bodega

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan	
<b>1. Ficha:</b> N° 4	<b>2. Clasificación:</b> Área de la finca
<b>3. Lugar:</b> Parroquia Arapicos	<b>4. Tema:</b> Bodega.
<b>5. Finca:</b> San Fermín	<b>6. Estado:</b> Bueno(x) Regular ( ) Malo ( )
<b>7. Informante:</b> Fermín Rojas	<b>8. Fecha:</b> 26 de abril del 2018
<b>Fotografía N° 4</b>	<b>Fotografía N° 5</b>
	
<b>Bodega de herramientas</b>	<b>Bodega de Abonos Orgánicos</b>
<p><b>Característica de la infraestructura:</b> Es amplia, nueva, adecuada las zonas de las bodegas como las de herramientas, abonos e insumos químicos y orgánicos, estas se encuentran en cada parada cerca de la plantación de la pitahaya para una mejor administración.</p> <p><b>Temperatura:</b> 22,5°c</p>	
<p><b>Observación:</b> Que son lugares que están de acuerdo a las paradas y los insumo, abonos, herramientas están juntos en el mismo lugar.</p>	
<p><b>Actividades turísticas:</b> Participar en las actividades de preparación de abono, utilización de las herramientas para la poda y cosecha de la fruta</p>	
<p><b>Recomendación:</b> Estar con la ropa adecuado y utilizar guantes.</p>	

**Fuente:** Inventario de infraestructura

**Realizado:** Elaboración propia

## Cuadro de inventario de la flora existente en la finca San Fermín

**Tabla 5.-** Inventario de especies de flora

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan			
<b>Ficha: N° 5</b>			
<b>Localidad:</b> Parroquia Arapicos	<b>Estado:</b> Bueno(X) Regular () Malo ()	<b>Tema:</b> La Flora	<b>Fecha:</b> 26 de abril del 2018
<b>NOMBRE COMUN</b>	<b>NOMBRE CIENTIFICO</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>FAMILIA</b>
Paja toquilla	Carludovica palmata	CarludovicaCarlu dovica	Cyclanthaceae
Dormilona	Mimosa pudica	Mimosa	Fabaceae
Guayaba	Psidium guajava	Psidium	Myrtaceae
Moral	Chlorophoratinctoria	Manclura	Moraceae
Chonta duro	Bactris gasipaes	Bactis gacipaes	Arecaceae
Caña guadua	Guadua angustifolia	Guadua	Poaceaea

**Fuente:** Inventario de la Flora

**Realizado:** Elaboración propia

## Cuadro de inventario de la fauna existente en la finca San Fermín.

**Tabla 6.-** Inventario de especies de la fauna

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>				
<b>INVESTIGADORES:</b> Grefa Diego, Rojas Jhonatan				
<b>Ficha:</b> N°6				
<b>Localidad:</b> Parroquia Arapicos	<b>Estado:</b> Bueno(x) Regular () Malo ()	<b>Tema:</b> La fauna	<b>Fecha:</b> 26 de abril del 2018	
<b>NOMBRE COMUN</b>	<b>NOMBRE CIENTIFICO</b>	<b>CLASE</b>	<b>GENERO</b>	<b>FAMILIA</b>
Pájaro pecho amarillo	Pitangus sulphuratus	Ave	-	Tyrannidae
Garrapatero	Crotophaga ani	Ave	-	Cuculidae
Chinche patón	Leptoglossus zonatus	Insecto	Leptoglossus Guérin	Coraidae
Mosca floral	Dasiops satans Townsend	Insecto	Dasiops Rondani	Lonchaeidae

**Fuente:** Inventario especies de la flora

**Realizado por:** Elaboración propia

### **Análisis descriptivo de los recursos existentes que cuenta la finca San Fermín y la parroquia Arapicos.**

#### **Recurso natural hídrico**

Consta por el río Palora como una atracción natural turística, que se forma con las aguas frías y cristalinas que bajan del volcán Sangay, para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la finca San Fermín, también muestra paisajes únicos y bellos que se pueden observar desde el mirador, además se puede disfrutar de sus playas de piedras, refrescarse en sus aguas, la cual cuenta con una extensión de 200 metros aproximadamente

**Imagen 1:** Mirador Río Palora



**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado:** Elaboración propia

### **Comunicación**

Existe una buena cobertura de las diferentes telefonías Claro, Movistar y Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), también del acceso a internet, que permiten una buena comunicación en la finca San Fermín.

### **Accesibilidad**

Es un principal recurso para el desarrollo del progreso del destino agroturístico que cuenta con una vía de primer orden hasta la ciudad de Palora, después con una vía de segundo orden que pasa por la parroquia Sangay hasta llegar a la parroquia Arapicos, donde se encuentra la finca San Fermín.

### **Recreación**

Realizar las actividades como: el recorrido de la finca, participación de la cosecha y pos-cosecha donde se podrá degustar de la **fruta** de pitahaya, visita al río, observación del mirador y noche cultural

### **Servicios básicos**

Cuenta con los principales servicios básicos para el desarrollo de agroturismo de la finca, en la parroquia Arapicos.

- Luz eléctrica
- Teléfono
- Alcantarillado

- Agua potable
- Transporte
- Servicio medico
- Servicio policial

**Análisis del entorno interno y externo de la finca San Fermín en el ámbito de la: Política, económica, sociocultural, tecnológico, ecológico y legal (PESTEL), en la parroquia Arapicos, cantón Palora.**

### **Ámbito político**

La finca San Fermín presenta acogida para el desarrollo de realización de la actividad agroturística, por motivo que cuenta con el apoyo de instituciones como el GAD cantonal de Palora, Ministerio de Turismo como una forma de hacer turismo y mejorar para los próximos años.

### **Ámbito económico**

La comercialización de la pitahaya trae consigo ingresos económicos que permite una mejor calidad de vida según la temporada de cosecha, cabe mencionar que no es todo el año, es por ello que nace esta propuesta para las temporadas de escasa producción de la fruta con propósito de regular la economía.

### **Ámbito Sociocultural**

La producción de la pitahaya ha traído al cantón Palora personas de diferentes regiones del nuestro país y del mundo por motivo de obtener una fuente de trabajo, turismo e inversión para obtener una mejor calidad de vida, de esta forma se realiza un intercambio cultural entre las personas que residen y los visitantes.

### **Ámbito tecnológico**

Es una oportunidad de utilizar las tics como medio de promoción en la redes sociales para difundir información de la actividades que se realizan, en cuanto al cultivo de la pitahaya no es necesario implementar maquinaria porque son plantas delicadas al igual que la fruta por eso se realiza de manera tradicional.

### **Ámbito ambiental**

La naturaleza ha sufrido un gran impacto de forestación motivo por motivo de sembrar más hectáreas de dicho producto, el resultado que da la deforestación es pérdida de todo el ecosistema silvestre autóctono de la región, también el factor que interviene es la falta de concientización de las personas por no tener limitación en sus cultivos, estos fenómenos afectan a la práctica de la actividad turística, ya que la nueva modalidad en las exigencias y necesidades de los turistas es conocer algo nuevo y tener un momento de relajación en la naturaleza.

### **Ámbito Legal**

En el aspecto macro- entorno la finca san Fermín cuenta con el certificado de Agrocalidad y global Gad, que permitiendo hacer las buenas prácticas agrícolas para brindar a los proveedores y consumidores una fruta de calidad, así mismo, el personal de trabajo tiene un salario justo, beneficios, derechos de acuerdo a las normativas que estipula el ministerio de trabajo.

### **Análisis interno y externo de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) en la finca San Fermín, parroquia Arapicos, cantón Palora para el desarrollo del producto agroturístico.**

*Tabla 7.- Análisis FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto poder de atracción en la actividad agroturístico de la pitahaya.</li> <li>• Mantenimiento permanente en las plantaciones de pitahaya</li> <li>• Infraestructura adecuada</li> <li>• Cultivo de la pitahaya existe.</li> <li>• Personal capacitado en agronomía.</li> <li>• Presencia de fuentes hídricas ríos y cascadas.</li> <li>• Conocimiento empírico del personal que aporta al desarrollo del cultivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de la competencia en el sector agroturístico.</li> <li>• Existencia de servicios básicos</li> <li>• Alta demanda de turistas nacionales y extranjeros al canto Palora</li> <li>• Manejo correcto de residuos orgánicos e inorgánicos.</li> <li>• Control de entidades medio ambientales.</li> <li>• Alternativa turística poco saturada</li> <li>• El uso de tics, contribuirá promoción del producto agroturístico.</li> <li>• Políticas turísticas favorables.</li> </ul>

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento del propietario de potencial turístico que tiene el producto de la pitahaya</li> <li>• Cosechas no frecuentes</li> <li>• Días de poca accesibilidad</li> <li>• Capacitaciones no frecuentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deforestación</li> <li>• Vías de acceso de tercer orden</li> <li>• Cambio climático</li> <li>• Problemas ambientales (erosión de las riveras de río Palora)</li> </ul>

Fuente: Análisis FODA

Realizado por: Elaboración propia

**Evaluación de los factores internos y externos obtenidos del (FODA), mediante la Matriz de evaluación de factores internos (MEFI) para ver si son favorables o desfavorable las fuerzas internas y la Matriz de evaluación de factores externos (MEFE), para conocer la eficacia de las estrategias en desarrollo del producto agroturístico en el mercado.**

**Tabla 8.-** Matriz de evaluación de factores internos y externos (MEFI Y MEFE)

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Alto poder de atracción en la actividad agroturística	0,09	4	0,36
Mantenimiento permanente en las plantaciones de pitahaya	0,06	3	0,18
Infraestructura adecuada	0,08	3	0,24
Cultivo de la pitahaya existente	0,10	4	0,40
Personal capacitado en agronomía.	0,08	4	0,32
Presencia de fuentes hídricas ríos y cascadas.	0,06	3	0,18
Conocimiento empírico del personal que aporta al desarrollo del cultivo.	0,09	4	0,36
<b>DEBILIDADES</b>			
Desconocimiento del propietario del potencial turístico que tiene el producto de la pitahaya	0,09	4	0,36
Desconocimiento por parte de los actores de lo que demanda el turista	0,07	3	0,21

