

Maestría en
Gestión de Proyectos

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de

Magíster en Gestión de Proyectos

AUTORES:

Alex Omar Chiguano Niquinga

Valeria Abigail Reyes Sandoval

Fernanda Nicol Romero Tene

Juan Carlos Estévez Ayala

Jenny Marisol Cuyo Ugsha

Yuliana Guadalupe Reina Gómez

TUTORES:

María Rosario Navlet Salvatierra

Jesús del Castillo Machado

Elio Rafael Acosta

Desarrollo de una Plataforma Digital Especializada en Turismo Agro-experiencial del Sector

Bananero

Quito, julio 2026

Certificación de autoría

Nosotros, Alex Omar Chiguano Niquinga, Valeria Abigail Reyes Sandoval, Fernanda Nicol Romero Tene, Juan Carlos Estévez Ayala, Jenny Marisol Cuyo Ugsha y Yuliana Guadalupe Reina Gómez, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.



Validar únicamente en FirmaRC.
Firmado electrónicamente por:
**YULIANA GUADALUPE
REINA GOMEZ**

Firma del graduando

Yuliana Guadalupe Reina Gómez



Validar únicamente en FirmaRC.
Firmado electrónicamente por:
**ALEX OMAR CHIGUANO
NIQUINGA**

Firma del graduando

Alex Omar Chiguano Niquinga



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**VALERIA ABIGAIL
REYES SANDOVAL**

Firma del graduando

Valeria Abigail Reyes Sandoval



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**FERNANDA NICOL
ROMERO TENE**

Firma del graduando

Fernanda Nicol Romero Tene



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**JUAN CARLOS ESTEVEZ
AYALA**

Firma del graduando

Juan Carlos Estévez Ayala



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**JENNY MARISOL CUYO
UGSHA**

Firma del graduando

Jenny Marisol Cuyo Ugsha

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Nosotros, Alex Omar Chiguano Niquinga, Valeria Abigail Reyes Sandoval, Fernanda Nicol Romero Tene, Juan Carlos Estévez Ayala, Jenny Marisol Cuyo Ugsha y Yuliana Guadalupe Reina Gómez, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado ***Desarrollo de una Plataforma Digital Especializada en Turismo Agro-experiencial del Sector Bananero*** autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, julio 2026



Validar únicamente en FirmaEC.
 Firmado electrónicamente por:
**VALERIA ABIGAIL
 REYES SANDOVAL**

Firma del graduando

Valeria Abigail Reyes Sandoval



Validar únicamente en FirmaEC.
 Firmado electrónicamente por:
**FERNANDA NICOL
 ROMERO TENE**

Firma del graduando

Fernanda Nicol Romero Tene



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**JUAN CARLOS ESTEVEZ
AYALA**

Firma del graduando

Juan Carlos Estévez Ayala



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**JENNY MARISOL CUYO
UGSHA**

Firma del graduando

Jenny Marisol Cuyo Ugsha



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**YULIANA GUADALUPE
REINA GOMEZ**

Firma del graduando

Yuliana Guadalupe Reina Gómez



Validar Únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**ALEX OMAR CHIGUANO
NIQUINGA**

Firma del graduando

Alex Omar Chiguano Niquinga

Aprobación de dirección y coordinación del programa

Nosotros, José Luis Mercader y Carlos Luis Calderon Espinales, declaramos que los graduandos: Alex Omar Chiguano Niquinga, Valeria Abigail Reyes Sandoval, Fernanda Nicol Romero Tene, Juan Carlos Estévez Ayala, Jenny Marisol Cuyo Ugsha y Yuliana Guadalupe Reina Gómez. son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.



DBA. José Luis Mercader
 Director de la
 Maestría en Gestión de Proyectos



Validar únicamente en FirmaRC.
 Firmado digitalmente por:
**CARLOS LUIS
 CALDERON ESPINALES**

PhD (c) Carlos Luis Calderón

Coordinador de la Maestría en

Gestión de Proyectos

Dedicatoria

A todas las personas quienes creyeron en este proyecto desde el principio y en cada uno de nosotros. A nuestros familiares por su apoyo absoluto y a cada integrante del equipo, por la dedicación y el aprendizaje mutuo que hicieron posible este logro.

Agradecimientos

Fernanda Nicol Romero Tene

Mi más sincero agradecimiento a Dios y a la Virgen por guiarme y darme la fortaleza necesaria para culminar esta etapa tan importante de mi vida. Su bendición me permitió seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. A mis padres y hermanos, gracias por su apoyo incondicional, por sus palabras de ánimo, su paciencia y por acompañarme durante todo este proceso. Su confianza y cariño fueron fundamentales para alcanzar esta meta. Este logro también les pertenece a ustedes, porque siempre estuvieron a mi lado motivándome a no rendirme.

Valeria Abigail Reyes Sandoval

A mis padres, Patricio y Renata, y a mi hermano David, por su apoyo inigualable en esta etapa y a lo largo de toda mi vida. A Dios, por concederme la paciencia y la sabiduría necesarias para continuar con mis estudios. A mi abuela Teresa, porque sé que, desde dondequiera que esté, me acompaña con orgullo. A mis amigos, por ser mi motivación constante, y a mis compañeros, sin cuyo esfuerzo y colaboración este trabajo no habría sido posible. Finalmente, extendiendo mi gratitud a todas las personas que se han estado dentro de mi vida y me han dejado un aprendizaje; gracias por compartir su luz conmigo.

Jenny Marisol Cuyo Ugsha

A Dios, por ser mi fortaleza, mi guía y el motor que me impulsó a culminar esta gran meta. A mi amada hija Samantha, mi luz y mi mayor inspiración, este logro es el reflejo del deseo de ser un ejemplo para ti. A Miguel, por su amor y apoyo incondicional, por caminar a mi lado en cada paso de este reto. A mis padres, María y Segundo, por ser mi ejemplo, refugio y mi norte; a mi familia, por creer siempre en mí. Finalmente, mi sincero agradecimiento a los docentes por compartir su guía y sus conocimientos, a mis compañeros por el apoyo mutuo y los momentos compartidos en este camino.

Juan Carlos Estévez Ayala

Agradezco especialmente a Cynthia por su apoyo, comprensión y motivación durante este proceso académico. Su respaldo fue fundamental para alcanzar esta meta. También expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia por su confianza, apoyo incondicional y acompañamiento constante a lo largo de esta etapa. Finalmente, agradezco a los docentes, compañeros de titulación y a todas las personas que contribuyeron con sus conocimientos, orientación y experiencia para la culminación de este trabajo de titulación.

Alex Omar Chiguano Niquinga

Agradezco a mi pequeña y hermosa familia, por todo el apoyo brindado, comprensión y motivación permanente durante esta etapa de formación académica y profesional. Asimismo, extendiendo mi gratitud a mis compañeros de trabajo de titulación, por su compromiso, responsabilidad y valiosa colaboración en el desarrollo de este proyecto. De igual manera, agradezco a los docentes por su orientación, experiencia y aportes académicos, fundamentales para la culminación de este importante logro.

Yuliana Guadalupe Reina Gómez

Agradezco de manera muy especial a Dios y a la Virgen María que son quienes le dan fuerza y guía a mi espíritu para lograr mis objetivos en la vida; Adicional quiero agradecer de manera inmensurable a mi dulce madre Carmen Aracely Gómez Aguilar y a mi hijo Luis Henry Mera Reina, quienes desde el cielo sé que oran para que el alma que yace en mí logre cada meta a favor y al servicio de Dios.

Resumen

En la presente investigación se desarrolla una propuesta para la creación de “Agroaventuras”, una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano, a través del cual se busca conectar turistas con fincas y comunidades rurales mediante herramientas tecnológicas que permitan la promoción, reserva y comercialización de experiencias sostenibles y auténticas. En el Capítulo I se presenta la introducción del proyecto, el planteamiento del problema, objetivos, justificación y aspectos generales de la empresa y la plataforma digital. Por otra parte, en el Capítulo II se desarrolla la gestión de personas, abordando el equipo de trabajo, liderazgo, roles, evaluación y costos de los recursos humanos. Así mismo, en el Capítulo III se realiza el análisis financiero del proyecto mediante indicadores como WACC, VAN, TIR, Payback, ROE y sostenibilidad financiera. Además, en el Capítulo IV se desarrolla la creación de la empresa, estudio de mercado, estrategias de marketing, estructura organizacional, sostenibilidad, aspectos legales y plan de implementación empresarial. Finalmente, en el Capítulo V se presentan las conclusiones, aportes y limitaciones de la investigación.

Palabras Claves: Turismo agro-experiencial, plataforma digital, sector bananero, sostenibilidad, turismo rural, gestión empresarial.

Abstract

This research develops a proposal for the creation of “Agroaventuras,” a digital platform specialized in agro-experiential tourism within the Ecuadorian banana sector, through which it seeks to connect tourists with farms and rural communities by means of technological tools that allow the promotion, reservation, and commercialization of sustainable and authentic experiences. Chapter I presents the introduction of the project, the problem statement, objectives, justification, and general aspects of the company and the digital platform. Likewise, Chapter II develops the people management component, addressing the work team, leadership, roles, evaluation, and human resource costs. Similarly, Chapter III presents the financial analysis of the project through indicators such as WACC, NPV, IRR, Payback, ROE, and financial sustainability. In addition, Chapter IV develops the creation of the company, market study, marketing strategies, organizational structure, sustainability, legal aspects, and the business implementation plan. Finally, Chapter V presents the conclusions, contributions, and limitations of the research.

Keywords: Agro-experiential tourism, digital platform, banana sector, sustainability, rural tourism, business management.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Tabla de Contenidos.....	13
Índice de tablas	27
Índice de figuras	27
1. Capítulo 1: Introducción	28
1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio	29
1.2. Definición del proyecto	30
1.3. Naturaleza o tipo de proyecto	31
1.4. Objetivos.....	32
1.4.1. Objetivo general.....	32
1.4.2. Objetivos Específicos.....	32
1.5. Justificación e importancia del trabajo de investigación.....	33
1.6. Nombre de la empresa	34
1.7. Misión, visión, valores.....	34
1.7.1. Misión	34

1.7.2.	Visión.....	34
1.7.3.	Valores.....	35
1.8.	Actividades, marcas, productos y servicios	35
1.8.1.	Marca	36
1.8.2.	Productos y servicios	36
1.9.	Ubicación de la sede	37
1.10.	Ubicación de las operaciones.....	37
1.11.	Propiedad y forma jurídica	37
1.11.1.	Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio.....	37
1.11.2.	Tamaño de la organización	38
1.11.3.	Información sobre empleados y otros trabajadores.....	38
1.11.4.	Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto.....	39
1.12.	Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa.....	39
1.12.1.	Proyecciones iniciales.....	39
1.12.2.	Indicadores proyectados.....	40
1.13.	Modelo de negocio.....	40
1.14.	Grupos de interés internos y externos	42
1.15.	Otros datos de interés.....	43

2. Capítulo 2: Gestión de Personas	45
2.1. Introducción	45
2.2. Importancia de la gestión de personas en el proyecto.....	45
2.3. Caracterización del equipo de trabajo.....	47
2.3.1. Juan Carlos Estévez Ayala – Desarrollador de software y responsable tecnológico	48
2.3.2. Valeria Abigail Reyes Sandoval – Responsable de marketing y comunicación	49
2.3.3. Jenny Marisol Cuyo Ugsha – Especialista en turismo y diseño de experiencias.....	49
2.3.4. Alex Omar Chiguano Niquinga – Especialista técnico y operativo	50
2.3.5. Fernanda Nicol Romero Tene – Responsable financiero y contable	50
2.3.6. Yuliana Guadalupe Reina Gómez – Especialista del sector bananero y operaciones	51
2.3.7. Integración multidisciplinaria del equipo	51
2.4. Alianza del equipo	52
2.4.1. Principios de la alianza del equipo.....	53
2.4.2. Importancia estratégica de la alianza del equipo	56
2.5. Misión, visión y valores del equipo	56
2.5.1. Misión del equipo	57
2.5.2. Visión del equipo	57

2.5.3.	Valores del equipo.....	58
2.5.4.	Importancia estratégica de la misión, visión y valores	60
2.6.	Políticas y objetivos de recursos humanos.....	60
2.6.1.	Objetivos de recursos humanos	61
2.6.2.	Políticas organizacionales del equipo	62
2.6.3.	Integración multidisciplinaria con política estratégica	65
2.6.4.	Importancia estratégica de las políticas de recursos humanos	66
2.7.	Roles y responsabilidades	66
2.7.1.	Gestor de proyectos y líder del equipo	67
2.7.2.	Desarrollador de software y responsable tecnológico.....	68
2.7.3.	Responsable de marketing y comunicación	68
2.7.4.	Especialista en turismo y diseño de experiencias	69
2.7.5.	Responsable financiero y contable.....	70
2.7.6.	Especialista del sector bananero y operaciones	70
2.7.7.	Trabajo colaborativo entre roles.....	71
2.7.8.	Importancia estratégica de la definición de roles.....	72
2.8.	Competencias del gestor de proyectos como líder-coach.....	72
2.8.1.	Liderazgo participativo	73