Escases de demanda de turistas	0,08	4	0,32
Insuficiente capacidad de alojamiento	0,04	3	0,12
Organización interna deficiente	0,05	4	0,20
Vías en mal estado	0,05	3	0,20
Falta de capacitación en el tema de turismo	0,06	4	0,24
Total	1	-	3,61
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Inexistencia de competencia en el sector agroturístico.	0,09	4	0,36
Existencia de servicios básicos	0,08	3	0,24
Demanda de turistas nacionales y extranjeros al cantón Palora	0,09	3	0,27
Alianzas estratégicas	0,09	4	0,36
Control de entidades del medio ambientales.	0,08	4	0,32
Alternativa turística poco saturada	0,09	3	0,27
Las tics,	0,08	3	0,24
Políticas turísticas favorables.	0,10	4	0,40
<b>AMENAZAS</b>			
Deforestación	0,09	3	0,18
Vías de tercer orden en mal estado	0,08	3	0,24
Cambio climático	0,06	4	0,24
Problemas ambientales (erosión de las riveras de río Palora)	0,07	2	0,14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>3,26</b>

Calificación: 1= No es atractiva 2 = Algo Atractiva 3 = Bastante Atractiva 4 = Muy Atractiva

#### ANÁLISIS DE LA GRÁFICA DE LA MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANIFICACIÓN

Se determina que la Finca San Fermín posee un buen potencial para ser aprovechado turísticamente ya que en la actualidad la pitahaya como producto agroturístico tiene un alto poder de atracción en las personas, para conocer todo el proceso de producción y pos-cosecha de la fruta, esto determina una fortaleza importante como el producto estrella. El Ecuador establece políticas favorables que impulsan a al turismo y con el objetivo de preservar el patrimonio cultural, social, ecológico, etc. Mediante este análisis FODA el propietario conocerá la fortaleza que presenta su propiedad y motivará emprender en la actividad agroturística con el propósito de generar un recurso económico adicional.

**Fuente:** Matriz MEFI y MEFE

**Elaborado por:** Elaboración propia

#### 4.1.2 SEGUNDO OBJETIVO: EVALUAR EL POTENCIAL DEL CONSUMIDOR DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO, PARA CONOCER LAS PREFERENCIAS DE ACUERDO A SU SEGMENTO.

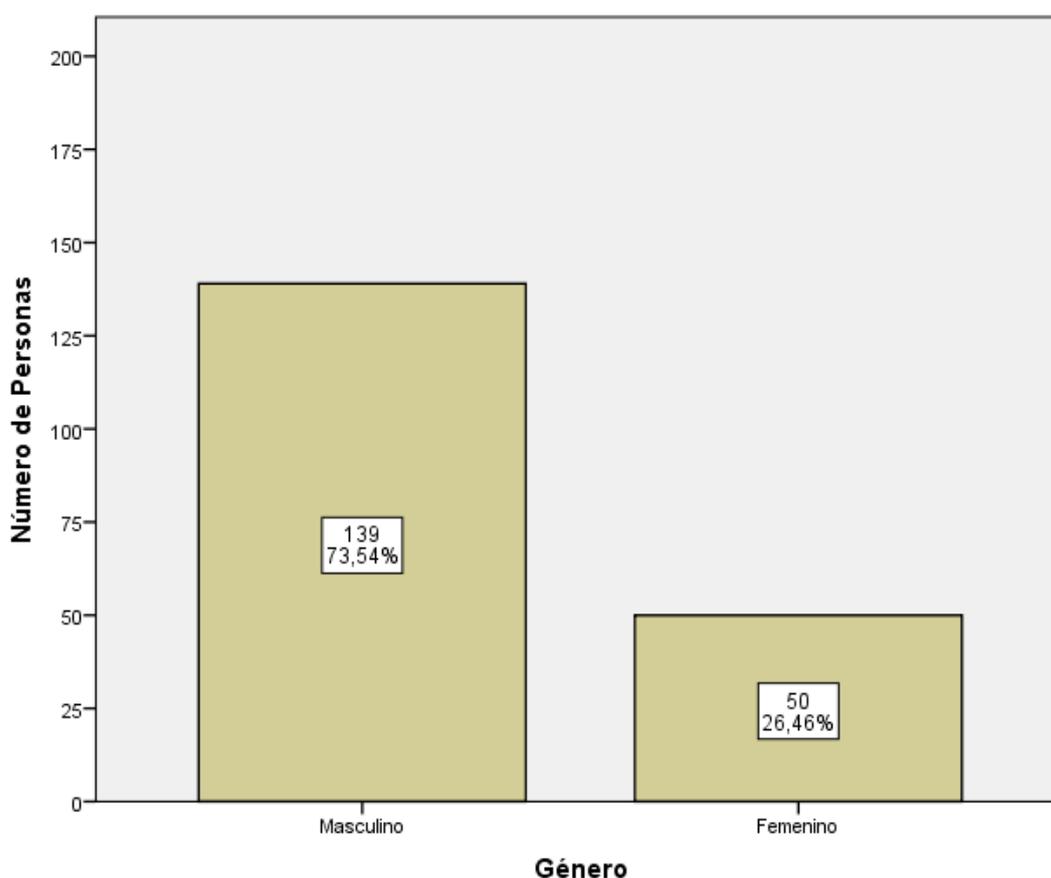
La encuesta se realizó a 189 personas de forma aleatoria cada una con 12 preguntas.

Tabulación de la información.

Pregunta:

- Género

Gráfico 1.- Género



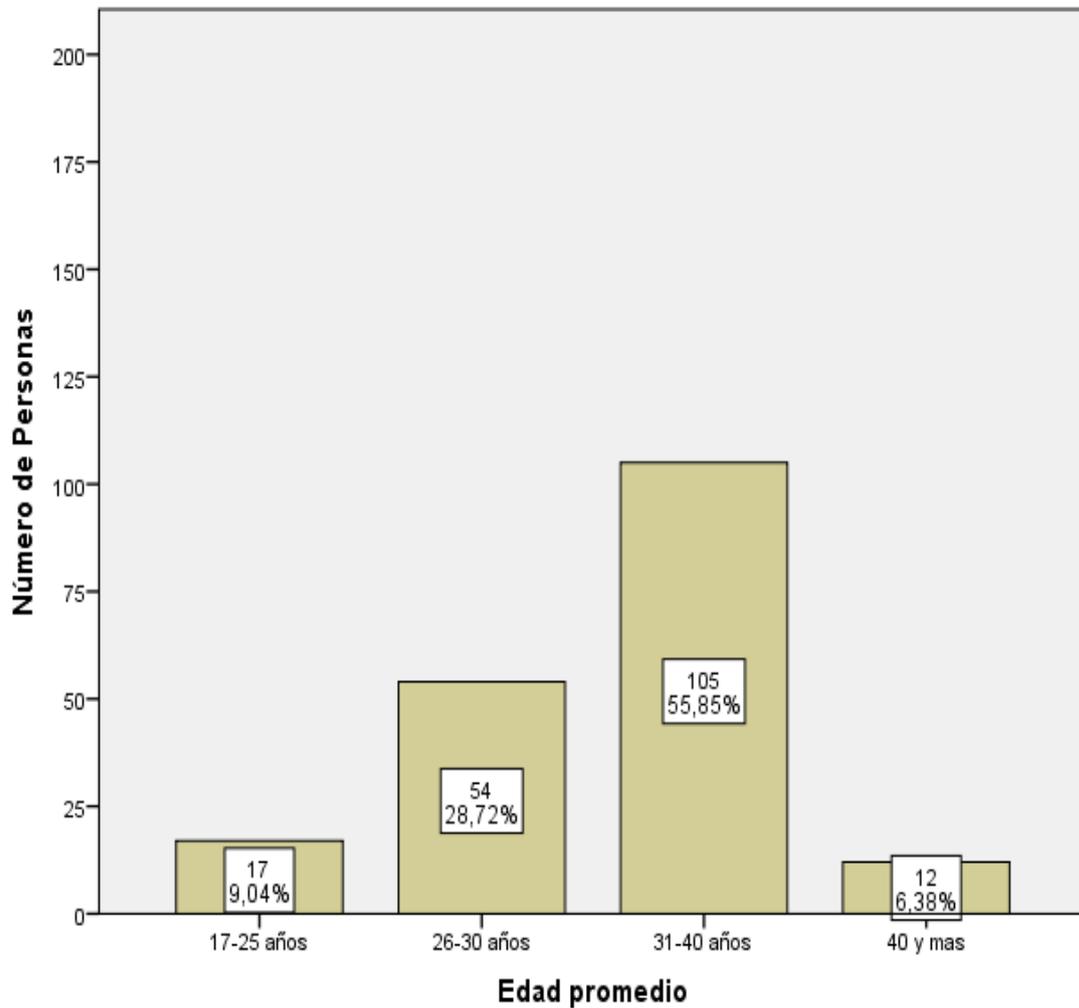
Fuente: IBM SPSS

Realizado por: Elaboración propia

El resultado de la encuesta realizada muestra que el 74% de los turistas que ingresaron al cantón Palora son de género masculino y el 26% es femenino, el cual manifiesta que el género masculino tiene mayor énfasis en viajar por diferentes motivos ya sea de ocio, negocio u otros