2.8.2.	Comunicación abierta y efectiva.....	73
2.8.3.	Escucha activa y empatía	74
2.8.4.	Coordinación y organización	74
2.8.5.	Resolución de conflictos	75
2.8.6.	Resiliencia y adaptabilidad	75
2.8.7.	Orientación a sostenibilidad y mejora continua	76
2.8.8.	Gratitud y reconocimiento organizacional	76
2.8.9.	Importancia estratégica del líder-coach dentro del proyecto	77
2.9.	Control, evaluación y KPIs del equipo	78
2.9.1.	Objetivos del sistema de control y evaluación.....	79
2.9.2.	Niveles de productividad del equipo	80
2.9.3.	Indicadores clave de desempeño (KPIs)	81
2.10.	Herramientas de seguimiento y control	83
2.10.1.	Evaluación individual y grupal	84
2.10.2.	Evaluación individual	84
2.10.3.	Evaluación grupal	84
2.10.4.	Importancia de la mejora continua.....	84
2.10.5.	Importancia estratégica del control y evaluación.....	85

2.11.	Costos de recursos humanos	85
2.11.1.	Importancia de la planificación de costos de recursos humanos	86
2.11.2.	Estructura de costos del equipo multidisciplinario.....	87
2.11.3.	Componentes considerados en el cálculo de costos.....	87
2.12.	Conclusión del capítulo.....	91
3.	Capítulo 3: Financiación de proyectos.....	94
3.1.	Introducción	94
3.2.	Estructura para la financiación del proyecto.....	96
3.2.1.	Financiación propia.....	96
3.2.2.	Financiación ajena	97
3.3.	Apalancamiento en Finanzas	97
3.4.	Costo Del Capital Promedio Ponderado CCPP	98
3.5.	Beneficios de aplicar en la estructura financiera acciones claras	98
3.6.	Financiación a corto plazo	98
3.7.	Póliza de crédito.....	99
3.8.	Estado de resultado estimado.....	99
3.9.	Rentabilidad Financiera ROE	100
3.10.	Riesgos de la financiación a corto plazo.....	101

3.11.	Tabla de amortización proyectada.....	101
3.12.	Ventajas de la financiación a largo plazo	101
3.13.	Relación entre deuda y sostenibilidad financiera.....	102
3.14.	Coste Promedio Ponderado CCPP.....	102
3.14.1.	Componentes e importancia para el cálculo del CCPP.....	103
3.14.2.	Formula del CCPP	103
3.14.3.	Desarrollo del calculo	104
3.15.	VAN Valor actual neto	104
3.15.1.	Fórmula del VAN	105
3.15.2.	Variables usadas en el análisis	105
3.15.3.	Interpretación del VAN.....	106
3.16.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	106
3.16.1.	Importancia de la TIR dentro del proyecto	107
3.16.2.	Relación entre TIR y WACC	108
3.16.3.	Interpretación financiera de la TIR	108
3.16.4.	Relación entre TIR y rentabilidad del proyecto	109
3.16.5.	Ventajas de la TIR como indicador financiero.....	109
3.16.6.	Limitaciones de la TIR.....	110

3.16.7.	Importancia estratégica de la TIR dentro del proyecto	111
3.17.	Período de Recuperación de la Inversión (Payback)	111
3.17.1.	Fórmula del Payback	111
3.17.2.	Variables utilizadas en el análisis.....	112
3.17.3.	Resultado del período de recuperación (Payback).....	113
3.17.4.	Relación entre Payback y sostenibilidad financiera.....	113
3.17.5.	Ventajas del Payback como indicador financiero	114
3.17.6.	Limitaciones del Payback	115
3.17.7.	Estrategias para mejorar el período de recuperación	115
3.18.	Rentabilidad Financiera y Análisis del ROE.....	116
3.18.1.	Importancia del ROE dentro del proyecto	117
3.18.2.	Fórmula del ROE	117
3.18.3.	Variables utilizadas para el cálculo	118
3.18.4.	Interpretación financiera del ROE	118
3.18.5.	Relación entre ROE y apalancamiento financiero	119
3.18.6.	Factores que influyen en la rentabilidad financiera	120
3.18.7.	Ventajas del ROE como indicador financiero	120
3.18.8.	Limitaciones del ROE.....	121

3.18.9.	Importancia estratégica del ROE dentro del proyecto	121
3.19.	Análisis de Sostenibilidad Financiera del Proyecto	122
3.19.1.	Importancia de la sostenibilidad financiera	123
3.19.2.	Fuentes de ingresos del proyecto	124
3.19.3.	Relación entre ingresos y costos operativos.....	125
3.19.4.	Indicadores financieros favorables.....	125
3.19.5.	Estrategias para fortalecer la sostenibilidad financiera.....	126
3.19.6.	Riesgos que pueden afectar la sostenibilidad financiera.....	127
3.19.7.	Relación entre sostenibilidad financiera y sostenibilidad social.....	128
3.19.8.	Importancia estratégica de la sostenibilidad financiera	129
3.20.	Conclusión del Capítulo.....	130
4.	Capítulo 4: Creación de Empresas	131
4.1.	Definición del Modelo de Negocio.....	131
4.1.1.	Modelo B2C – Business to Consumer	132
4.1.2.	Modelo B2B- Business to Business	133
4.2.	Perfil del Cliente Objetivo	135
4.2.1.	Segmentación del Mercado Objetivo.....	136
4.2.2.	Características Demográficas del Cliente	136

4.2.3.	Características Psicológicas del Cliente.....	137
4.2.4.	Características Psicográficas del Cliente	138
4.2.5.	Resumen del cliente idóneo del proyecto	139
4.2.6.	Mercado B2B del Proyecto.....	140
4.3.	Modelo CANVAS y Rentabilidad	141
4.3.1.	Propuesta Única de Valor	141
4.3.2.	Segmentos de Clientes	142
4.3.3.	Canales.....	142
4.3.4.	Relaciones con Clientes	143
4.3.5.	Fuentes de Ingreso	143
4.3.6.	Actividades Clave	143
4.3.7.	Recursos Clave	144
4.3.8.	Socios Clave	144
4.3.9.	Estructura de Costos	144
4.4.	Estudio de Mercado	145
4.4.1.	Situación del Mercado Turístico Ecuatoriano	145
4.4.2.	Segmentación Geográfica	146
4.4.3.	Segmentación Demográfica	146

4.4.4.	Segmentación Psicográfica	147
4.5.	Análisis de la Competencia.....	147
4.5.1.	Ventajas Competitivas del Proyecto	148
4.5.2.	Análisis FODA	149
4.5.3.	Estrategias Competitivas.....	150
4.6.	Estrategia de marketing y comercialización.....	150
4.6.1.	Objetivos	152
4.6.2.	Marketing Mix (4Ps).....	153
4.6.3.	Estrategias de Marketing Digital	157
4.6.4.	Fidelización.....	158
4.6.5.	Conclusión Estrategia	159
4.7.	Estructura Organizacional y gobierno empresarial	160
4.7.1.	Objetivos de la estructura organizacional	161
4.7.2.	Estructura organizacional del proyecto.....	161
4.8.	Dirección estratégica del proyecto	162
4.8.1.	Área tecnológica	163
4.8.2.	Área de marketing y comercialización.....	163
4.8.3.	Área de turismo y experiencia del cliente.....	163

4.8.4.	Área financiera y administrativa	163
4.8.5.	Gobierno corporativo del proyecto	164
4.8.6.	Aplicación de metodologías de gestión	164
4.8.7.	Cultura organizacional del proyecto	165
4.8.8.	Importancia estratégica de la estructura organizacional	165
4.9.	Enfoque ESG y sostenibilidad	166
4.9.1.	Importancia del enfoque ESG dentro del proyecto	166
4.9.2.	Componente ambiental (Environmental)	167
4.9.3.	Turismo sostenible como eje ambiental	167
4.9.4.	Componente social (Social)	168
4.9.5.	Impacto social en comunidades rurales	169
4.9.6.	Componente de gobernanza	170
4.9.7.	Indicadores ESG del proyecto	170
4.9.9.	Riesgos asociados a sostenibilidad	172
4.9.10.	Importancia estratégica del enfoque ESG	173
4.10.	Aspectos legales y regulatorios	173
4.10.1.	Importancia de la regulación dentro del proyecto	174
4.10.2.	Constitución legal de la empresa	174

4.10.3.	Obligaciones Tributarias	175
4.10.4.	Regulación Turística	176
4.10.5.	Protección de datos personales	177
4.10.6.	Propiedad intelectual y activos digitales	178
4.10.7.	Contratos y alianzas estratégicas.....	178
4.10.8.	Riesgos legales identificados	179
4.10.9.	Gobernanza y cumplimiento organizacional.....	180
4.10.10.	Importancia estratégica de los aspectos legales	181
4.11.	Plan de implementación empresarial	182
4.11.1.	Objetivos del plan de implementación.....	182
4.11.2.	Fase de planificación inicial.....	183
4.11.3.	Fase de desarrollo tecnológico	184
4.11.4.	Fase de generación de alianzas estratégicas.....	185
4.11.5.	Fase de marketing y posicionamiento	186
4.11.6.	Fase operativa y puesta en marcha	187
4.11.7.	Cronograma general de implementación.....	188
4.11.8.	Estrategia de escalabilidad empresarial	189
4.11.9.	Riesgos de implementación.....	190

4.11.10. Importancia estratégica del plan de implementación	191
4.12. Conclusión del capítulo.....	192
5. Capítulo 5: Conclusiones y Aplicaciones.....	194
5.1. Conclusiones generales.....	194
5.2. Conclusiones específicas	195
5.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación	195
5.2.2. Contribución a la gestión empresarial.....	196
5.2.3. Contribución a nivel académico.....	197
5.2.4. Contribución a nivel personal	197
5.3. Limitaciones a la Investigación.....	198
Bibliografía	200
Anexos	204

Índice de tablas

Tabla 1 Tipos de Financiamiento.....	99
Tabla 2 Estado de Resultado Proyectado	99
Tabla 3 Amortización Proyectada	101
Tabla 4 Componentes del WACC	103
Tabla 5 Variables de Análisis del WACC.....	105
Tabla 6 Año 1	118
Tabla 7 Cuadro resumen del cliente idóneo del proyecto	139
Tabla 8 Objetivos estratégicos por segmento de mercado	152
Tabla 9 Presentación digital de las experiencias ofertadas.....	154
Tabla 10 Fuentes de ingresos y estrategias de monetización de la plataforma	155
Tabla 11 Tabla precios para turistas	156
Tabla 12 Tabla precios para proveedores	156

Índice de figuras

Figura 1 Modelo CANVAS Y Rentabilidad.....	141
---	-----

1. Capítulo 1: Introducción

A nivel global, la intersección entre la tecnología digital y el sector turístico ha transformado radicalmente la forma en que los consumidores planifican, reserva y experimentan sus viajes. En este contexto, el agroturismo y el turismo experiencial han emergido como tendencias de alto crecimiento, impulsadas por un nuevo perfil de viajero que prioriza la sostenibilidad, la autenticidad cultural y la reconexión con los entornos rurales. Para los países en vías de desarrollo, esta dinámica representa una oportunidad estratégica para diversificar sus matrices productivas tradicionales, permitiendo que sectores primarios como la agricultura capturen valor a través de la economía de servicios.

Ecuador, reconocido mundialmente como un referente en la producción y exportación de banano, posee un patrimonio agrícola, histórico y cultural invaluable en sus regiones costeras y subtropicales. Sin embargo, este sector ha operado históricamente bajo un modelo extractivo y comercial tradicional, expuesto a la volatilidad de los mercados internacionales y a retos fitosanitarios. La falta de canales digitales especializados ha impedido que la riqueza agroindustrial del banano se articule como un producto turístico competitivo y accesible para los mercados nacionales e internacionales.

El presente trabajo de titulación aborda esta oportunidad mediante el diseño y estructuración de un proyecto enfocado en la creación de Agroaventuras Cía. Ltda., una organización soportada por un equipo multidisciplinario que busca desarrollar una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial dentro del sector bananero ecuatoriano. A través

de un enfoque riguroso en gestión de proyectos, este estudio integra la viabilidad tecnológica, el diseño organizativo y una evaluación financiera estructurada para demostrar cómo la transformación digital puede convertirse en un motor de inclusión socioeconómica y sostenibilidad para las comunidades rurales del país.

1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio

El sector bananero es uno de los pilares fundamentales de la economía ecuatoriana, posicionando al país como el principal exportador de banano a nivel mundial. No obstante, las provincias con mayor producción (Los Ríos, El Oro, Guayas y Manabí) enfrentan una alta vulnerabilidad debido a la fluctuación de los precios internacionales, plagas fitosanitarias, dinámicas comerciales complejas y una falta de diversificación económica en las zonas rurales. Esta dependencia exclusiva de la actividad agrícola primaria limita las oportunidades de desarrollo socioeconómico para los pequeños y medianos productores, incrementando la brecha de desigualdad en las comunidades locales.

Por otra parte, el sector turístico global y nacional experimenta una transformación orientada hacia el turismo experiencial, sostenible y comunitario. Los viajeros actuales, tanto nacionales como internacionales (provenientes de mercados clave como Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea), buscan experiencias auténticas que les permitan conectar con la cultura local, la naturaleza y los procesos productivos. A pesar de que el Ecuador posee una riqueza agroindustrial única en torno al banano con un alto valor identitario, gastronómico e histórico, este potencial se encuentra inexplorado debido a la ausencia de canales de comercialización

especializados, la falta de infraestructura digital que conecte la oferta rural con la demanda global, y la limitada capacitación técnica y organizativa de los productores para estructurar productos turísticos competitivos.

La desconexión entre el sector tecnológico-digital, el ecosistema turístico y las unidades productivas bananeras genera una pérdida de oportunidades de ingresos alternativos. La falta de una ventana comercial digital impide que las fincas bananeras diversifiquen su economía a través del agroturismo. Por lo tanto, la presente investigación aborda el problema de la escasa integración tecnológica en el turismo rural del sector bananero, planteando el desarrollo de una plataforma digital como la solución estratégica para mitigar la dependencia monocultural y dinamizar las economías rurales mediante el valor compartido.

1.2. Definición del proyecto

El proyecto consiste en el "Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano", operada bajo la razón social Agroaventuras Cía. Ltda. Esta iniciativa se define como un ecosistema tecnológico e intermediario digital (plataforma web y móvil) diseñado específicamente para conectar a turistas nacionales e internacionales con fincas bananeras y productores agrícolas locales.

A través de la marca Agroaventuras, el proyecto articula una oferta de tours guiados, experiencias culturales, actividades gastronómicas y planes personalizados en torno al circuito bananero de las provincias de Los Ríos, El Oro, Guayas y Manabí. La plataforma no solo actúa

como un canal de reservas y pasarela de pagos segura, sino también como una herramienta de marketing digital turístico y un motor de desarrollo comunitario que estandariza la calidad de los servicios en el territorio, apalancándose en un equipo multidisciplinario experto en tecnología, finanzas, turismo y operaciones.

1.3. Naturaleza o tipo de proyecto

Esta iniciativa corresponde a un Proyecto de Innovación Tecnológica y Emprendimiento Socioproductivo Privado, con un fuerte enfoque de desarrollo sostenible.

Tecnológico y Digital: Se basa en la creación, administración y escalabilidad de un activo digital (software de intermediación turística) dentro del modelo de negocio de la plataforma de economía colaborativa e intermediación.

Socioproductivo y Privado: Al ser constituida como una Compañía Limitada (Cía. Ltda.), busca una rentabilidad financiera y un crecimiento escalable como microempresa tecnológica formalizada en el Ecuador. Sin embargo, su éxito está intrínsecamente ligado al impacto social, ya que su modelo de operación distribuye valor económico directamente a las comunidades rurales y productores bananeros mediante esquemas de comercio justo y alianzas estratégicas de mutuo beneficio.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo general*

Desarrollar una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero mediante un modelo de negocio estratégico y tecnológico, con el fin de promover la diversificación económica y el fortalecimiento de la identidad agro cultural de la región.

1.4.2. *Objetivos Específicos*

Analizar la situación actual del sector bananero ecuatoriano y la demanda potencial de actividades agroturísticas, identificando las oportunidades, amenazas y necesidades del mercado para determinar la viabilidad del proyecto.

Definir los requerimientos funcionales, arquitectónicos y tecnológicos de la plataforma digital, estructurando un modelo de negocio sostenible que conecte de manera eficiente a los productores bananeros con los turistas.

Desarrollar el plan operativo, estratégico y los procesos metodológicos requeridos para la implementación progresiva de la plataforma, asegurando estándares de calidad y una gestión eficiente de los recursos.

Evaluar la viabilidad financiera y económica del proyecto mediante la proyección de flujos de caja e indicadores financieros (VAN, TIR, WACC), para demostrar la rentabilidad y sostenibilidad de la inversión a largo plazo.

1.5. Justificación e importancia del trabajo de investigación

El presente proyecto se justifica de manera prioritaria por su alineación estratégica con las tendencias actuales, atendiendo a las exigencias de un mercado que requiere de forma urgente una diversificación económica y transformación digital. En este entorno competitivo, los sectores tradicionales requieren de herramientas transformadoras que aceleren su evolución y garanticen su sostenibilidad a largo plazo.

Bajo este escenario, la relevancia del trabajo radica en el Desarrollo de Plataforma Digital Especializada en Turismo Agro-experiencial del Sector Bananero, concebida como un ecosistema dinámico y no simplemente como un soporte de software. Esta solución optimiza la experiencia del usuario, automatiza la gestión operativa y conecta de manera directa la oferta con la demanda, eliminando las fricciones tradicionales del mercado.

Asimismo, el valor diferenciador de este proyecto es que trasciende el marco teórico; está diseñado como un plan de negocios, ejecutable y altamente atractivo para la inversión. Su implementación asegura un crecimiento ordenado y medible, incrementando la rentabilidad empresarial y dinamizando el tejido económico local.

La propuesta se consolida como una respuesta oportuna, sostenible y de alto impacto, estructurada para liderar la competitividad sectorial y abrir nuevas fronteras de desarrollo tecnológico y comercial.

1.6. Nombre de la empresa

Agroaventuras Cía. Ltda.: empresa dedicada al desarrollo y gestión de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

1.7. Misión, visión, valores

1.7.1. *Misión*

Impulsar el turismo agro-experiencial mediante una plataforma digital que conecte fincas bananeras y productores agrícolas con turistas, ofreciendo experiencias auténticas, educativas y sostenibles que generen valor económico, social y cultural para las comunidades locales, apoyándose en tecnologías accesibles y procesos organizados.

1.7.2. *Visión*

El propósito del proyecto es diversificar los ingresos del sector agrícola, fortalecer el turismo local y promover experiencias rurales reales, integrando tecnología, gestión turística y conocimiento productivo, para crear un modelo sostenible que beneficie a todos los actores involucrados. Además, ser la principal plataforma digital de turismo agroindustrial en Ecuador y Latinoamérica.

1.7.3. *Valores*

Las actividades de la empresa estarán guiadas por valores organizacionales enfocados en fortalecer la innovación, la sostenibilidad y el compromiso con la sociedad. Entre ellos destacan la innovación, orientada a la creación de propuestas tecnológicas y turísticas diferenciadoras; la responsabilidad social, enfocada en contribuir al bienestar de las comunidades vinculadas al proyecto; y la sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables desde el ámbito económico, social y ambiental. De igual manera, la organización mantendrá principios de transparencia en sus procesos y relaciones, fomentará el trabajo colaborativo entre sus integrantes, priorizará el compromiso con los clientes mediante servicios de calidad y apoyará el desarrollo comunitario como parte fundamental del crecimiento del turismo rural y agroindustrial del Ecuador.

1.8. **Actividades, marcas, productos y servicios**

Actividades: Agroaventuras Cía. Ltda. desarrollará sus actividades dentro del sector turístico y tecnológico mediante el desarrollo y gestión de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano. La empresa estará enfocada en conectar turistas, productores bananeros y operadores turísticos a través de la plataforma que estará orientada a facilitar la promoción, reserva y comercialización de experiencias rurales y culturales vinculadas al entorno agroindustrial.

Entre las principales actividades de la organización se encuentran el desarrollo, la administración y mantenimiento de la plataforma digital, la promoción de tours agro-

experienciales, la gestión de reservas y pagos digitales, así como la coordinación con fincas bananeras y emprendimientos rurales aliados. Además, la empresa desarrollará estrategias de marketing digital, y soporte a los usuarios, fortaleciendo la visibilidad del turismo rural ecuatoriano tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo, Agroaventuras impulsará actividades orientadas a promover el turismo sostenible, la identidad cultural y la transformación digital del sector turístico rural, contribuyendo así, al fortalecimiento económico y social de las comunidades vinculadas al sector bananero ecuatoriano.

1.8.1. *Marca*

Agroaventuras, viene de la unión de las palabras Agro que viene de tierra, campo y aventuras, esperando que este nombre refleje las experiencias inolvidables que pueden vivir en el campo.

1.8.2. *Productos y servicios*

La empresa ofrecerá diversos productos y servicios enfocados en el turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano. Entre ellos se incluyen la gestión de reservas de tours agro-experienciales y recorridos guiados en plantaciones bananeras, permitiendo a los visitantes conocer de cerca los procesos productivos y culturales relacionados con esta actividad agrícola. Además, la plataforma brindará experiencias culturales y gastronómicas vinculadas a las comunidades rurales, así como información turística digital accesible para los usuarios. También

se promoverán fincas bananeras y emprendimientos rurales aliados, fortaleciendo su visibilidad dentro del mercado turístico. Finalmente, se ofrecerán planes turísticos personalizados adaptados a las necesidades e intereses de los visitantes nacionales e internacionales.

1.9. Ubicación de la sede

El centro de gestión principal se proyecta en la ciudad de Quito, por su importancia comercial y tecnológica.

1.10. Ubicación de las operaciones

Las actividades se llevarán a cabo principalmente en las provincias de: Los Ríos, El Oro, Guayas y Manabí. Estas provincias agrupan una alta actividad bananera y poseen potencial turístico agro-experiencial.

1.11. Propiedad y forma jurídica

El proyecto se formará como una Compañía Limitada (Cía. Ltda.), constituida por socios emprendedores multidisciplinarios especializados en tecnología, turismo, finanzas, marketing y gestión de proyectos, los cuales aportarán conocimientos técnicos y estratégicos.

1.11.1. Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio

Las actividades de la empresa se desarrolla tanto en el mercado nacional como internacional, dirigiéndose a personas interesadas en vivir experiencias turísticas vinculadas al entorno rural y agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano. En el ámbito nacional, la

plataforma está enfocada en turistas ecuatorianos, además de instituciones educativas y organizaciones empresariales interesadas en actividades turísticas, académicas y recreativas relacionadas con el sector agrícola. Por otro lado, en el mercado internacional, la propuesta está orientada principalmente a visitantes provenientes de Estados Unidos, Canadá y países de Europa, quienes buscan experiencias culturales, sostenibles y relacionadas con la naturaleza y las actividades productivas del Ecuador.

1.11.2. *Tamaño de la organización*

Agroaventuras se proyecta inicialmente con un emprendimiento (microempresa) tecnológico y turístico, con crecimiento escalable mediante alianzas estratégicas y expansión digital.

1.11.3. *Información sobre empleados y otros trabajadores*

La empresa se estructura inicialmente con un equipo multidisciplinario conformado por profesionales de distintas áreas. El equipo estará integrado por Juan Carlos Estévez Ayala, quien desempeñará el rol de desarrollador de software y responsable tecnológico; Valeria Abigail Reyes Sandoval, encargada del área de marketing y comunicación; Jenny Marisol Cuyo Ugsha, especialista en turismo y diseño de experiencias; Alex Omar Chiguano Niquinga, responsable del componente técnico y operativo; Fernanda Nicol Romero Tene, encargada del área financiera y contable; y Yuliana Guadalupe Reina Gómez, especialista del sector bananero y operaciones. Además, la empresa trabajará en coordinación con guías turísticos locales, productores bananeros

y emprendimientos rurales aliados, con el propósito de fortalecer la integración entre el turismo, las comunidades rurales y el sector agroindustrial ecuatoriano.

1.11.4. *Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto*

Entre las principales actividades relacionadas al cumplimiento del objetivo del proyecto se encuentran el diseño, implementación y actualización constante de la plataforma digital, asegurando su operatividad y eficiencia tecnológica. Asimismo, se incluye la administración de reservas y medios de pago, permitiendo a los usuarios acceder de manera rápida y segura a las experiencias turísticas ofertadas. Otro proceso importante corresponde a la atracción de clientes mediante acciones de marketing digital y estrategias de promoción enfocadas en fortalecer la visibilidad de la plataforma. De igual forma, el proyecto contempla la organización y gestión de experiencias agro-experienciales, la coordinación con fincas bananeras y emprendimientos rurales aliados, además de la atención y asistencia a los usuarios durante todo el proceso de interacción con la plataforma. Finalmente, se desarrollarán actividades de seguimiento y evaluación de la satisfacción del cliente, orientadas a mejorar continuamente la calidad del servicio y la experiencia turística ofrecida.

1.12. Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa

1.12.1. *Proyecciones iniciales*

La operación inicial se enfocará en cuatro provincias productoras de banano: El Oro, Los Ríos, Guayas y Manabí, contando con una capacidad proyectada de 780 reservas durante el primer

año. La inversión prevista para este periodo es de USD 50 000,00 y el modelo de generación de ingresos incluirá comisiones por reservas, suscripciones corporativas, publicidad y establecimiento de alianzas estratégicas.

1.12.2. Indicadores proyectados

Se proyecta la generación de 1200 leads calificados durante los primeros tres meses de operación. Desde el punto de vista financiero, el proyecto presenta un Valor Actual Neto (VAN) de USD 57.356,33, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 41.56% y un Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) de 10,95%. La inversión inicial se recuperaría en un plazo aproximado de cinco años, contando con un esquema de financiamiento compuesto por 40% de capital propio y 60% de deuda bancaria.

1.13. Modelo de negocio

El proyecto se desarrolla mediante una plataforma digital orientada principalmente a un modelo B2C (Business to Consumer), debido a que los servicios turísticos son ofrecidos directamente al consumidor final. Asimismo, incorpora un enfoque complementario B2B (Business to Business) mediante alianzas estratégicas con fincas bananeras, agencias de turismo y proveedores relacionados con el sector turístico (Osterwalder y Pigneur, 2010).

La empresa ofrece experiencias de turismo agroindustrial en fincas bananeras, incluyendo visitas guiadas, recorridos sobre procesos productivos, degustaciones, actividades culturales y paquetes turísticos especializados. Los usuarios podrán acceder a estos servicios a través de una

plataforma web y aplicación móvil, donde tendrán la posibilidad de consultar información, realizar reservas y efectuar pagos electrónicos seguros (Kotler y Keller, 2016).

El modelo de ingresos estará conformado por comisiones obtenidas por cada reserva realizada dentro de la plataforma, estimadas entre el 10 % y 15 % por transacción.

Adicionalmente, se contemplan ingresos provenientes de membresías premium, publicidad digital y convenios estratégicos con empresas de transporte, hospedaje y operadores turísticos.