**Pregunta: - Edad promedio**

**Gráfico 2.- Edad**



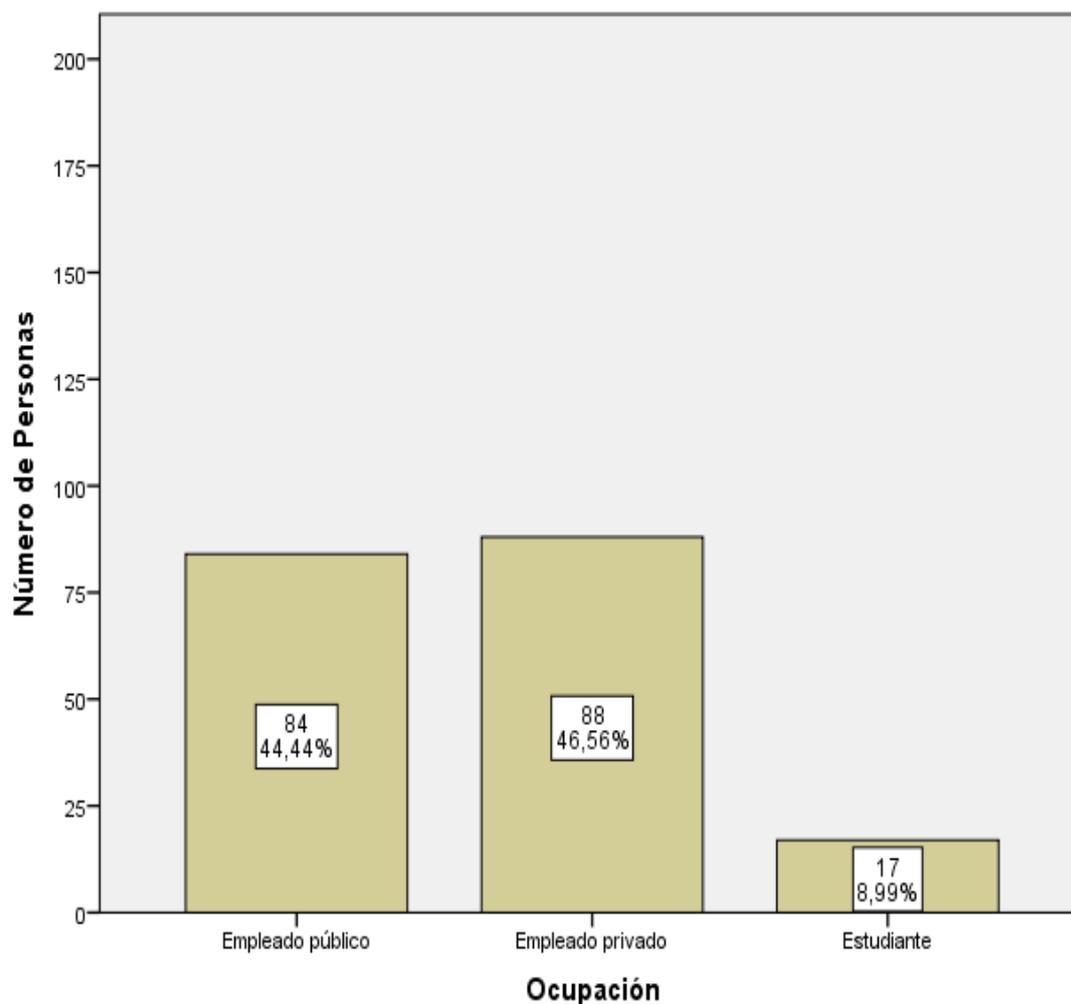
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

El 56% de turistas que llegan al cantón Palora son personas adultas entre un rango de 31 a 40 años, el 29% son jóvenes entre los 26 a 30 años, el 9% se encuentra entre los 17 a 25 años y el 6% está entre los 40 y más años de edad, el cual determina que el cliente potencial serán las personas adultas ya que son los posibles consumidores del producto agroturístico

**Pregunta: Ocupación**

**Gráfico 3.- Ocupación**



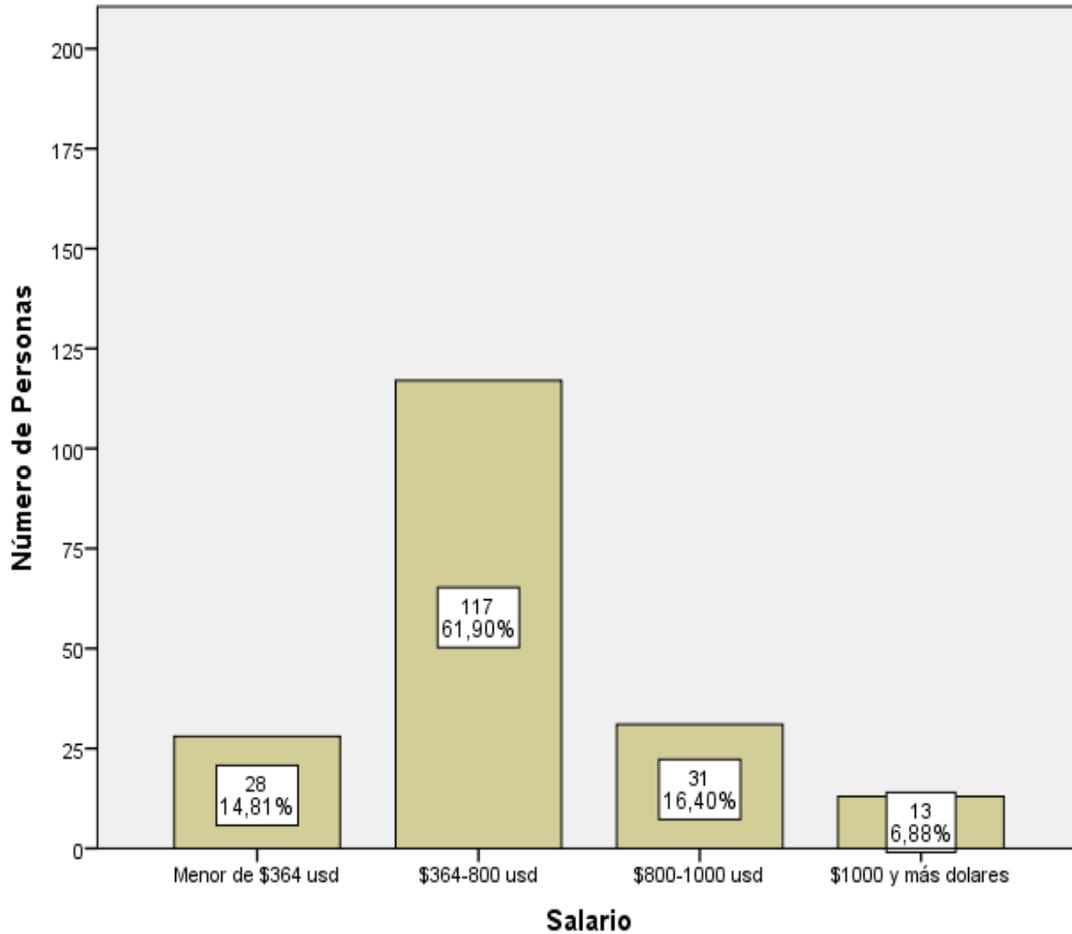
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

El total de todas las personas encuestadas, muestra que el 44% trabaja en instituciones públicas, el 47% trabajo privado, es decir son personas que tiene una remuneración económica a cambio de una actividad física o mental, y el 9% son estudiantes que visitan al cantón por diferentes motivos, ya sea por investigación de las nacionalidades indígenas de la región en el aspectos social, cultural, político, etc.

**Pregunta: Salario**

**Gráfico 4.- Salario**



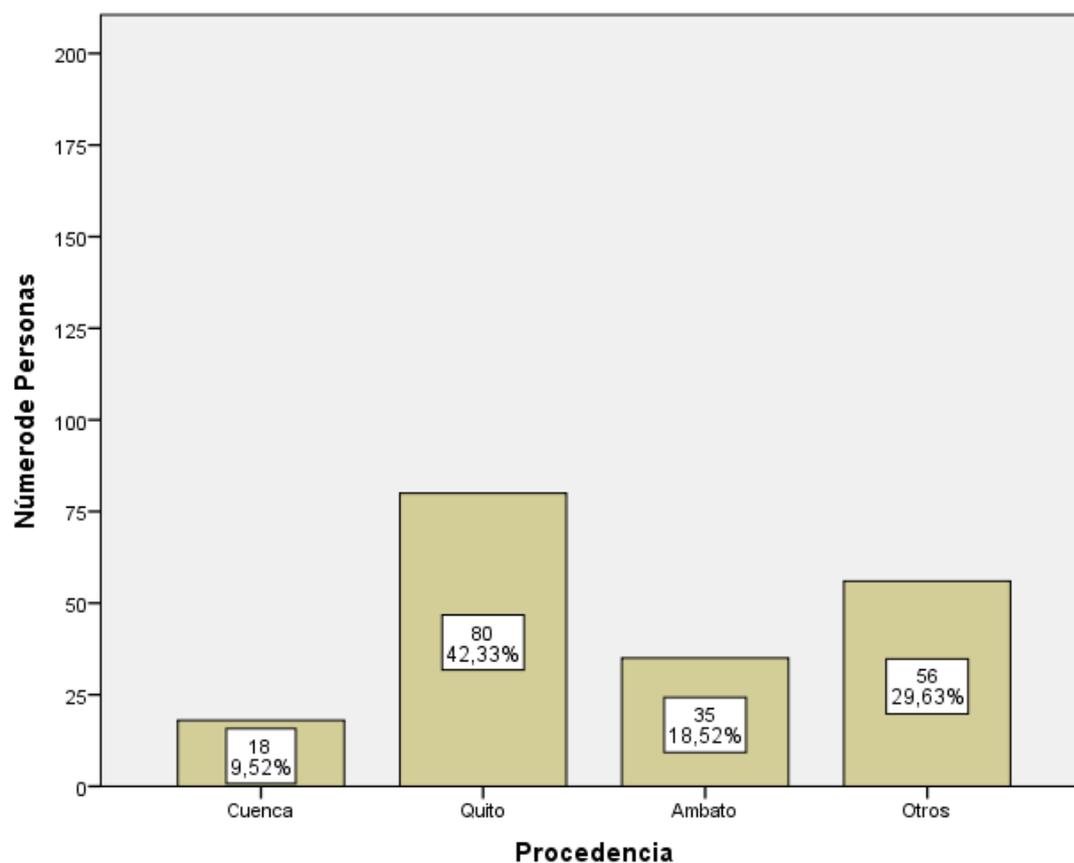
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Según los resultados de la encuesta realizada muestra que, el 15% presenta un salario menor al del básico, razones que pueden ser porque son estudiantes o probablemente tiene un trabajo no remunerado justamente, un 62% posee un sueldo desde los \$364 a 800 usd, el 16% entre los \$800 a 1000 usd y el 7% presentan a una clase media alta en sus recursos económicos el cual está por encima de los \$1000 usd.

**Pregunta:** Lugar de procedencia

**Gráfico 5.-** Procedencia



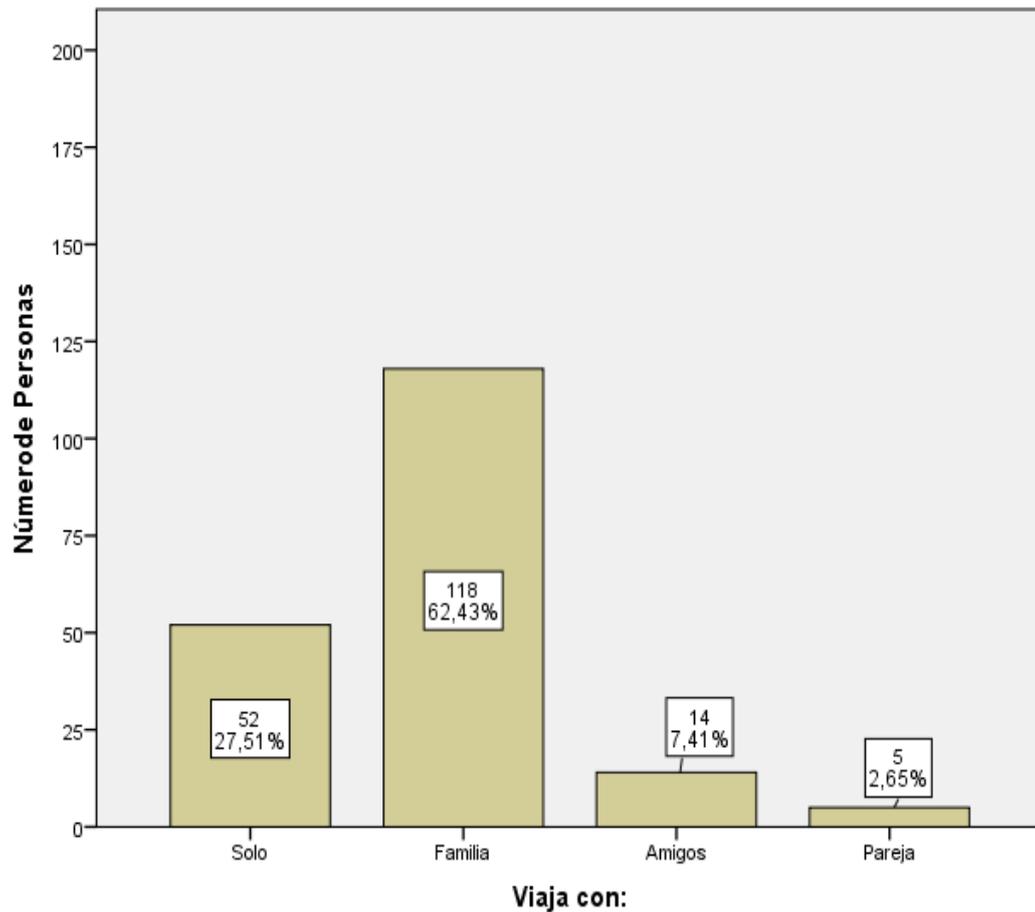
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Las personas que visitaron el cantón Palora según los resultados de la encuesta muestra que el 42% de los turistas que ingresan al cantón Palora son de la ciudad de Quito, el 30% pertenece a las diferentes ciudades del Ecuador y del país, el 18,5% es de la ciudad de Ambato y el 9,5% son personas de Cuenca, según manifestaron durante la realización de la entrevista que viajan por de conocer las plantaciones de pitahaya ya que es el boom en todo el país

**Pregunta:** Usted viaja con:

**Gráfico 6.-** Viaja con:



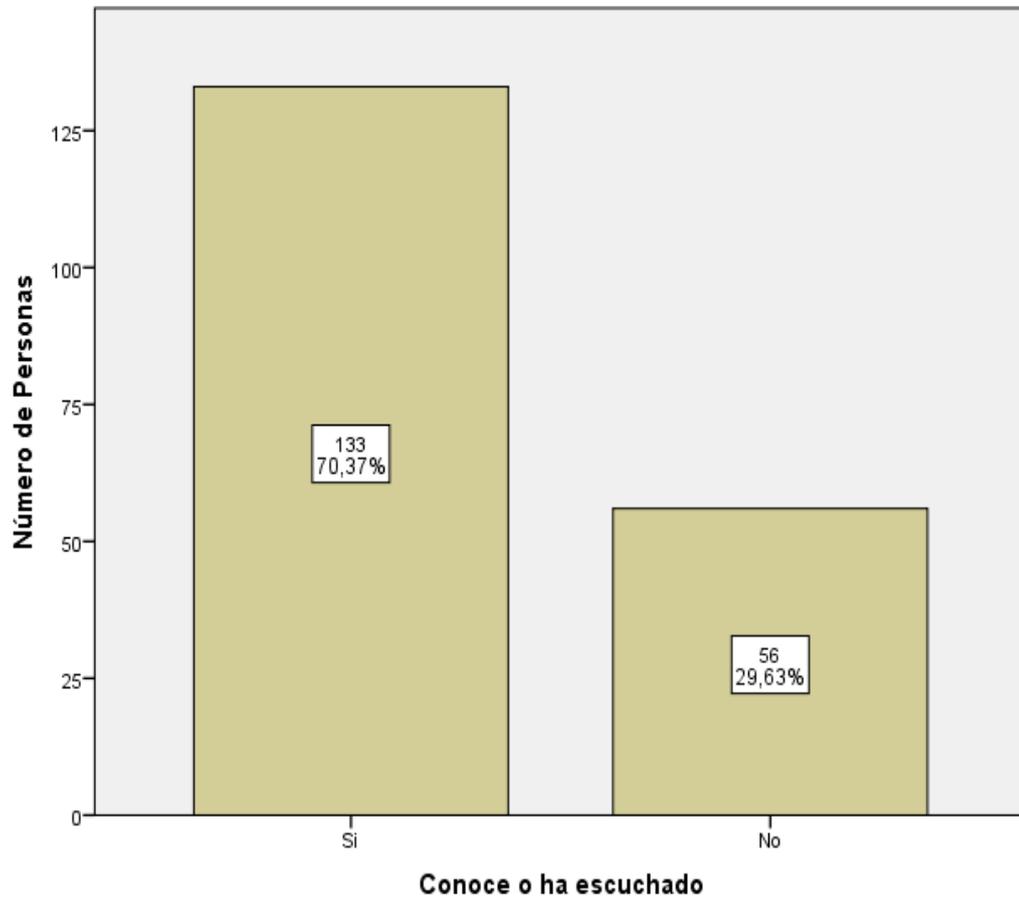
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Un 62% de los encuestados manifestó que les gusta viajar con su familia, un 28% viaja solo, el 7% viaja con amigos motivo que se derivan porque son estudiantes o porque vienen a hacer actividades de ocio o por vacaciones y el 3% restante viaja con su pareja

**Pregunta:** Usted conoce o ha escuchado sobre el agroturismo

**Gráfico 7.-** Conoce o ha escuchado sobre el Agroturismo



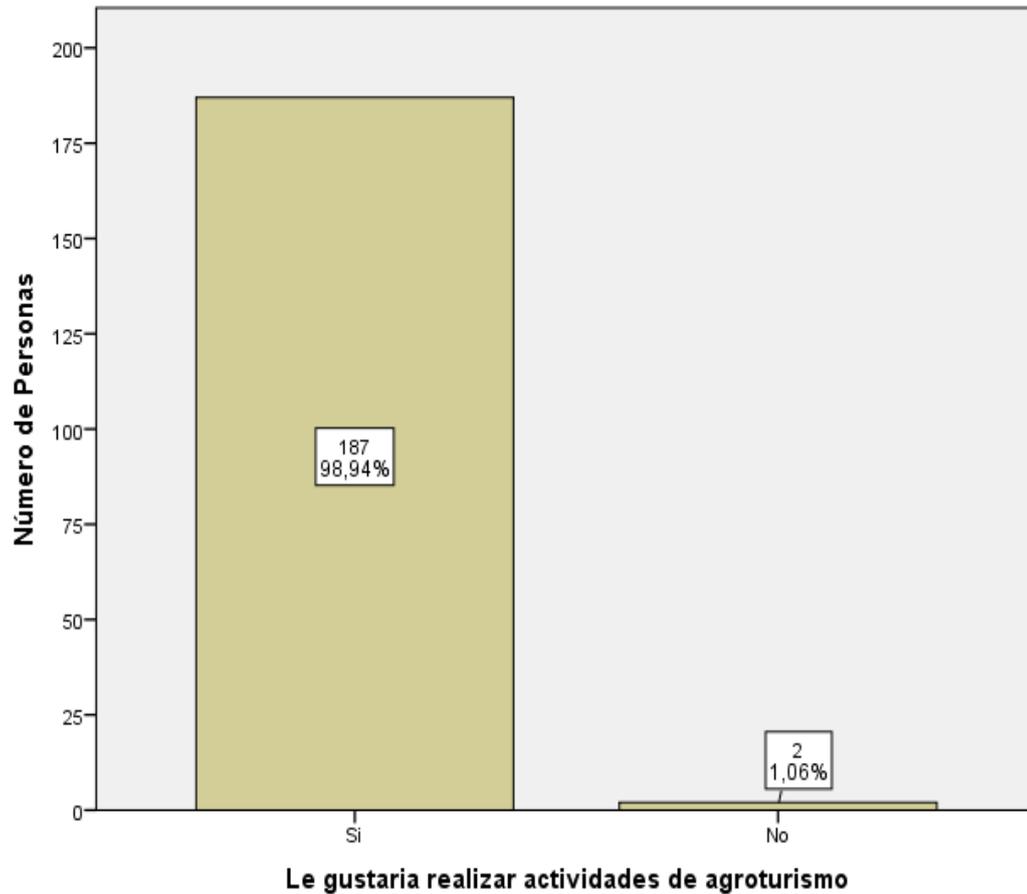
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