El público objetivo está conformado por turistas nacionales e internacionales interesados en experiencias rurales, sostenibles y culturales. La plataforma busca diferenciarse mediante la rapidez en las reservas, seguridad en los pagos, conexión directa con los propietarios de las fincas y acceso a experiencias turísticas innovadoras. De esta manera, se pretende cubrir un nicho poco explotado dentro del turismo agroindustrial.

En materia tecnológica, el proyecto hará uso de una plataforma digital que permitirá gestionar reservas en tiempo real, administrar una base de datos de usuarios y procesar pagos electrónicos. Además, contará con protocolos de seguridad y protección de datos para garantizar la confidencialidad de la información de los clientes y prevenir riesgos asociados a ciberataques (Laudon y Traver, 2021).

En conjunto, el modelo de negocio integra innovación tecnológica, sostenibilidad y turismo experiencial, generando beneficios tanto para los turistas como para las fincas bananeras mediante un sistema de ingresos diversificado y escalable.

1.14. Grupos de interés internos y externos

Los stakeholders del proyecto se clasifican en internos y externos, debido a la influencia y participación que tienen en el desarrollo y funcionamiento de la plataforma turística.

Dentro de los grupos internos se encuentran los socios fundadores, encargados de la dirección estratégica y toma de decisiones; los empleados administrativos, responsables de la gestión operativa y atención al cliente; y el equipo tecnológico, encargado del desarrollo, mantenimiento y seguridad de la plataforma digital. Estos actores contribuyen al funcionamiento eficiente del proyecto y al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Por otra parte, los grupos externos están conformados por turistas nacionales e internacionales, productores bananeros, comunidades rurales, instituciones públicas de turismo, operadores turísticos, inversionistas, universidades y organizaciones ambientales. Cada uno de estos grupos aporta de manera significativa al desarrollo del proyecto.

Los turistas representan el principal mercado objetivo, ya que demandan experiencias de turismo rural y agroindustrial. Los productores bananeros participan ofreciendo sus fincas y actividades turísticas, generando oportunidades económicas y promoviendo el turismo experiencial. Las comunidades rurales se benefician mediante la dinamización de la economía local, creación de empleo y fortalecimiento cultural.

Asimismo, las instituciones públicas de turismo y los operadores turísticos contribuyen mediante apoyo institucional, promoción y fortalecimiento de rutas turísticas. Los inversionistas

aportan recursos financieros que facilitan el crecimiento y sostenibilidad del proyecto. Las universidades pueden participar mediante programas de investigación, innovación, capacitación y vinculación con la comunidad.

Finalmente, las organizaciones ambientales desempeñan un papel importante al promover prácticas sostenibles dentro de las actividades turísticas, fomentando la conservación del medio ambiente, el manejo responsable de residuos, la educación ambiental y el uso adecuado de los recursos naturales. Estas alianzas permiten fortalecer el enfoque sostenible del proyecto y aportar beneficios ambientales y sociales para las comunidades involucradas y su entorno.

1.15. Otros datos de interés

El crecimiento del turismo sostenible y el uso de herramientas digitales representan una oportunidad para el desarrollo del proyecto, debido a que los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas, rurales y vinculadas con la cultura local. En este contexto, las plataformas digitales facilitan la promoción de destinos turísticos, la gestión de reservas y la conexión directa entre visitantes y prestadores de servicios.

El proyecto también busca generar un impacto positivo mediante la creación de nuevas oportunidades de empleo para las comunidades rurales y el fortalecimiento de la economía local. Asimismo, pretende incrementar la visibilidad de las fincas bananeras y de los atractivos turísticos del Ecuador a nivel nacional e internacional, promoviendo el turismo agroindustrial como una alternativa innovadora y sostenible.

No obstante, existen factores que podrían representar riesgos para el proyecto, como los cambios climáticos que afectan la producción bananera y las actividades turísticas, la creciente competencia de plataformas digitales similares y posibles amenazas relacionadas con la seguridad informática y protección de datos. Por ello, será necesario implementar estrategias tecnológicas, sostenibles y de innovación continua que permitan mantener la competitividad y confiabilidad de la plataforma. Asimismo, la iniciativa favorece el reconocimiento del Ecuador a nivel internacional como un destino turístico orientado al turismo agro-experiencial y sostenible.

2. Capítulo 2: Gestión de Personas

2.1. Introducción

La gestión de personas constituye un factor esencial dentro del proyecto, ya que permite organizar y coordinar las capacidades del equipo multidisciplinario para garantizar el cumplimiento eficiente de los objetivos planteados (Chiavenato, 2017). El proyecto, orientado al desarrollo de una plataforma digital de turismo agroindustrial del sector bananero ecuatoriano, requiere profesionales en áreas como tecnología, turismo, marketing, finanzas y gestión de proyectos.

Además de la asignación de funciones, la gestión de personas promueve el liderazgo, la comunicación, la motivación y el trabajo colaborativo, fortaleciendo la coordinación y el desempeño del equipo. Este capítulo aborda aspectos relacionados con la estructura organizacional, definición de roles, productividad, KPIs, costos del talento humano y competencias del gestor de proyectos bajo un enfoque de líder-coach. Asimismo, se busca fomentar un ambiente de trabajo ético, colaborativo y orientado a la mejora continua para asegurar el adecuado desarrollo de la investigación y de la propuesta tecnológica (Organización Internacional del Trabajo, 2024).

2.2. Importancia de la gestión de personas en el proyecto

La gestión de personas constituye un elemento fundamental dentro del proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector

bananero”, ya que permite coordinar de manera eficiente los recursos humanos, técnicos y organizacionales necesarios para su ejecución (Robbins y Coulter, 2018).

Debido a que el proyecto integra áreas como tecnología, turismo, marketing, finanzas y operaciones agroindustriales, resulta necesaria una adecuada organización del equipo multidisciplinario para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Asimismo, la gestión de personas facilita la planificación, comunicación, seguimiento y control de actividades, contribuyendo a mejorar la productividad, optimizar recursos y fortalecer la calidad de los resultados. También promueve el trabajo colaborativo y el desarrollo de habilidades blandas, como liderazgo, comunicación efectiva, adaptabilidad y resolución de conflictos, competencias esenciales para proyectos de innovación tecnológica y transformación digital.

Adicionalmente, el proyecto adopta un enfoque de liderazgo tipo líder-coach, orientado a fortalecer la participación de los integrantes y promover un ambiente organizacional basado en el respeto, la transparencia, la honestidad, la colaboración y la mejora continua. Este modelo de liderazgo permite acompañar el desarrollo profesional y académico de los integrantes, fortaleciendo al mismo tiempo la motivación y el compromiso con el proyecto.

Desde la perspectiva de la gestión de proyectos, la administración adecuada del talento humano contribuye directamente al cumplimiento del alcance, cronograma, calidad, sostenibilidad y objetivos estratégicos planteados. La correcta integración del equipo multidisciplinario ayuda a

reducir desviaciones operativas y fortalece la capacidad de respuesta frente a riesgos o cambios dentro del entorno del proyecto.

En este sentido, la implementación de indicadores clave de desempeño (KPIs) facilita el seguimiento del rendimiento del equipo y permite evaluar aspectos relacionados con productividad, cumplimiento de entregables, avance técnico, gestión de riesgos y coordinación organizacional.

Por lo tanto, la gestión de personas se convierte en un eje transversal dentro del presente proyecto, ya que la capacidad técnica, organizacional y colaborativa del equipo influye directamente en el desarrollo exitoso de la plataforma digital y en la generación de valor para el turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.3. Caracterización del equipo de trabajo

El proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero” requiere un equipo multidisciplinario conformado por profesionales con conocimientos en tecnología, turismo, marketing, finanzas, gestión de proyectos y sector agroindustrial, con el fin de fortalecer la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta (Alles, 2015).

El equipo está integrado por Yuliana Guadalupe Reina Gómez, Valeria Abigail Reyes Sandoval, Jenny Marisol Cuyo Ugsha, Juan Carlos Estévez Ayala, Alex Omar Chiguano Niquinga y Fernanda Nicol Romero Tene, quienes aportan competencias específicas alineadas con las

necesidades técnicas y organizacionales del proyecto, permitiendo el cumplimiento eficiente de los objetivos académicos y empresariales de la investigación.

2.3.1. *Juan Carlos Estévez Ayala – Desarrollador de software y responsable tecnológico*

Juan Carlos cuenta con formación profesional como Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones y Desarrollador de Software, y posee experiencia en desarrollo full stack, Scrum Master, Product Owner, QA y soporte técnico nivel 3.

Dentro del proyecto desempeña el rol de Desarrollador de Software y responsable tecnológico, encargándose de la planificación tecnológica, el diseño de la arquitectura de la plataforma, el análisis técnico, la coordinación del desarrollo de software y la validación funcional del sistema.

Entre sus principales competencias destacan el desarrollo web, administración de bases de datos, liderazgo técnico, aplicación de metodologías ágiles y resolución de problemas tecnológicos.

Su participación es estratégica para el proyecto, dado que la propuesta plantea el desarrollo de una solución digital con el propósito de optimizar la gestión y comercialización de experiencias agro-experienciales dentro del sector bananero.

2.3.2. Valeria Abigail Reyes Sandoval – Responsable de marketing y comunicación

Valeria Abigail cuenta con formación en Administración de Empresas y Marketing, además de experiencia en marketing digital, sector financiero, campañas Meta Ads, branding, storytelling y análisis de mercado.

Dentro del proyecto desempeña el rol de responsable de Marketing y Comunicación, encargándose de desarrollar estrategias de posicionamiento, realizar análisis de mercado, gestionar la comunicación digital, promover la plataforma y fortalecer la imagen comercial del proyecto.

Su experiencia aporta al fortalecimiento de la visibilidad y competitividad de la plataforma, permitiendo mejorar su posicionamiento dentro del mercado turístico y tecnológico.

2.3.3. Jenny Marisol Cuyo Ugsha – Especialista en turismo y diseño de experiencias

Jenny Marisol Cuyo Ugsha es Ingeniera en Ecoturismo y presenta una trayectoria superior a diez años en el sector turístico. Posee conocimientos en diseño de productos turísticos, experiencias sostenibles, operación de agencias de viajes y turismo rural.

Dentro del proyecto desempeña el rol de Especialista en Turismo y Diseño de Experiencias, siendo responsable de la estructuración de experiencias agro-experienciales, el análisis de tendencias turísticas, la validación de actividades rurales y la alineación de la propuesta con criterios de sostenibilidad y experiencia del usuario.

Su participación fortalece el componente turístico del proyecto y permite asegurar que la plataforma responda de manera adecuada a las necesidades y expectativas del mercado objetivo.

2.3.4. *Alex Omar Chiguano Niquinga – Especialista técnico y operativo*

Alex es Ingeniero Mecánico y cuenta con experiencia en sistemas contra incendios, gestión técnica, supervisión de proyectos, normativa NFPA, control operativo y mitigación de riesgos.

Dentro del proyecto desempeña funciones relacionadas con la coordinación operativa, análisis técnico, gestión de riesgos, supervisión de procesos y apoyo en la estructuración organizacional de la iniciativa.

Su perfil aporta al fortalecimiento de la planificación operativa y a una mejor gestión de riesgos dentro del proyecto, contribuyendo a mantener un adecuado control y seguimiento de las actividades planteadas.

2.3.5. *Fernanda Nicol Romero Tene – Responsable financiero y contable*

Fernanda cuenta con formación en Contabilidad y Auditoría, además de experiencia en análisis financiero, gestión contable, evaluación económica, presupuestos y planificación financiera.

Dentro del proyecto desempeña el rol de responsable Financiero y Contable, encargándose de la evaluación de viabilidad económica, elaboración de proyecciones financieras, análisis de costos, sostenibilidad económica y control financiero del proyecto.

Su aporte contribuye de manera significativa a la viabilidad financiera y la sostenibilidad del modelo de negocio propuesto, permitiendo una adecuada planificación y control de los recursos económicos de la iniciativa.

2.3.6. *Yuliana Guadalupe Reina Gómez – Especialista del sector bananero y operaciones*

Yuliana es Ingeniera en Negocios Internacionales y cuenta con una Maestría en Seguridad y Salud Ocupacional. Posee experiencia en logística, manejo de inventarios bananeros, coordinación operativa, procesos productivos y operaciones relacionadas con el sector bananero.

Dentro del proyecto desempeña el rol de Especialista del Sector Bananero y Operaciones, siendo responsable del análisis del entorno productivo, la coordinación con actores agrícolas, la validación operativa de experiencias rurales y el fortalecimiento de la integración entre el turismo y el sector agroindustrial.

Su experiencia permite alinear la propuesta tecnológica con las dinámicas reales del entorno productivo bananero ecuatoriano, aportando una visión práctica y operativa para el desarrollo de la iniciativa.

2.3.7. *Integración multidisciplinaria del equipo*

La estructura del equipo de trabajo permite integrar conocimientos complementarios necesarios para el desarrollo integral del proyecto. La combinación de competencias técnicas, turísticas, financieras, comerciales y operativas contribuye a mejorar la toma de decisiones, la

planificación estratégica, la sostenibilidad del modelo de negocio y la capacidad de innovación de la propuesta.

Además, la interacción constante entre los integrantes favorece el aprendizaje colaborativo y potencia la capacidad del equipo para adaptarse a los desafíos tecnológicos y organizacionales que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

Por lo tanto, la caracterización del equipo demuestra que la propuesta cuenta con una estructura multidisciplinaria alineada con las necesidades técnicas y estratégicas del proyecto, permitiendo consolidar una base organizacional sólida para el desarrollo de la plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.4. Alianza del equipo

La alianza del equipo constituye un acuerdo organizacional orientado a establecer normas de convivencia y compromisos de trabajo colaborativo entre los integrantes del proyecto, con el fin de fortalecer la coordinación y asegurar la consecución de los objetivos planteados.

Debido a la participación de profesionales de distintas áreas, resulta necesario mantener lineamientos claros que favorezcan la comunicación efectiva, la resolución constructiva de problemas y el trabajo en equipo. Por ello, la alianza se fundamenta en principios como responsabilidad, honestidad académica, respeto, empatía, transparencia y colaboración.

Estos principios constituyen la base organizacional sobre la cual se desarrollarán las actividades del proyecto y permiten consolidar una dinámica de trabajo orientada a la mejora

continúa y al cumplimiento de objetivos comunes. El organigrama del proyecto se presenta en el anexo.

2.4.1. Principios de la alianza del equipo

Responsabilidad: Cada integrante del equipo asume el compromiso de cumplir de manera oportuna con las actividades y responsabilidades asignadas, garantizando la calidad de los entregables y aportando activamente al desarrollo del proyecto.

La responsabilidad también implica mantener disposición para colaborar en tareas adicionales cuando sea necesario y participar de forma activa en los procesos de coordinación y seguimiento del proyecto.

Honestidad académica y profesional: El equipo se compromete a desarrollar el proyecto bajo principios éticos y de honestidad académica, asegurando el uso adecuado de la información, referencias y recursos metodológicos utilizados durante la investigación.

Además, se fomentará la transparencia tanto en la comunicación como en la gestión de las actividades relacionadas con el proyecto.

Transparencia: La comunicación entre los integrantes del equipo se llevará a cabo de manera clara y abierta, permitiendo informar oportunamente sobre avances, dificultades, riesgos, necesidades y posibles cambios relacionados con el proyecto.

La transparencia organizacional fortalece la confianza entre los integrantes y mejora la coordinación multidisciplinaria.

Respeto y empatía: El equipo mantendrá un ambiente de trabajo basado en el respeto mutuo, la escucha activa y la valoración de las opiniones y perspectivas de cada integrante.

La empatía permitirá fortalecer la convivencia dentro del grupo y facilitar la resolución constructiva de diferencias o conflictos que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

Equidad: Todos los integrantes tendrán igualdad de participación en los procesos de análisis, discusión y toma de decisiones relacionadas con el proyecto, promoviendo una distribución equilibrada de responsabilidades y oportunidades de participación.

Comunicación afectiva: La alianza del equipo establece la importancia de mantener canales de comunicación organizados y constantes que permitan coordinar actividades, realizar seguimiento de avances, compartir información relevante y resolver inconvenientes de manera oportuna.

La comunicación efectiva es uno de los factores más importantes para garantizar el cumplimiento del cronograma y de los objetivos establecidos dentro del proyecto.

Trabajo colaborativo y apoyo organizacional: El equipo se compromete a fomentar un entorno de trabajo colaborativo basado en la cooperación, el aprendizaje conjunto, el intercambio de conocimientos y el apoyo mutuo (Senge, 2005). Este enfoque permite fortalecer la integración multidisciplinaria y facilita la generación de soluciones orientadas a resolver los desafíos técnicos y organizacionales del proyecto.

Además, el equipo reconoce la importancia del apoyo emocional y de la resiliencia dentro del entorno académico y profesional, promoviendo un ambiente de trabajo saludable, positivo y orientado a la motivación colectiva.

Resolución de conflictos: Debido a la diversidad de perfiles y perspectivas dentro del equipo, pueden surgir diferencias relacionadas con criterios técnicos, metodologías, prioridades o toma de decisiones.

Es por esto que, la alianza del equipo establece que los conflictos deberán resolverse mediante el diálogo, el respeto, el análisis objetivo y la búsqueda de soluciones colaborativas.

La resolución de conflictos estará orientada a priorizar el bienestar organizacional y mantener la cohesión del equipo durante el desarrollo del proyecto (Goleman, 2013).

Toma de decisiones: Las decisiones estratégicas y operativas relacionadas con el proyecto se desarrollarán mediante procesos participativos, en los que todos los integrantes puedan aportar criterios, ideas y propuestas.

En caso de no llegar a un consenso total, las decisiones podrán tomarse mediante votación interna, considerando aspectos como la viabilidad técnica, la sostenibilidad, el impacto organizacional y la consecución de las metas establecidas del proyecto.

Confidencialidad y manejo de información: La información generada durante el desarrollo del proyecto será utilizada únicamente con fines académicos y relacionados con la investigación. Todos los integrantes se comprometen a mantener un manejo responsable de

documentos, información técnica, datos financieros y demás recursos generados durante el trabajo de titulación.

2.4.2. *Importancia estratégica de la alianza del equipo*

La alianza organizacional permite consolidar una estructura de trabajo orientada a la eficiencia, la coordinación, la mejora continua y el cumplimiento de objetivos comunes. La definición de principios y compromisos contribuye a desarrollar la capacidad del equipo para responder a los desafíos académicos, tecnológicos y organizacionales, contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo sostenible del proyecto.

En consecuencia, la alianza del equipo representa un componente estratégico para garantizar una adecuada integración multidisciplinaria y fortalecer la capacidad organizacional necesaria para desarrollar la plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.5. *Misión, visión y valores del equipo*

La definición de la misión, visión y valores del equipo constituye un elemento estratégico para fortalecer la identidad organizacional del proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero”. Estos lineamientos permiten orientar el trabajo colaborativo y alinear los esfuerzos del equipo hacia el cumplimiento de los objetivos académicos, tecnológicos y empresariales.

Asimismo, reflejan el compromiso multidisciplinario de los integrantes con la innovación, la sostenibilidad y el aprendizaje colaborativo, fortaleciendo la cohesión, la comunicación interna, la motivación y la capacidad de adaptación frente a desafíos técnicos y organizacionales.

2.5.1. *Misión del equipo*

La misión definida por el equipo de trabajo establece lo siguiente: “Aportar la experiencia y los conocimientos adquiridos en las distintas áreas de desempeño de cada uno de sus integrantes, fomentando al mismo tiempo el aprendizaje colaborativo, el compromiso académico y el desarrollo de soluciones innovadoras orientadas al fortalecimiento del turismo agro-experiencial y la transformación digital del sector bananero ecuatoriano.”

La misión refleja el compromiso del equipo con el trabajo multidisciplinario, la innovación y el aprendizaje continuo, orientados al desarrollo de una propuesta sostenible que responda a las necesidades del sector turístico y agroindustrial ecuatoriano.

2.5.2. *Visión del equipo*

La visión establecida plantea que el equipo busca:

“Consolidarse para el año 2026 como un grupo multidisciplinario de profesionales titulados capaces de aplicar conocimientos técnicos, estratégicos y organizacionales en el desarrollo de proyectos innovadores de alto impacto relacionados con tecnología, sostenibilidad y transformación digital.”

La visión del equipo se orienta al fortalecimiento académico y profesional de sus integrantes mediante el desarrollo de competencias especializadas, la innovación y la implementación de metodologías de gestión de proyectos. Asimismo, busca generar propuestas con impacto en sectores estratégicos del Ecuador, contribuyendo al desarrollo tecnológico y sostenible del entorno.

2.5.3. *Valores del equipo*

El equipo de trabajo desarrollará sus actividades bajo un conjunto de valores organizacionales orientados a fortalecer la convivencia, el trabajo colaborativo y el cumplimiento eficiente de los objetivos del proyecto.

Los valores definidos dentro del equipo son: honestidad, integridad, responsabilidad, puntualidad, colaboración, tolerancia, resiliencia, adaptabilidad, sostenibilidad y gratitud.

Honestidad: El equipo mantendrá transparencia y ética profesional durante el desarrollo de todas las actividades relacionadas con la investigación y el proyecto. La honestidad académica permitirá garantizar el adecuado manejo de la información y la correcta utilización de referencias y recursos metodológicos.

Integridad: Los integrantes actuarán con coherencia entre sus principios, decisiones y acciones, manteniendo un comportamiento profesional orientado al cumplimiento responsable de sus funciones.

Responsabilidad: Cada integrante asumirá compromiso con las actividades asignadas y contribuirá activamente al cumplimiento de los objetivos y cronogramas establecidos para el proyecto.

Puntualidad: El equipo se compromete a cumplir oportunamente con reuniones, entregas y actividades planificadas, fortaleciendo la organización y el seguimiento de las actividades del proyecto.

Colaboración: Se fomentará el trabajo conjunto y el intercambio de conocimientos entre los integrantes, promoviendo un ambiente orientado al aprendizaje colaborativo y a la solución conjunta de problemas.

Tolerancia: El equipo mantendrá apertura y respeto frente a opiniones, perspectivas y criterios diferentes, fortaleciendo la convivencia organizacional y la integración multidisciplinaria.

Resiliencia: Los integrantes desarrollarán capacidad de adaptación y respuesta frente a desafíos académicos, técnicos y organizacionales que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

Adaptabilidad: El proyecto requiere capacidad para responder a cambios relacionados con tecnología, planificación, requerimientos y condiciones del entorno. Por este motivo, la adaptabilidad constituye un valor esencial dentro de la dinámica de trabajo del equipo.

Sostenibilidad: Las actividades y decisiones del proyecto estarán orientadas a generar un impacto positivo desde las perspectivas económica, social, ambiental y organizacional. Este valor

se relaciona directamente con la naturaleza sostenible de la propuesta de turismo agro-experiencial.

Gratitud: El equipo promoverá el reconocimiento y valoración de los aportes individuales y colectivos, fortaleciendo un ambiente organizacional positivo, basado en el respeto mutuo y la motivación compartida.

2.5.4. *Importancia estratégica de la misión, visión y valores*

La definición de estos principios organizacionales permite fortalecer la identidad y cohesión del equipo multidisciplinario, facilitando la alineación entre los objetivos individuales, las metas colectivas y los propósitos estratégicos del proyecto (Drucker, 2004).

Estos elementos contribuyen a fortalecer la comunicación, la motivación y la toma de decisiones dentro del equipo, fomentando un entorno organizacional que favorezca la innovación y la mejora continua. En este sentido, la misión, visión y valores constituyen una base estratégica para garantizar una adecuada gestión de personas y el desarrollo eficiente del proyecto.

2.6. Políticas y objetivos de recursos humanos

Representan lineamientos organizacionales orientados a fortalecer la administración del talento humano dentro del proyecto. Estos lineamientos permiten establecer criterios relacionados con la organización, el desempeño, la coordinación y el desarrollo de competencias del equipo multidisciplinario responsable de la investigación y de la propuesta tecnológica.

Debido a la naturaleza colaborativa y multidisciplinaria del proyecto, es fundamental implementar políticas que permitan garantizar una adecuada distribución de responsabilidades, una comunicación efectiva, el cumplimiento de actividades y el fortalecimiento continuo de capacidades técnicas y organizacionales.

Es por eso por lo que la gestión del equipo debe orientarse al fortalecimiento de la calidad, sostenibilidad y eficiencia operativa del proyecto mediante mecanismos de coordinación y desarrollo profesional.

Las políticas de recursos humanos definidas dentro del proyecto buscan generar un entorno organizacional basado en la colaboración, el compromiso, la responsabilidad, la transparencia y la mejora continua.

2.6.1. *Objetivos de recursos humanos*

El proyecto establece como principales objetivos de recursos humanos los siguientes:

Fortalecer el trabajo colaborativo: Promover la integración multidisciplinaria entre los integrantes del equipo mediante mecanismos de comunicación, coordinación y participación conjunta en el desarrollo de actividades académicas y operativas.

Este objetivo busca consolidar una dinámica organizacional orientada al aprendizaje colaborativo y a la generación de soluciones integrales para el proyecto.

Garantizar una adecuada asignación de roles y responsabilidades: Establecer funciones claras para cada integrante del equipo, considerando sus competencias técnicas y

experiencia profesional, con el propósito de optimizar la organización del trabajo y fortalecer el cumplimiento eficiente de los objetivos planteados.

Desarrollar competencias técnicas y organizacionales: Impulsar el fortalecimiento continuo de habilidades relacionadas con gestión de proyectos, liderazgo, comunicación, innovación, sostenibilidad y resolución de problemas.

El proyecto busca que los integrantes desarrollen capacidades aplicables tanto en el ámbito académico como profesional.

Garantizar calidad en los entregables: Fortalecer mecanismos de seguimiento y control orientados a asegurar que los productos académicos, financieros y tecnológicos desarrollados dentro del proyecto cumplan con estándares de calidad previamente definidos.

Cumplir los plazos establecidos: Promover una adecuada gestión del tiempo y seguimiento del cronograma para garantizar el cumplimiento oportuno de actividades, reuniones y entregables del proyecto.

Fortalecer la sostenibilidad organizacional del proyecto: Implementar mecanismos de coordinación y gestión del talento humano que permitan mantener la estabilidad operativa y la continuidad organizacional del proyecto durante todas sus etapas de desarrollo.

2.6.2. *Políticas organizacionales del equipo*

Política de comunicación: El equipo mantendrá canales de comunicación permanentes y organizados mediante herramientas digitales como WhatsApp, Microsoft Teams, Google Meet o

similares, las cuales serán utilizadas para la coordinación de actividades, seguimiento de avances y resolución de novedades relacionadas con el proyecto. Asimismo, se realizarán reuniones periódicas semanales para revisar el cumplimiento de tareas, definir actividades pendientes y dar seguimiento a los objetivos establecidos.