El resultado de esta pregunta es muy importante, porque da a conocer que el 70% de los encuestados conocen de la actividad agroturística, mientras que el 30% restante desconoce de dicha actividad, esto da saber que la mayoría de las personas encuestadas saben de dicha actividad, el se cual convierte en una oportunidad para ofrecer el producto agroturístico.

**Pregunta:** Le gustaría usted realizar actividades de agroturismo en una finca.

**Gráfico 8.-** Le gustaría realizar actividades de agroturismo



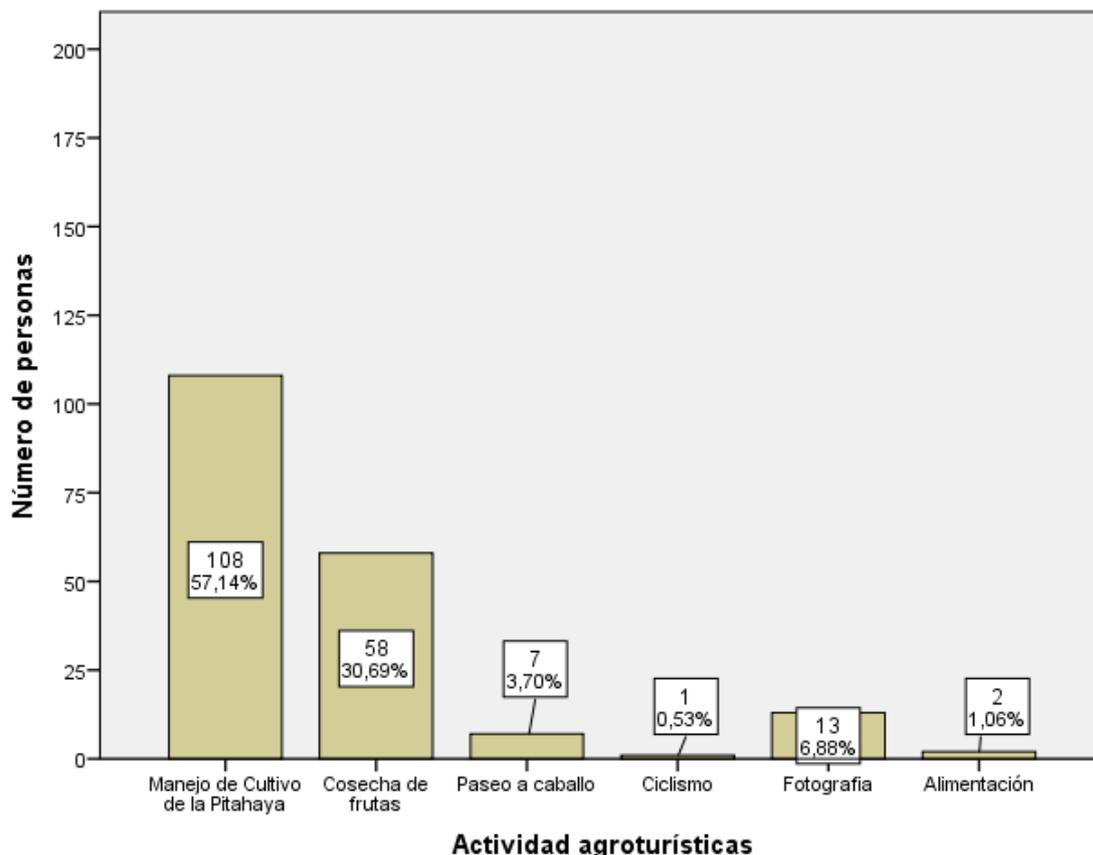
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Se puede observar que un 99% de los encuestados les gustaría participar en actividades de agroturismo ya que según la encuesta representa una alta tasa de aceptación de dicha actividad, mientras que el 1% no desea realizar por diferentes circunstancias que se desconoce, lo relevante de esta presunta es que existe un índice aceptable lo que permite conocer que el producto Amazon Dragon Fruit será acogido por los turistas

**Pregunta:** ¿Usted ha realizado actividades agroturísticas en una finca cómo? Si no conoce, ¿Qué actividad le gustaría realizar?

**Gráfico 9.-** Actividades agroturísticas



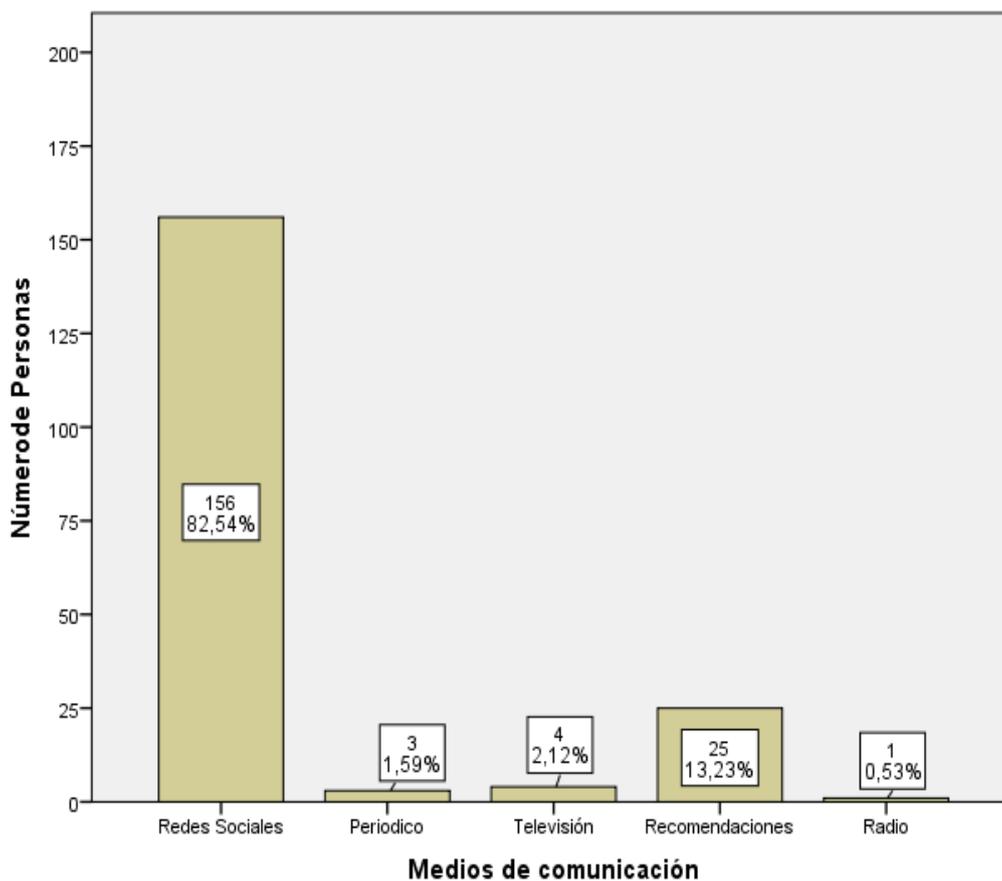
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

De acuerdo con la figura 9, el 57% de los encuestados les gustaría aprender sobre el manejo del cultivo de la pitahaya razón que favorece al producto Amazon Dragon Fruit para ofrecer su producto estrella y así mismo, el 31% manifiesta aprender a cosechar la fruta o que viaja para ser participe en la temporada de cosechas mientas que las demás actividades son las complementarias a las actividades agroturísticas