Toda información relevante deberá ser comunicada de manera oportuna entre los integrantes del equipo, manteniendo tiempos de respuesta razonables de acuerdo con la prioridad de cada actividad. En caso de existir cambios importantes, problemas operativos o conflictos dentro del desarrollo del proyecto, estos deberán ser reportados directamente al líder del proyecto para su análisis y coordinación conjunta con el equipo.

Además, la información académica, financiera y estratégica del proyecto será manejada bajo criterios de confidencialidad y uso interno, evitando compartir documentación sensible con personas externas sin autorización previa de los integrantes responsables. Esto permitirá mantener un adecuado control de la información, fortalecer la confianza y transparencia dentro del equipo de trabajo.

Política de cumplimiento y responsabilidad: Cada integrante del equipo será responsable de cumplir con las actividades asignadas, respetar los cronogramas establecidos y participar activamente en las reuniones y espacios de coordinación del proyecto. Asimismo, todos los miembros deberán mantener un comportamiento ético y profesional durante el desarrollo de las actividades académicas, organizacionales y técnicas relacionadas con la investigación.

El seguimiento del cumplimiento de actividades y entregables se realizará mediante reportes periódicos de avance, revisión continua de tareas asignadas y reuniones semanales de seguimiento, permitiendo verificar el progreso de cada integrante y detectar posibles retrasos o dificultades de manera oportuna. Además, el líder del proyecto será el encargado de consolidar la información de avance y coordinar las acciones necesarias para mantener el cumplimiento de los objetivos establecidos.

En caso de presentarse incumplimientos, retrasos o dificultades operativas, estos deberán ser comunicados oportunamente al equipo para analizar sus causas y establecer medidas correctivas de acuerdo con el nivel de afectación generado. Dependiendo de la situación, las acciones podrán incluir acompañamiento técnico, reasignación de actividades, capacitaciones internas, planes de mejora o llamados de atención orientados a fortalecer el cumplimiento de responsabilidades y la correcta ejecución del proyecto.

De igual manera, el equipo mantendrá criterios de responsabilidad ética y confidencialidad respecto al manejo de información académica, financiera y estratégica, evitando prácticas que puedan afectar la integridad, transparencia o credibilidad del trabajo de titulación.

Política de trabajo colaborativo: El proyecto promoverá la cooperación y el soporte mutuo dentro del equipo, fortaleciendo el intercambio de conocimientos y la resolución conjunta de desafíos académicos, tecnológicos y organizacionales.

Política de calidad: Todos los entregables desarrollados dentro del proyecto deberán cumplir criterios relacionados con calidad técnica, coherencia metodológica, precisión académica y sostenibilidad organizacional (ISO 10006, 2018).

Además, el equipo realizará procesos de revisión y retroalimentación continua para garantizar la calidad tanto de la documentación como de los componentes tecnológicos desarrollados.

Política de desarrollo profesional: El proyecto fomentará el fortalecimiento de competencias individuales mediante el aprendizaje colaborativo, la retroalimentación constructiva, la participación activa y la aplicación práctica de conocimientos multidisciplinarios (Alles, 2015).

Política de sostenibilidad y ética: Las actividades desarrolladas dentro del proyecto deberán alinearse con principios de sostenibilidad, responsabilidad social, ética profesional y transparencia organizacional.

2.6.3. Integración multidisciplinaria con política estratégica

Uno de los principales lineamientos del proyecto consiste en fortalecer la integración entre las diferentes áreas de conocimiento involucradas en la investigación.

La combinación de competencias relacionadas con tecnología, turismo, finanzas, marketing y operaciones agroindustriales permite desarrollar soluciones más completas y sostenibles desde una perspectiva organizacional y estratégica.

Esta política busca fortalecer la innovación y fortalecer la capacidad del equipo para afrontar de manera eficaz los desafíos del entorno turístico y tecnológico.

2.6.4. *Importancia estratégica de las políticas de recursos humanos*

La implementación de políticas y objetivos de recursos humanos contribuye directamente a mejorar la organización del proyecto, fortalecer la productividad, reducir riesgos operativos, optimizar la coordinación del equipo y garantizar el cumplimiento eficiente de los objetivos planteados.

Además, estos lineamientos permiten consolidar un entorno organizacional orientado a la innovación, la sostenibilidad, el aprendizaje continuo y la mejora organizacional.

En consecuencia, las políticas y objetivos de recursos humanos representan una base estratégica para fortalecer la gestión del talento humano y asegurar el desarrollo eficiente del proyecto de plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.7. Roles y responsabilidades

La definición de roles y responsabilidades constituye un componente fundamental dentro de la gestión de personas aplicada al proyecto, ya que permite organizar las actividades del equipo multidisciplinario y garantizar una adecuada distribución de funciones de acuerdo con las competencias técnicas y profesionales de cada integrante (PMI, 2021).

La estructura organizacional del proyecto fue diseñada considerando las necesidades tecnológicas, financieras, operativas y turísticas de la iniciativa, permitiendo establecer responsabilidades específicas orientadas al cumplimiento eficiente de los objetivos académicos y estratégicos definidos anteriormente.

Una adecuada asignación de roles facilita la coordinación de actividades, el seguimiento del desempeño, la optimización de recursos, la reducción de riesgos organizacionales y el fortalecimiento de la productividad del equipo.

Además, contribuye a mantener claridad sobre las funciones de cada integrante y fortalece los procesos de control y evaluación del proyecto.

2.7.1. *Gestor de proyectos y líder del equipo*

Responsable: Alex Omar Chiguano Niquinga

Responsabilidades: Entre las principales responsabilidades del gestor del proyecto se encuentra la coordinación general de las actividades relacionadas con el desarrollo de la propuesta, así como la planificación y seguimiento del cronograma de trabajo. También deberá verificar el cumplimiento de los objetivos académicos y organizacionales planteados, promoviendo una adecuada comunicación y coordinación entre los miembros del equipo. De igual manera, tendrá a su cargo la identificación y gestión de riesgos, el apoyo en las decisiones de carácter estratégico y la organización de reuniones de control y seguimiento. Además, será responsable de asegurar que

el proyecto se desarrolle conforme a los lineamientos metodológicos establecidos para la investigación.

Objetivo del rol: Asegurar la correcta planificación, ejecución y control del proyecto mediante un liderazgo participativo y una adecuada coordinación multidisciplinaria.

2.7.2. *Desarrollador de software y responsable tecnológico*

Responsable: Juan Carlos Estévez Ayala

Responsabilidades: Será responsable de planificar y estructurar el funcionamiento técnico de la plataforma digital, además de coordinar el proceso de desarrollo del software. También deberá identificar y definir los requerimientos funcionales y técnicos necesarios para la implementación de la solución propuesta. Dentro de sus actividades se incluye el manejo de bases de datos y servicios de integración, así como la verificación del correcto funcionamiento del sistema. De igual manera, tendrá a su cargo el seguimiento de aspectos relacionados con la seguridad y capacidad de crecimiento de la plataforma. Adicionalmente, brindará apoyo en la revisión y presentación final del documento académico del proyecto.

Objetivo del rol: Garantizar el desarrollo eficiente y funcional de la plataforma digital propuesta para el proyecto.

2.7.3. *Responsable de marketing y comunicación*

Responsable: Valeria Abigail Reyes Sandoval

Responsabilidades: Será responsable de planificar acciones de marketing digital para dar a conocer la plataforma y mejorar su presencia en el mercado. También deberá trabajar en el desarrollo de la imagen y posicionamiento de la marca, además de realizar estudios relacionados con el público objetivo y las necesidades de los usuarios. Entre sus funciones se encuentra la coordinación de campañas de comunicación y promoción en medios digitales, buscando incrementar la visibilidad de la propuesta. Asimismo, participará en la elaboración de estrategias comerciales y en el análisis de tendencias de comportamiento de los usuarios para fortalecer la competitividad del proyecto.

Objetivo del rol: Fortalecer el posicionamiento y la competitividad de la plataforma dentro del mercado turístico y tecnológico.

2.7.4. *Especialista en turismo y diseño de experiencias*

Responsable: Jenny Marisol Cuyo Ugsha.

Responsabilidades: Tendrá como función diseñar y organizar experiencias agro-experienciales enfocadas en la sostenibilidad y en la valorización del entorno rural bananero. También deberá realizar análisis sobre las tendencias actuales del turismo rural y experiencial para aportar ideas que fortalezcan la propuesta del proyecto. Dentro de sus responsabilidades se incluye la evaluación de actividades turísticas vinculadas al sector bananero y la búsqueda de estrategias que mejoren la experiencia de los visitantes. Asimismo, participará en la planificación de

actividades relacionadas con la cultura local, el turismo rural y el ecoturismo, procurando que las experiencias ofrecidas sean auténticas y sostenibles.

Objetivo del rol: Garantizar que las experiencias ofertadas mediante la plataforma respondan a las necesidades y expectativas del mercado turístico.

2.7.5. *Responsable financiero y contable*

Responsable: Fernanda Nicol Romero Tene

Responsabilidades: Será responsable de desarrollar presupuestos y realizar evaluaciones económicas relacionadas con el proyecto. También deberá analizar la viabilidad financiera de la propuesta mediante estimaciones y proyecciones que permitan conocer su sostenibilidad a futuro. Dentro de sus actividades se incluye el análisis de costos, ingresos y recursos económicos, así como el seguimiento de indicadores financieros que faciliten el control del desempeño económico del proyecto. Además, brindará apoyo en la creación de estrategias orientadas a la generación de ingresos y al fortalecimiento del modelo de negocio de la plataforma.

Objetivo del rol: Garantizar la sostenibilidad económica y financiera del proyecto mediante una adecuada planificación y control de recursos.

2.7.6. *Especialista del sector bananero y operaciones*

Responsable: Yuliana Guadalupe Reina Gómez.

Responsabilidades: Tendrá como función principal analizar las actividades y procesos relacionados con la producción bananera para apoyar la integración del componente agrícola dentro del proyecto turístico. También será responsable de coordinar actividades vinculadas con las operaciones rurales y fortalecer la relación entre el turismo y el sector agroindustrial. Dentro de sus responsabilidades se incluye el manejo de información logística y operativa, además del seguimiento de aspectos relacionados con sostenibilidad y seguridad en las actividades desarrolladas. Asimismo, colaborará en la evaluación y validación de las experiencias rurales para asegurar que las propuestas sean viables y acordes con la realidad del entorno bananero ecuatoriano.

Objetivo del rol: Garantizar que el proyecto se encuentre alineado con las dinámicas reales del sector bananero ecuatoriano.

2.7.7. *Trabajo colaborativo entre roles*

Aunque cada integrante cuenta con funciones específicas, el proyecto mantiene un enfoque multidisciplinario y colaborativo en el que todas las áreas interactúan constantemente para fortalecer la toma de decisiones, la sostenibilidad del proyecto, la calidad de los entregables, la innovación y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

La interacción entre los diferentes roles permite generar soluciones integrales y facilita la adaptación frente a desafíos técnicos, financieros y organizacionales que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

2.7.8. *Importancia estratégica de la definición de roles*

La adecuada asignación de responsabilidades permite mejorar la organización del proyecto, optimizar la gestión del tiempo, fortalecer la productividad, facilitar el control y seguimiento de actividades, y reducir riesgos relacionados con duplicidad de funciones o falta de coordinación.

Además, fortalece la sostenibilidad organizacional y fortalece la capacidad del equipo para responder de manera eficaz a las necesidades académicas y operativas del proyecto.

En consecuencia, la definición de roles y responsabilidades representa un componente estratégico dentro de la gestión de personas aplicada al proyecto, permitiendo consolidar una estructura multidisciplinaria sólida orientada al desarrollo eficiente de la plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.8. **Competencias del gestor de proyectos como líder-coach**

Dentro del proyecto, el director de proyectos cumple un rol estratégico orientado a coordinar y fortalecer la integración del equipo multidisciplinario. Para ello, se adopta un enfoque de liderazgo tipo líder-coach, enfocado en promover la motivación, el aprendizaje colaborativo, la comunicación efectiva y la innovación.

Asimismo, el gestor debe desarrollar competencias relacionadas con liderazgo participativo, resiliencia, coordinación organizacional y adaptabilidad, con el propósito de asegurar el cumplimiento eficiente de los objetivos y fortalecer la cohesión del equipo de trabajo.

2.8.1. *Liderazgo participativo*

El liderazgo participativo constituye una de las principales competencias del gestor de proyectos dentro de la iniciativa (Maxwell, 2011). Este enfoque busca fomentar la integración de todos los integrantes en los procesos de análisis, toma de decisiones, planificación y resolución de problemas.

El líder-coach promueve espacios donde cada integrante pueda aportar conocimientos, ideas y propuestas desde su área de especialización, fortaleciendo la construcción colectiva de soluciones y la innovación dentro del proyecto.

Este tipo de liderazgo favorece la cohesión organizacional, fortalece el compromiso del equipo y promueve el aprendizaje colaborativo entre los integrantes.

2.8.2. *Comunicación abierta y efectiva*

La capacidad de mantener procesos de comunicación claros y organizados resulta fundamental para el adecuado desarrollo del proyecto (Maxwell, 2011).

El gestor de proyectos debe coordinar reuniones, facilitar el intercambio de información, realizar seguimiento de actividades, comunicar riesgos y avances, y fortalecer la transparencia organizacional.

La comunicación efectiva permite mantener alineados los objetivos individuales y colectivos del equipo, facilitando la coordinación multidisciplinaria y reduciendo riesgos relacionados con desorganización o falta de seguimiento.

Además, favorece la generación de confianza y fortalece el ambiente organizacional dentro del proyecto.