**Pregunta.** - ¿Por qué medio de comunicación usted se enteró del producto agroturístico?

**Gráfico 10.-** Medios de comunicación



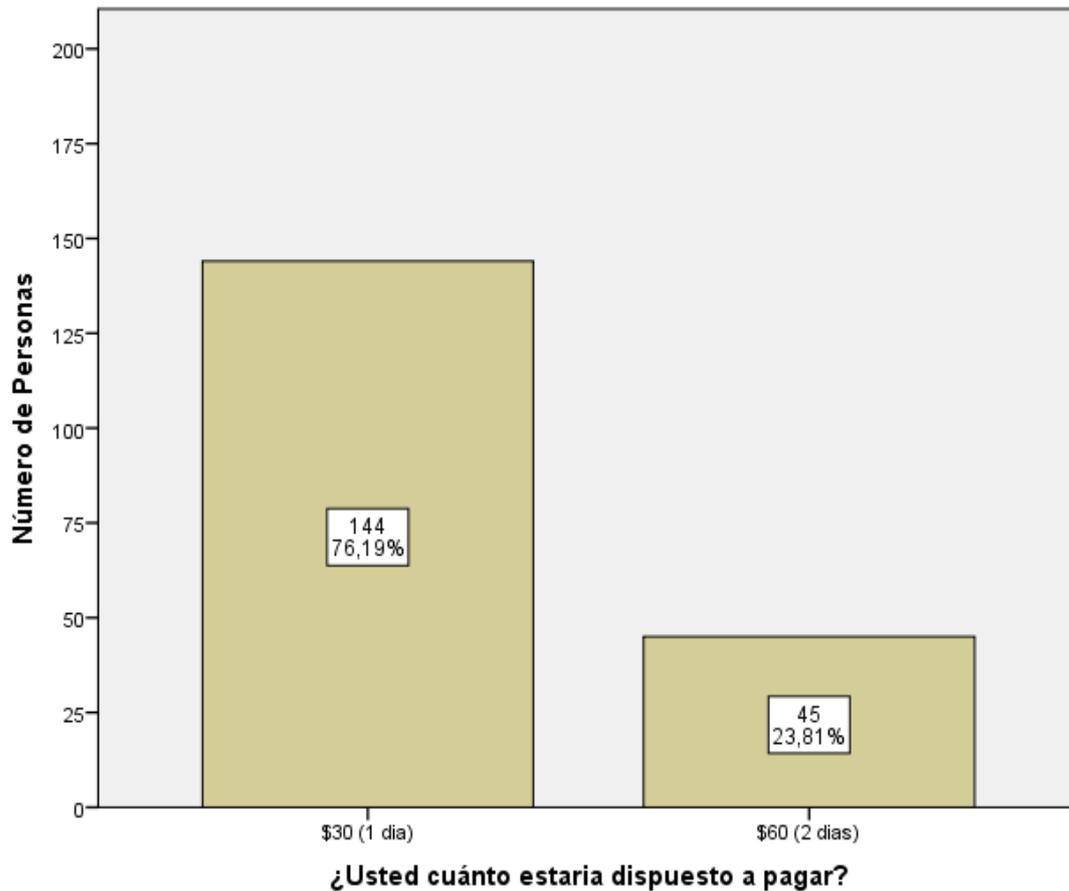
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

La mayor parte de los encuestados revelaron que el mejor medio de comunicación para promoción y difusión de algún producto son las redes sociales, que según los resultados de esta encuesta mostró un 82%, el 13% manifestó que también las recomendaciones tienen una gran influencia para adquirir un producto, mientras que otros medios de comunicación ante esta nueva generación no son de importancia porque no les llama la atención.

**Pregunta:** ¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar, y cuántos días se hospedaría en la finca agroturística?

**Gráfico 11.-** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



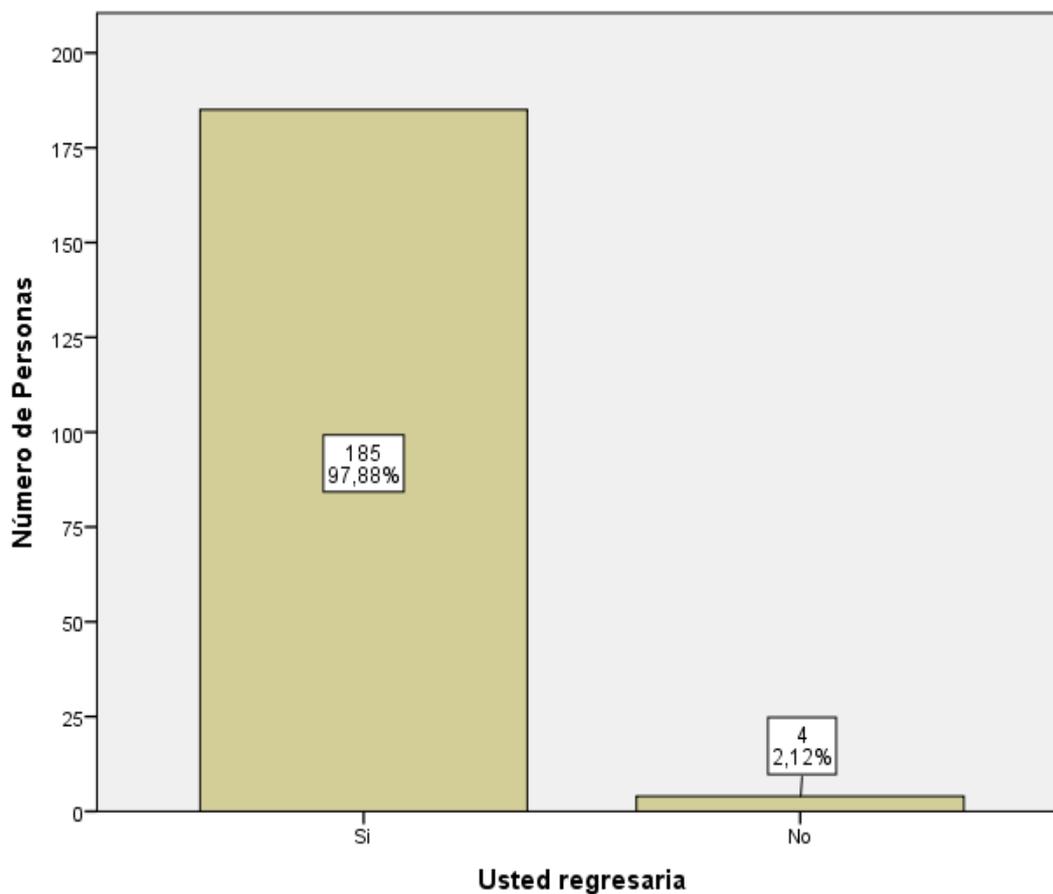
**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Las opiniones de las personas encuestadas son muy importante porque da a conocer desde su poder adquisitivo el valor que pueden pagar por el producto agroturístico, el cual manifestó un 76% podrían pagar \$30 por un día, el 24% restante pagaría \$60 por dos días para realizar actividades agroturísticas.

**Pregunta.** - ¿Usted estaría dispuesto a regresar a la finca San Fermín para realizar actividades agroturísticas?

**Gráfico 12.-** Usted regresaría



**Fuente:** IBM SPSS

**Realizado por:** Elaboración propia

Se puede observar que el 98% de las personas encuestadas están dispuestos a regresar a esta nueva alternativa de turismo en el cantón Palora, mientras que el 2% restante manifestaron que no estarán dispuestos a retornar y hacer uso del producto agroturístico.

### **Análisis general de la encuesta**

Según los resultados de la encuesta, perfil del consumidor del producto estará dirigido a las personas adultas entre un rango de 30 a 40 años de edad, el cual presentan un poder adquisitivo favorable de aceptación del producto agroturístico ya que trabajan en organizaciones privadas o negocios propios, donde adquieren un capital superior al salario básico aproximadamente entre los \$364 a 800 dólares americanos, además, cabe recalcar que la mayor parte de los encuestados conocen sobre la actividad agroturística y les gustaría realizar dichas actividades que comprende el agroturismo, el cual manifiesta que es una gran oportunidad para ofrecer esta nueva alternativa de turismo a turistas nacionales y extranjeros, emprendimiento que estará localizada en la finca San Fermín, esto quiere decir que existe la probabilidad de que “Amazon Dragon Fruit” será aceptado en el mercado turístico como una oportunidad de desarrollo agroturístico en el cantón Palora permitiendo ser un icono representativo y de referencia como un destino único que dinamice la economías del sector, contribuyendo a mejorar la calidad de vida.

**4.1.3 TERCER OBJETIVO: DISEÑAR EL PRODUCTO AGROTURÍSTICO "AMAZON DRAGON FRUIT", DONDE SE DETERMINÓ TODAS LAS CARACTERÍSTICAS REFERENTES A LA ACTIVIDAD AGROTURÍSTICA, DE ACUERDO A LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO UNO Y DOS.**

#### **4.1.3.1 DISEÑO DE LOGOTIPO**

Diseño del logotipo del producto agroturístico “Amazon Dragon Fruit” de la finca San Fermín, orientado al cultivo de la pitahaya.

**Imagen 2:** Logotipo



**Figura 11.-** Logotipo Amazon Dragon Fruit  
**Elaborado por:** Grefa y Rojas

## **CROMÁTICA DEL LOGOTIPO**

**Blanco:** Significa la bondad que transmiten los prestadores del servicio.

**Rojo:** Significa la atracción hacia el lugar de convivencia que se realiza con pasión y amor a la vez transmitiendo también a todo a los visitantes.

**Celeste:** Significa calma, transmite confianza entre las personas que están en la finca y seguridad al realizar las actividades.

**Amarillo:** Significa la vida, la riqueza de su tierra y el brillo del sol simboliza la energía que transmite causando felicidad y amistad.

**Verde:** Significa la abundancia de la naturaleza y del cultivo de la pitahaya que conforman paisajes únicos que muestran armonía natural.

**Café:** Significa estabilidad del lugar con sencillez, acompañado de seguridad y protección de las personas que conforma la finca agroturística.

## **SLOGAN DE LA FINCA SAN FERMÍN**

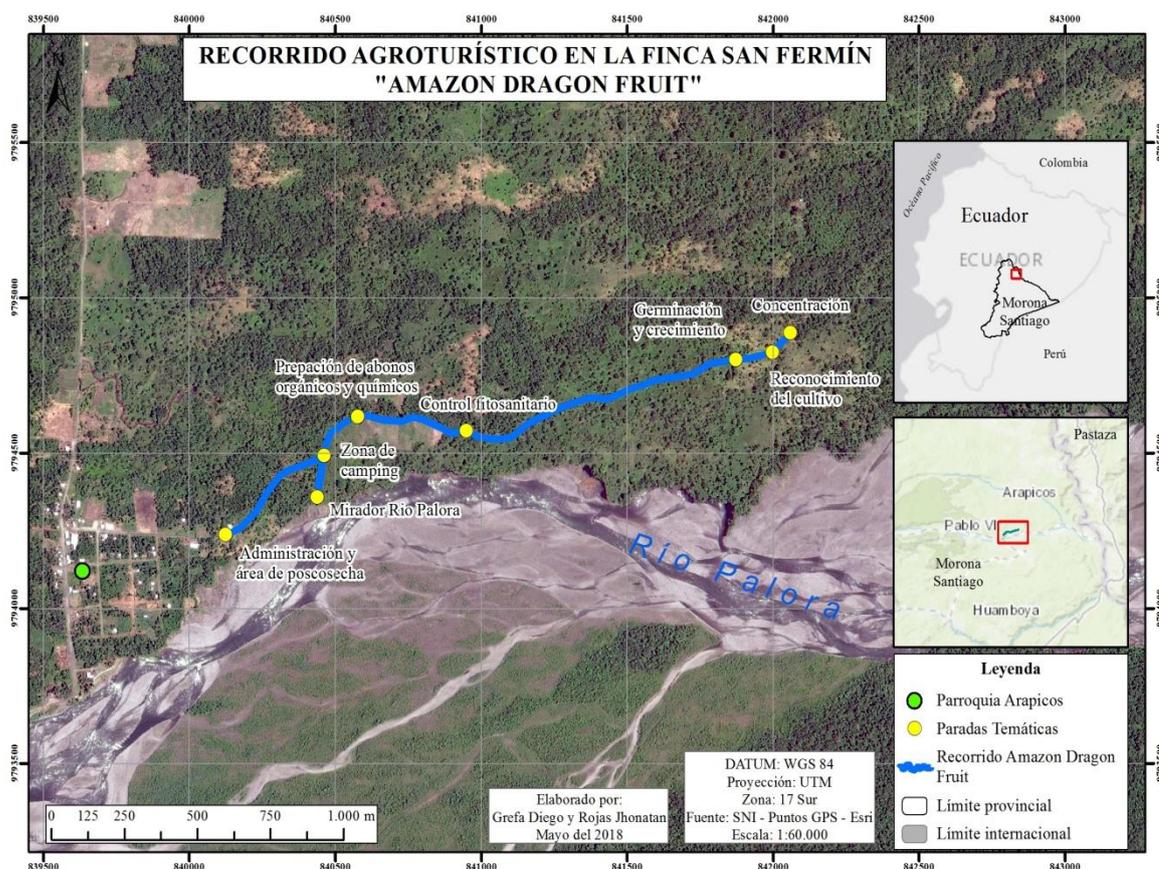
### **Mágico cultivo de la pitahaya**

Es el único recorrido agroturístico enfocada al cultivo de la pitahaya de toda la región, esta planta silvestre produce una gran cantidad de frutos durante todo el año. La palabra mágico proviene de las grandes propiedades medicinales que contiene esta fruta, convirtiéndole en el icono representativo del cantón Palora.

### **Mapa de ubicación del recorrido "Amazon Dragon Fruit"**

Croquis del recorrido "Amazon Dragon Fruit" en la finca San Fermín, que muestra información principal del trayecto a recorrer mediante las paradas establecidas, además de un mapa a nivel macro y micro con la correspondiente leyenda.

**Imagen 3:** Croquis del Recorrido Amazon Dragon Fruit



**Fuente:** Croquis del recorrido "Amazon Dragon Fruit"

**Realizado:** Elaboración propia

**Diseño del Itinerario "Amazon Dragon Fruit" para la práctica turística como un plan de organización y programación de las actividades a realizar en la finca San Fermín durante un día y una noche.**

**Tabla 9.-** Itinerario de Amazon Dragon Fruit

ITINERARIO DE ACTIVIDADES EN LA FINCA SAN FERMÍN "AMAZON DRAGON FRUIT"		
Hora	Actividad	Lugar
Día 1		
07:00	Concentración	Palora
07:30	Desayuno	Palora
08:00	Salida a la Finca San Fermín	Parroquia Arapicos
08:45	Llegada al destino Finca San Fermín	Parroquia Arapicos
09:50	Llagaada al punto de concentración e inducción de seguridad	Finca San Fermín
10:15	Reconocimiento del cultivo de pitahaya	Finca San Fermín
10:45	Inducción sobre la germinación y desarrollo de la planta	Finca Sn Fermín

11:15	Inducción sobre el control fitosanitario	Finca San Fermín
11:40	Actividades lúdicas	Finca San Fermín
12:00	Inducción sobre la preparación de abonos orgánicos y químicos	Finca San Fermín
12:30	Visita al mirador Río Palora	Finca San Fermín
12:45	Visita al centro de acopio e inducción sobre el proceso de pos-cosecha	Finca San Fermín
13:30	Almuerzo	Finca San Fermín
14:00	Salida a la empresa (Ortiz)	Finca San Fermín
14:30	Llegada al destino	Parroquia Sangay
14:45	Recorrido por las instalaciones	Parroquia Sangay
15:00	Degustación del producto	Parroquia Sangay
15:30	Retorno a la Finca San Fermín	Parroquia Arapicos
17:00	Preparación de las tiendas de acampar	Finca San Fermín
17:00	Vista al Río Palora	Parroquia Arapicos
19:30	Cena	Finca San Fermín
20:30	Noche cultural	Finca San Fermín
Día 2		
08:00	Desayuno	Parroquia Arapicos (Finca San Fermín)
08:30	Retorno al cantón Palora	Parroquia Arapicos (Finca San Fermín)
09:00	Clausura del circuito	Palora

Fuente: Itinerario

Elaborado por: Elaboración propia

## ANÁLISIS DE COSTOS

El producto agroturístico “Amazon Dragon Fruit” ofrece un recorrido de un día y una noche en la Finca San Fermín, en el presente cuadro (tabla 10) se detallan todos los costos de los servicios complementarios y agregados que se va a dar uso durante la realización de la actividad agroturística, este análisis de costos esta detallado especialmente para grupos de turistas, donde se calcula el costo por cada persona de los diferentes grupos de personas establecidas y como resultado permitirá conocer es el costo real de los servicios que se ofrece por cada turista

A continuación, se expondrá detalladamente el costo de cada servicio:

- El transporte es un costo fijo de \$40,00, ya que el precio del medio de transporte no va a variar en función al número de personas.
- El servicio de alimentación se establecerá 4 comidas con un precio de 2,50 cada alimentación:
  - o 1 aperitivo (Degustación del producto estrella, estado natural y transformado).
  - o 2 desayunos, uno en el día que se realizara la actividad agroturística y el otro al día siguiente, para que el turista resista al trayecto del viaje hasta su lugar de procedencia.

- Almuerzo y cena.
- El alojamiento tiene un precio de \$5,00 por cada persona ya que se realizará la actividad de camping.
- El guía consta de precio fijo de \$20,00, si el grupo es menor a 20 personas se utilizará un guía y si es superior se establecerá otro guía, porque para guiar un grupo de personas y un mejor manejo del mismo la capacidad es de 15 a 20 personas.
- El evento cultural que se ofrece tiene un precio fijo de \$40,00 no dependerá del número de personas.
- Entradas a los destinos consta de un precio \$3,00 por cada persona.
- El seguro de viaje se cobrará un valor de \$2,00, por cualquier suceso que se presente, con el propósito de velar la seguridad del turista.
- Otros, se cobrará un precio de \$1,00, para comprar aguas para su hidratación y otras cosas necesarias que va a depender del clima, observar (Tabla 10).

**Tabla 10:** Análisis de costos

<b>COSTO DEL PRODUCTO AGROTURISTICO AMAZON DRAGON FRUIT</b>						
<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>10 PERSONAS</b>		<b>20 PERSONAS</b>		<b>30 PERSONAS</b>	
	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>
<b>Transporte</b>	4,00	40,00	2,00	40,00	1,33	40,00
<b>Alimentación:</b>						
- <b>Degustación del producto</b>	2,50	25,00	2,50	50,00	2,50	75,00
- <b>Desayuno</b>	5,00	25,00	5,00	50,00	5,00	75,00
- <b>Almuerzo</b>	2,50	25,00	2,50	50,00	2,50	75,00
- <b>Cena</b>	2,50	25,00	2,50	50,00	2,50	75,00
<b>Alojamiento</b>	5,00	50,00	5,00	100,00	5,00	150,00
<b>Guía</b>	2,00	20,00	2,00	40,00	1,33	40,00
<b>Evento Cultural</b>	6,00	10,00	3,00	60,00	2,00	60,00
<b>Entradas “atractivos”</b>	3,00	30,00	3,00	60,00	3,00	90,00
<b>Seguro de viaje</b>	2,00	20,00	2,00	40,00	2,00	60,00
<b>Otros</b>	1,00	10,00	1,00	20,00	1,00	30,00
<b>Costo por persona</b>	<b>31,50</b>	<b>-</b>	<b>28,50</b>	<b>-</b>	<b>28,83</b>	<b>-</b>

**Fuente:** Análisis de costos

**Realizado:** Elaboración propia

## PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

La (tabla 11) muestra el precio final al consumidor del producto agroturístico, el mismo que se dará como detalle al consumidor cuando vaya a comprar este producto agroturístico ya que presenta un margen de ganancia justo y aceptable del 30% y también se establece el 12% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los servicios que gravan IVA.