2.8.3. *Escucha activa y empatía*

El enfoque líder-coach requiere que el gestor de proyectos mantenga una capacidad de escucha activa frente a las necesidades, opiniones, dificultades y propuestas de los integrantes del equipo.

La empatía permite comprender las perspectivas individuales y fortalecer relaciones organizacionales basadas en el respeto, la colaboración y el apoyo mutuo (Goleman, 2013).

Estas competencias son fundamentales dentro de entornos multidisciplinarios, donde convergen diferentes perfiles profesionales y metodologías de trabajo.

2.8.4. *Coordinación y organización*

El gestor de proyectos debe contar con competencias relacionadas con la planificación estratégica, organización de actividades, seguimiento del cronograma, administración de recursos y control operativo (Kerzner, 2018).

Estas capacidades permiten garantizar el cumplimiento de los entregables, los tiempos establecidos, los objetivos académicos y las metas organizacionales del proyecto.

En este sentido, una coordinación eficiente fortalece la productividad y fortalece la capacidad del equipo para adaptarse a los cambios o desafíos operativos que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

2.8.5. *Resolución de conflictos*

Debido a la diversidad de criterios y perspectivas presentes dentro del equipo multidisciplinario, pueden surgir diferencias relacionadas con aspectos técnicos, metodológicos, organizacionales o estratégicos.

En este contexto, el gestor de proyectos debe contar con habilidades para gestionar conflictos de manera objetiva, facilitar el diálogo, promover consensos y orientar soluciones alineadas con los objetivos del proyecto.

Una adecuada resolución de conflictos contribuye a mantener un ambiente organizacional saludable y fortalece la sostenibilidad del trabajo colaborativo.

2.8.6. *Resiliencia y adaptabilidad*

El proyecto incorpora componentes tecnológicos y organizacionales que requieren una capacidad constante de adaptación frente a cambios, riesgos, requerimientos, limitaciones operativas y nuevas necesidades del entorno (Kerzner, 2018).

Por este motivo, el gestor de proyectos debe desarrollar competencias relacionadas con resiliencia, adaptabilidad, gestión del cambio y capacidad de respuesta frente a situaciones imprevistas.

Estas habilidades permiten mantener la continuidad del proyecto y fortalecer la capacidad organizacional del equipo ante los distintos desafíos que puedan surgir durante su desarrollo.

2.8.7. *Orientación a sostenibilidad y mejora continua*

El líder-coach también debe mantener una visión estratégica orientada a la sostenibilidad, la innovación, la calidad y la mejora continua.

Esto implica promover procesos de retroalimentación constante, fortalecimiento de competencias y optimización de actividades relacionadas con el desarrollo tecnológico, la gestión organizacional, la planificación financiera y la experiencia del usuario.

Por lo tanto, la mejora continua permite incrementar progresivamente la eficiencia y sostenibilidad del proyecto, fortaleciendo tanto los procesos internos como la calidad de la propuesta desarrollada (Senge, 2005).

2.8.8. *Gratitud y reconocimiento organizacional*

El gestor de proyectos debe promover el reconocimiento de los aportes individuales, los logros colectivos y los esfuerzos realizados por cada integrante del equipo.

El reconocimiento organizacional fortalece la motivación, el compromiso y la cohesión del grupo de trabajo, contribuyendo a mantener un ambiente colaborativo y positivo durante el desarrollo del proyecto.

2.8.9. *Importancia estratégica del líder-coach dentro del proyecto*

La implementación de un modelo de liderazgo tipo líder-coach permite fortalecer la capacidad organizacional del proyecto y generar un entorno de trabajo orientado a la innovación, el aprendizaje colaborativo, la sostenibilidad y el cumplimiento eficiente de los objetivos planteados.

El gestor de proyectos no solo se encarga de coordinar actividades, sino también de impulsar el crecimiento profesional y académico de los integrantes, fortaleciendo al mismo tiempo la capacidad multidisciplinaria del equipo.

Por lo tanto, las competencias del líder-coach representan un componente estratégico dentro de la gestión de personas aplicada al proyecto, dado que influyen directamente en la productividad, la calidad de los entregables, la sostenibilidad organizacional y el desarrollo exitoso de la plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.9. Control, evaluación y KPIs del equipo

El control y evaluación del desempeño del equipo de trabajo constituye un componente estratégico dentro del proyecto, ya que permite monitorear el cumplimiento de objetivos, medir el avance de actividades y fortalecer la eficiencia del equipo multidisciplinario.

La implementación de mecanismos de seguimiento facilita la identificación oportuna de riesgos, desviaciones, retrasos y limitaciones operativas, permitiendo así, aplicar acciones correctivas y fortalecer la sostenibilidad del proyecto durante todas sus etapas de desarrollo. Para aquello, el equipo realizará reuniones semanales de seguimiento, revisión periódica de entregables y reportes mensuales de avance, los cuales serán coordinados por el líder del proyecto.

El sistema de evaluación contempla indicadores relacionados con productividad, cumplimiento del cronograma, desempeño técnico, sostenibilidad financiera y coordinación organizacional. Cada KPI deberá contar con una meta definida, frecuencia de evaluación, responsable asignado y mecanismo de medición, permitiendo obtener resultados cuantificables y verificables durante el desarrollo del proyecto.

En relación con el cumplimiento del cronograma, se establece como meta mantener al menos un 90% de actividades ejecutadas dentro de los tiempos planificados. Este indicador será revisado semanalmente mediante cronogramas y reportes de avance, siendo responsabilidad del líder del proyecto coordinar su seguimiento.

Para el desempeño técnico del desarrollo de la plataforma, se plantea como objetivo alcanzar un mínimo del 95% de cumplimiento de requerimientos funcionales y entregables tecnológicos planificados. Este KPI será evaluado mensualmente mediante revisiones técnicas y validaciones funcionales realizadas por el responsable tecnológico.

En cuanto a la coordinación organizacional, se espera mantener una participación mínima del 90% en reuniones y actividades grupales. Este indicador será verificado semanalmente mediante registros de asistencia y seguimiento de tareas asignadas.

Respecto a la sostenibilidad financiera, se establece como meta mantener una desviación presupuestaria máxima del 10% respecto a los costos planificados del proyecto. Este indicador será revisado mensualmente mediante reportes financieros elaborados por el área contable y financiera.

Finalmente, para evaluar la satisfacción y desempeño general del equipo, se aplicarán encuestas internas trimestrales con una meta mínima del 85% de satisfacción organizacional, permitiendo identificar oportunidades de mejora relacionadas con comunicación, coordinación y ambiente de trabajo.

2.9.1. *Objetivos del sistema de control y evaluación*

El sistema de control y evaluación del proyecto tiene como principales objetivos verificar el cumplimiento de actividades y responsabilidades, medir el avance del proyecto en relación con

la planificación establecida, fortalecer la calidad de los entregables, mejorar la productividad del equipo, optimizar la toma de decisiones y promover procesos de mejora continua.

Adicionalmente, busca garantizar que el proyecto mantenga coherencia con los objetivos académicos, el alcance definido, la sostenibilidad y la planificación estratégica planteada para la investigación.

2.9.2. *Niveles de productividad del equipo*

El entregable PBL establece distintos niveles de productividad orientados a evaluar de manera integral el desempeño del equipo multidisciplinario.

Productividad estratégica: Evalúa el nivel de cumplimiento de los objetivos generales relacionados con la planificación, la coordinación organizacional, la sostenibilidad y la toma de decisiones estratégicas.

Productividad técnico-operativa: Mide el desempeño relacionado con el desarrollo tecnológico, la implementación funcional, el control técnico y la ejecución operativa de las actividades del proyecto.

Productividad comercial: Analiza aspectos vinculados con marketing, posicionamiento, análisis de mercado y estrategias de comunicación del proyecto.

Productividad financiera: Evalúa la viabilidad económica, el control presupuestario, el análisis de costos y la sostenibilidad financiera de la propuesta.

Productividad integral: Integra todos los componentes anteriores para medir el desempeño global del equipo y el avance general del proyecto.

2.9.3. *Indicadores clave de desempeño (KPIs)*

Para garantizar un adecuado seguimiento del proyecto, se implementan indicadores relacionados con productividad, calidad, cumplimiento de objetivos y sostenibilidad organizacional.

KPI de cumplimiento del cronograma:

Este indicador mide el porcentaje de actividades ejecutadas dentro de los tiempos establecidos.

Objetivo: Evaluar el nivel de cumplimiento temporal de las tareas programadas.

Fórmula: $\text{Cumplimiento del cronograma} = (\text{Actividades completadas}) / (\text{Actividades planificadas}) * 100$

KPI de cumplimiento de entregables:

Permite medir el avance de la documentación, los componentes tecnológicos y los productos académicos desarrollados dentro del proyecto.

Objetivo: Garantizar la entrega oportuna y completa de los productos relacionados con la investigación y la plataforma digital.

KPI de productividad técnica

El KPI de productividad técnica permite evaluar el avance del desarrollo de software, la implementación funcional de la plataforma, la solución de incidencias y el cumplimiento de los requerimientos tecnológicos definidos dentro del proyecto. Por lo tanto, este indicador busca medir la eficiencia del equipo técnico y verificar que el desarrollo de la plataforma avance conforme al cronograma establecido.

Como meta principal, se establece alcanzar un avance acumulado mínimo del 40% del desarrollo funcional de la plataforma durante los primeros cuatro meses del proyecto, incrementando progresivamente hasta alcanzar el 100% de implementación y validación técnica antes de la etapa final de pruebas y entrega. El seguimiento de este KPI se realizará mensualmente mediante revisiones técnicas, validación de módulos desarrollados, control de funcionalidades implementadas y reportes de avance tecnológico.

Asimismo, se establece como objetivo mantener un tiempo máximo de resolución de incidencias críticas de hasta 24 horas, con la finalidad de reducir afectaciones operativas y garantizar continuidad en el desarrollo del sistema. Este indicador será evaluado semanalmente mediante registros de incidencias, seguimiento de tareas técnicas y validación de correcciones implementadas.

El responsable directo del cumplimiento y seguimiento de este KPI será el Responsable Tecnológico del proyecto, quien tendrá a cargo la supervisión del desarrollo de software, el control de entregables técnicos y la validación funcional de la plataforma digital.

KPI de gestión de riesgos:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Permite monitorear la capacidad del equipo para identificar riesgos, implementar acciones preventivas y reducir impactos negativos dentro del proyecto.

Objetivo: Fortalecer la sostenibilidad operativa y organizacional de la iniciativa.

KPI de coordinación organizacional:

Evalúa aspectos relacionados con la participación en reuniones, la comunicación interna, la colaboración y el cumplimiento de responsabilidades.

Objetivo: Fortalecer el trabajo colaborativo y la integración multidisciplinaria del equipo.

KPI de sostenibilidad financiera:

Mide indicadores relacionados con el control presupuestario, análisis de costos, generación de ingresos proyectados y viabilidad económica del modelo de negocio.

Objetivo: Garantizar la sostenibilidad financiera del proyecto.

2.10. Herramientas de seguimiento y control

Para la gestión y evaluación del desempeño del equipo se utilizarán herramientas relacionadas con cronogramas de trabajo, reportes de avance, reuniones periódicas, matrices de riesgos, seguimiento de actividades, control documental y mecanismos de retroalimentación continua.

Estas herramientas permitirán mantener organizada la información del proyecto, facilitar los procesos de seguimiento y mejorar la toma de decisiones durante el desarrollo de la iniciativa.

2.10.1. *Evaluación individual y grupal*

El sistema de evaluación contempla tanto el desempeño individual como el desempeño colectivo del equipo.

2.10.2. *Evaluación individual*

Considera aspectos relacionados con el cumplimiento de responsabilidades, calidad del trabajo, capacidad técnica, participación, puntualidad y compromiso organizacional de cada integrante.

2.10.3. *Evaluación grupal*

Analiza aspectos como la coordinación multidisciplinaria, la comunicación, el cumplimiento de objetivos colectivos, la resolución colaborativa de problemas y la eficiencia organizacional del equipo.

2.10.4. *Importancia de la mejora continua*

El control y evaluación del desempeño no tiene únicamente un enfoque correctivo, sino también preventivo y orientado a la mejora continua.

La retroalimentación constante permitirá fortalecer competencias, optimizar procesos, mejorar la coordinación organizacional y fortalecer la sostenibilidad del proyecto.

Además, ayudará a identificar oportunidades de innovación y mejora dentro de la plataforma digital, la planificación operativa y la gestión organizacional del proyecto.

2.10.5. *Importancia estratégica del control y evaluación*

La implementación de mecanismos de control y KPIs permite mejorar la toma de decisiones, fortalecer la productividad, optimizar la gestión de recursos, garantizar la calidad y facilitar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y académicos del proyecto.

Además, fortalece la capacidad del equipo para responder de manera eficiente frente a riesgos, cambios, limitaciones operativas y necesidades emergentes que puedan surgir durante el desarrollo de la iniciativa.

Por lo tanto, el sistema de control, evaluación y KPIs representa un componente estratégico dentro de la gestión de personas aplicada al proyecto, ya que contribuye directamente al fortalecimiento organizacional y al desarrollo exitoso de la plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

2.11. Costos de recursos humanos

La gestión de costos de recursos humanos constituye un componente fundamental dentro de la planificación financiera y organizacional del proyecto, debido a que permite estimar la inversión necesaria para garantizar la participación del equipo multidisciplinario encargado del desarrollo de la investigación y de la plataforma digital propuesta.