**Tabla 11:** Precio de venta al público

PRECIO DEL PRODUCTO AGROTURISTICO “AMAZON DRAGON FRUIT”						
DESCRPCIÓN	10 PERSONAS		20 PERSONAS		30 PERSONAS	
	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Transporte	5,20	52,00	5,20	104	5,20	156,00
Alimentación:						
- Degustación del producto	3,55	35,50	3,55	71,00	3,55	106,50
- Desayuno	7,10	71,00	7,10	142,00	7,10	213,00
- Almuerzo	3,55	35,50	3,55	71,00	3,55	106,50
- Cena	3,55	35,50	3,55	71,00	3,55	106,50
Alojamiento	6,50	65,00	6,50	130,00	6,50	195,00
Guía	2,60	26,00	2,60	52,00	1,93	57,90
Evento Cultural	7,80	78,00	3,90	78,00	2,60	78,00
Entradas “atractivos”	3,90	39,00	3,90	78,00	3,90	117,00
Seguro de viaje	2,60	26,00	2,60	52,00	2,60	78,00
Otros	1,30	13,00	1,30	26,00	1,30	39,00
Costo por persona	47,65	-	43,75	-	41,74	-
Precio al catalogo	<b>48'00</b>		<b>44,00</b>		<b>42,00</b>	

**Fuente:** Análisis de costos

**Realizado:** Elaboración propia

## **ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO "AMAZON DRAGON FRUIT"**

Se determinó a partir del análisis de los factores internos y externos expuestos en la matriz FODA, con la evaluación de la matriz MEFI Y MEFE de esa manera selecciona los factores con mayor relevancia como estrategias relevantes.

- Dar a conocer la finca agroturística enfocado al cultivo de la pitahaya mediante el diseño del paquete turístico "Amazon Dragon Fruit" en diferentes operadoras turísticas ya que ellos tienen contacto directo con los turistas.
- Contratar un técnico en turismo que aporte al desarrollo del producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit" en la Finca San Fermín y concientizar mediante capacitaciones sobre factores que intervienen en el cuidado del medio ambiente con relación al Turismo.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, empresas privadas y públicas. Con el propósito de aportar al desarrollo del lugar y generar una alta demanda de turistas nacionales y extranjeros que dinamicen la economía de las pymes de región.

# CAPITULO V

## 5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1.1 CONCLUSIONES

- El diagnóstico realizado de la situación actual en la finca San Fermín, fue esencial para conocer los recursos existentes, el estado en de ellos y la forma de trabajar, con el fin de contar con esa información para el diseño del producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit" que ayudara a mejorar el progreso del lugar con la demanda de turistas y aportara con estrategias de competitividad en el mercado gracias a las matrices aplicadas.
- Con la aplicación de la encuesta se obtuvo información de gran importancia sobre el perfil de consumidor del producto agroturístico, necesario para determinar el segmento de mercado, la oferta y demanda efectiva e insatisfecha, que ayudará al desarrollo del producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit" basados en los resultados obtenidos.
- Con la información obtenida gracias al primer y segundo objetivo se diseñó el producto agroturístico "Amazon Dragon Fruit" su imagen corporativa de identificación en el mercado, como también el recorrido con la diferentes paradas establecida por el cultivo de la pitahaya que muestra la belleza escénica, además de un croquis de localización con las diferentes actividades a realizar, de igual manera el itinerario donde muestra la oferta agroturística durante un día , una noche con los costos establecidos que motivará una mayor demanda de los turistas como un producto único.

### 5.1.2 RECOMENDACIONES

- Al propietario mantener información actualizada y en las paradas poner la información necesaria, innovar en algún ámbito para mejorar el trabajo.
- Que las personas cooperen con más énfasis en la realización de la encuesta, que participen otorgando información correspondiente porque que el beneficio de esto es para el territorio de ellos mismo como desarrollo turístico.
- Innovar mediante estrategias cada año, con ayuda de alianzas de instituciones privada, públicas y agencias de viajes ya que el turista cambia sus exigencias y necesidades por tal razón es necesario trabajar en la promoción turística aprovechando las Tics.

## CAPITULO VI

### BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen, y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Albis, A. (11 de Marzo de 2012). Definición de paquete turístico y característica. Obtenido de ClubEnsayos.com: <https://www.clubensayos.com/Negocios/Definicion-De-Paquete-Tur%C3%ADstico-Y-Caracter%C3%ADsticas/152866.html>
- Arteaga, L. (11 de Enero de 2015). La pitahaya un icono de desarrollo de palora. *El telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/la-pitahaya-un-icono-de-desarrollo-de-palora-infografia>
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo: OIT/Cinterfor.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2010). *El agroturismo como diversificación de la Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*, Lima, PE, IICA- PRODAR 1-12.
- Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanzas, CATIE. (1985). *Caracterización ambiental y de los principales sistemas de cultivo en fincas pequeñas*. Panama: Orton IICA / CATIE.
- Escobar, I. (2004). *Que es el FODA*. Obtenido de [https://www.emagister.com/uploads\\_courses/Comunidad\\_Emagister\\_66994\\_66994-1.pdf](https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf)
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo, Introducción al Turismo* (pág. 32). México: Grupo Patria.
- Gutiérrez, J., & Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 13.
- Huerta, E., Mangiaterra, A., & Noguera, G. (2005). *GPS Posicionamiento satelitañ*. Rosario: UNR.
- Marín, B. (2001). *Cómo realizar un Diagnóstico Pedagógico*. Mexico: Alfa Omega.
- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Peru: Arkabas.

- Ministerio de Turismo (Mintur). (5 de Abril de 2013). Mintur. Obtenido de Mintur:  
[www.turismo.gob.ec/canton-palora-el-eden-de-la-amazonia/](http://www.turismo.gob.ec/canton-palora-el-eden-de-la-amazonia/)
- Organización Mundial del Turismo. (25 de Junio de 2008). Organización Mundial de Turismo. Obtenido de Entender al turismo: Glosario Básico:  
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/situacion/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/potencial/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2016). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/situacion-social/#>
- Philip Kotler, K., & Lane, K. (Septiembre de 2009). *Dirección de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana: Duodécima Edición. Obtenido de Definición de Producto:  
<http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Ponce, H. (1 de Junio de 2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Porras, M. (6 de Diciembre de 2017). Palora es un referente nacional en la exportación de pitahaya. *Periodico EL CUIDADANO*, págs. 1- 3.
- Rojas, F. (26 de Abril de 2018). El cultivo de la pitahaya. (D. Grefa, & J. Rojas, Entrevistadores)
- Rosales, C. (1 de Febrero de 2011). *La evaluacion*. Obtenido de PEDAGOGÍA'MAGNA:  
<file:///C:/Users/USRSSS/Downloads/Dialnet-LaEvaluacion-3629230.pdf>
- Ruiz, L. (2004). *Agricultura General*. DEA- MAG, 1-86. Obtenido de <https://bibliotecadeamag.wikispaces.com/file/view/AGRICULTURA+GENERAL+ING+OVIEDO.pdf>
- SEGITTUR. (2013). *Turismo e innovacion*. SEGITTUR, 1-65. Obtenido de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Socatelli P, M. A. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios- Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica: Intermark, S.A.

Tradicional, A. (13 de Marzo de 2011). *Enciclopedia*. Obtenido de Enciclopedia de la Enciclopedia Libre Universal en Español:

[http://enciclopedia.us.es/index.php?title=Agricultura\\_tradicional&oldid=540865](http://enciclopedia.us.es/index.php?title=Agricultura_tradicional&oldid=540865)

50 Minutos. (2016). *El análisis PESTEL: Asegure la continuidad de su negocio*. Madrid: 50Minutos.es

.

## CAPITULO VII

### 7.1 ANEXOS

**Fotografía 1:** Visita de campo Finca San Fermín



**Fotografía 2:** Reconocimiento del cultivo de Pitahaya



## Encuesta

### Encuesta 1.- Cuestionario

A continuación, se dará a conocer el cuestionario de la encuesta:



## UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

### CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el posible consumidor del cantón Palora, los resultados servirán para el desarrollo del proyecto de investigación **“Evaluación del potencial turístico de la finca San Fermín, para el diseño de un producto agroturístico”**. Estos datos no serán difundidos para mal uso de la persona encuestada.

## Encuesta

**Indicaciones:** Se sugiere, que conteste las preguntas con seriedad y veracidad, marcar con un visto la actividad que más le interese, y seleccionar una respuesta en las preguntas que contengan más de una alternativa, todas las respuestas serán personales.

<b>1.- Genero</b>			
a) Masculino		b) Femenino	
<b>2.- Edad promedio</b>			
a) 17-25 años		c) 30-40 años	
b) 25-30 años		d) 40-50 años	
<b>3.- Ocupación</b>			
a) Empleado publico		c) Estudiante	
b) Empleado privado			
<b>4.-Salario</b>			
a) Menor de \$364 usd.		c) 800-1000 usd.	
b) 364 a 800 usd.		d) 1000 y mas	
<b>5.- Lugar de procedencia</b>			
a) Cuenca			

b) Quito			
c) Ambato			
d) Otro	Especifique:		
<b>6.- Usted viaja con:</b>			
a) Solo		b) Familia	
c) Amigos		d) Pareja	
<b>7.- ¿Usted conoce o ha escuchado sobre el agroturismo?</b>			
a) Si		a) No	
<b>9.- ¿Le gustaría a usted realizar actividades de agroturismo en una finca?</b>			
a) Si		b) No	
<b>8.- ¿Usted ha realizado actividades agroturísticas en una finca cómo? Si no conoce, ¿Qué actividad le gustaría realizar?</b>			
a) Manejo del cultivo		b) Cosechas de frutas	
c) Paseos a caballo		d) Ciclismo	
e) Fotografía		f) Alimentación	
<b>10.- ¿Porque medio de comunicación usted se enteró del producto agroturístico?</b>			
a) Redes sociales		b) Periódico	
c) Televisión		d) Recomendaciones	
e) Radio		a) Otro:	
<b>11.- ¿Usted cuanto estaría dispuesto a pagar, y cuantos días se hospedaría en la finca agroturística?</b>			
a) 30 (1 día)		b) 60 (2 días)	
c) 90 (3 días)			
<b>12.- - ¿Usted estaría dispuesto a regresar a la finca San Fermín para realizar actividades agroturísticas?</b>			
a) Si		b) No	