El análisis de costos del talento humano permite determinar la viabilidad operativa del proyecto, la sostenibilidad financiera, la distribución eficiente de recursos y el nivel de inversión requerido para cada área funcional del equipo (Chiavenato, 2017). Además, facilita la toma de

decisiones relacionadas con la planificación presupuestaria, la asignación de responsabilidades y el control económico de la iniciativa.

De acuerdo con el entregable PBL de Gestión de Personas, se establece una estructura de costos basada en remuneraciones por rol, tarifas horarias, carga operativa, beneficios laborales y esfuerzo estimado de trabajo.

La incorporación de estos elementos fortalece el análisis financiero del proyecto y contribuye a desarrollar una planificación económica más precisa y sostenible.

2.11.1. *Importancia de la planificación de costos de recursos humanos*

La adecuada planificación de costos de recursos humanos permite optimizar el uso de los recursos económicos, garantizar la sostenibilidad operativa, fortalecer la viabilidad financiera y reducir riesgos relacionados con sobrecostos o deficiencias organizacionales.

De esto modo, facilita el establecimiento de criterios para la evaluación de inversión, el control presupuestario, la proyección financiera y la sostenibilidad futura de la plataforma digital.

Debido a que el proyecto contempla componentes tecnológicos, turísticos y organizacionales, resulta fundamental considerar al talento humano como uno de los principales activos estratégicos de la iniciativa.

2.11.2. *Estructura de costos del equipo multidisciplinario*

La estructura de costos del proyecto contempla la participación de perfiles relacionados con gestión de proyectos, desarrollo tecnológico, marketing, turismo, finanzas y operaciones agroindustriales.

Cada uno de estos roles posee distintos niveles de responsabilidad, carga operativa y especialización técnica, aspectos que influyen directamente en la estimación económica del proyecto.

El análisis financiero desarrollado considera salarios mensuales estimados, costos empresariales, tarifas por hora y esfuerzo humano proyectado para el desarrollo de la iniciativa.

2.11.3. *Componentes considerados en el cálculo de costos*

El cálculo de costos de recursos humanos considera elementos relacionados con remuneración base, aporte patronal al IESS, décimos, fondos de reserva, carga operativa y tiempo estimado de dedicación al proyecto.

Estos componentes permiten establecer una estimación más realista respecto a la inversión requerida para garantizar el funcionamiento organizacional y operativo del proyecto.

Además, el análisis considera aspectos como la especialización profesional, la complejidad técnica y las responsabilidades asignadas a cada integrante del equipo.

Esfuerzo humano estimado:

Para el desarrollo del proyecto se ha estimado una dedicación aproximada de 800 horas de trabajo, distribuidas entre las diferentes áreas funcionales y los integrantes del equipo multidisciplinario. Estas horas contemplan actividades relacionadas con planificación estratégica, investigación, análisis financiero, desarrollo tecnológico, marketing digital, documentación académica, diseño de experiencias turísticas y validación operativa de la propuesta.

Durante la etapa inicial del proyecto no se contempla la contratación de personal de planta a tiempo completo, debido a que Agroaventuras Cía. Ltda. se proyecta inicialmente como una microempresa en fase de desarrollo y validación. Por este motivo, la mayor parte de las actividades serán ejecutadas directamente por los socios fundadores y colaboradores especializados bajo una modalidad de trabajo por servicios profesionales, honorarios o participación parcial por proyecto.

La estructura operativa inicial considera la participación de seis integrantes principales, cada uno responsable de áreas específicas como tecnología, turismo, marketing, finanzas, operaciones y gestión del proyecto. El costo detallado en el capítulo 3 corresponde principalmente a la valoración técnica del esfuerzo humano, servicios especializados, soporte operativo y dedicación parcial del equipo durante el período de desarrollo y planificación del proyecto, más no a salarios anuales permanentes de personal contratado bajo relación de dependencia.

Asimismo, el proyecto contempla que, conforme exista crecimiento operativo y aumento de la demanda de servicios, puedan incorporarse nuevos colaboradores o personal operativo bajo modalidades contractuales acordes a las necesidades financieras y organizacionales de la empresa.

Relación entre costos y sostenibilidad del proyecto:

La adecuada gestión de los costos de recursos humanos permite mantener un equilibrio entre productividad, capacidad técnica y sostenibilidad financiera del proyecto.

Los valores contemplados en el análisis financiero (capítulo 3) se debe principalmente a servicios profesionales y participación parcial del equipo multidisciplinario en áreas como tecnología, turismo, marketing y finanzas, considerando que el proyecto iniciará como una microempresa y no contará inicialmente con personal contratado a tiempo completo bajo relación de dependencia.

La sostenibilidad de estos costos se proyecta mediante los ingresos generados por el modelo de negocio, principalmente a través de comisiones sobre reservas turísticas y experiencias agro-experienciales realizadas dentro de la plataforma, además de ingresos complementarios por alianzas estratégicas y servicios personalizados.

Importancia estratégica del talento humano:

El talento humano representa uno de los principales activos estratégicos del proyecto, ya que la calidad técnica y organizacional del equipo influye directamente en el cumplimiento de

objetivos, la calidad de la plataforma, la experiencia del usuario, la sostenibilidad del modelo de negocio y la capacidad de innovación de la iniciativa.

Por este motivo, la inversión en recursos humanos debe considerarse como un componente prioritario dentro de la planificación financiera y operativa del proyecto.

Impacto de la gestión de costos dentro del proyecto:

El análisis de costos de talento humano permite identificar el impacto financiero que representa la operación del equipo multidisciplinario dentro del proyecto. Para Agroaventuras, los costos relacionados con recursos humanos representan aproximadamente el 35% del presupuesto operativo inicial proyectado, considerando actividades de desarrollo tecnológico, marketing, planificación, gestión turística y coordinación operativa.

Este porcentaje refleja la importancia de la gestión del talento humano dentro del modelo de negocio, debido a que gran parte de la propuesta depende del desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, así como de la gestión estratégica y operativa de las experiencias agro-experienciales.

La adecuada planificación de estos costos permite mantener equilibrio entre sostenibilidad financiera, capacidad técnica y crecimiento progresivo del proyecto. Asimismo, facilita proyectar futuras etapas de expansión, incorporación de nuevos colaboradores y fortalecimiento operativo conforme aumente la demanda de servicios y reservas dentro de la plataforma.

2.12. Conclusión del capítulo

La gestión de personas aplicada al proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero” constituye un componente estratégico fundamental para garantizar el cumplimiento eficiente de los objetivos académicos, tecnológicos, financieros y organizacionales planteados dentro de la investigación.

A lo largo de este capítulo se evidenció la importancia de contar con un equipo multidisciplinario conformado por profesionales especializados en gestión de proyectos, desarrollo tecnológico, marketing, turismo, finanzas y operaciones agroindustriales, permitiendo integrar capacidades complementarias orientadas al desarrollo de una solución tecnológica sostenible e innovadora.

En este sentido, se analizaron aspectos relacionados con la caracterización del equipo, la alianza organizacional, la misión, visión y valores, las políticas de recursos humanos, la definición de roles y responsabilidades, el liderazgo tipo líder-coach, el control y evaluación del desempeño, los KPIs y los costos de recursos humanos. Todos estos componentes permitieron establecer una estructura organizacional alineada con las necesidades técnicas y estratégicas del proyecto.

La incorporación de principios como honestidad, responsabilidad, colaboración, resiliencia, adaptabilidad, sostenibilidad y mejora continua fortalece la dinámica de trabajo del equipo y favorece el desarrollo de un entorno organizacional orientado al aprendizaje colaborativo y al cumplimiento eficiente de objetivos.

De igual manera, la implementación de políticas organizacionales y mecanismos de control permite fortalecer la productividad, optimizar la coordinación multidisciplinaria, reducir riesgos operativos y garantizar calidad en los entregables académicos y técnicos del proyecto.

El enfoque de liderazgo tipo líder-coach adoptado dentro de la iniciativa favorece la participación de los integrantes y fortalece simultáneamente la comunicación, la motivación, la resolución colaborativa de problemas y la capacidad de adaptación frente a desafíos organizacionales y tecnológicos.

Además, la utilización de indicadores clave de desempeño (KPIs) y mecanismos de seguimiento permite medir de manera objetiva el avance del proyecto, la productividad del equipo, la sostenibilidad financiera y el cumplimiento de actividades y entregables.

En el ámbito financiero, el análisis de costos de recursos humanos permitió identificar la inversión requerida para garantizar el funcionamiento operativo y técnico del proyecto, fortaleciendo al mismo tiempo la viabilidad económica y la sostenibilidad organizacional de la iniciativa.

Por lo tanto, este capítulo demuestra que la gestión efectiva del talento humano representa un elemento fundamental para el éxito del proyecto, ya que la capacidad técnica, organizacional y colaborativa del equipo influye directamente en la calidad de la plataforma digital, la sostenibilidad del modelo de negocio, la experiencia del usuario y el cumplimiento de los objetivos estratégicos del trabajo de titulación.

Finalmente, la estructura organizacional definida y las estrategias de gestión de personas implementadas proporcionan las bases necesarias para continuar con el desarrollo de los componentes financieros, empresariales y tecnológicos del proyecto, fortaleciendo la coherencia metodológica y la sostenibilidad integral de la propuesta de investigación orientada al turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

3. Capítulo 3: Financiación de proyectos

3.1. Introducción

Las innovaciones tecnológicas conllevan diferentes acciones, orientadas principalmente al desarrollo de propuesta viables de financiamiento para los proyectos como tal y su crecimiento exponencial determinados en operatividad, economía y desarrollo del planteamiento de propuestas más lucrativas a lo largo del tiempo. De manera muy particular el proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro experiencial del sector bananero” conlleva a un análisis exhaustivo en el ámbito de financiación.

En este capítulo se abordan de manera fundamental todas las acciones que conllevan las responsabilidades de la planificación financiera y de manera subsecuente la evaluación económica del proyecto, en donde se evalúan diferentes aspectos tales como las proyecciones de ingresos, estrategias de monetización, estructura de costos, la viabilidad del proyecto, las fuentes de financiación a lo largo del tiempo del proyecto en el aspecto financiero.

En la misma medida para garantizar una adecuada toma de decisiones y fomentar la eficiencia en los recursos que son elementales al inicio para el correcto desarrollo y funcionamiento, se adhieren las correspondientes herramientas de gestión financiera. Dado que el modelo de negocio es primordialmente orientado a la intermediación digital de experiencias en el sector del agro de manera correspondiente al área de la costa ecuatoriana en el ámbito bananero.

Este paso genera la conexión entre operadores turísticos, los turistas y desde luego aquellos que hacen posible que los campos produzcan el banano es decir los productores agrícolas de los sectores rurales y todo esto se desarrolla a través de una plataforma tecnológica la cual se especializa en generar y ejecutar acciones de conexión entre distintos stakeholders. Por ende, la operación da lugar, a generar sostenibilidad financiera y ser un proyecto escalable. Existen aspectos que sin lugar a dudas tienen una gran relevancia al evaluar la factibilidad del proyecto en términos económicos, haciendo uso de herramientas de control en el aspecto financiero que analicen los ingresos, costos, el retorno de la inversión y la rentabilidad.

El cumplimiento de metas tiene una gran relevancia para la gestión de proyectos, lo que conlleva a un análisis financiero exhaustivo en donde los objetivos están orientados intrínsecamente al alcance, la optimización de recursos, la sostenibilidad y la calidad. Por ende, este análisis financiero da paso a la disminución de riesgos económicos, optimiza inversiones, la adaptación del proyecto en torno a los cambios del entorno mejora y fortalece la operatividad.

De la misma manera se incluye en este capítulo la sostenibilidad financiera, identificando las principales oportunidades de ingresos a través de comisiones por reservas, suscripciones, alianzas estratégicas, servicios promocionales y el posicionamiento comercial, estableciendo principalmente los pilares económicos para posibles expansiones en el futuro que giren en torno a la plataforma digital.

3.2. Estructura para la financiación del proyecto

El proyecto financiero “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro experiencial del sector bananero” tiene como principal enfoque establecer estrategias con enfoque clásicos que aseguren durante su fase de iniciación, un adecuado manejo económico el cual será consecuente a la sostenibilidad financiera y así mismo crecerá a medida que pase el tiempo.

Bajo esos lineamientos se establece un modelo mixto de financiamiento en donde un porcentaje de la inversión inicial la asumen los socios y la otra parte de la inversión la asumen un banco mediante la deuda bancaria. Por tanto, la inversión es de USD50.000,00 en donde la financiación propia es de USD20.000,00 y la ajena de USD30.000,00 y se establecen recursos para el departamento de marketing, branding, el desarrollo tecnológico, el capital de trabajo, los gastos operativos y la infraestructura digital. (Gutiérrez, 2019)

3.2.1. *Financiación propia*

El capital que los socios aportan para la iniciación del proyecto u inicio de operaciones y es el pilar patrimonial de la empresa es denominado como financiación propia, a su vez este capital es utilizado para hacer las inversiones que se requieran para empezar operaciones de la plataforma digital el cual inicia con un aporte por parte de los socios de USD20.000,00 en donde se establecen 2.000 participaciones sociales a USD10,00 el valor nominal de cada participación.

Cabe destacar que la sociedad se distribuyó en partes iguales para cada socio aliado al proyecto, fomentando el compromiso, la participación en la toma de decisiones y la

responsabilidad entre los socios, contribuyendo a disminuir el riesgo financiero del proyecto principalmente en sus inicios, mejorando la solvencia financiera y aumentando la credibilidad ante los acreedores del proyecto. (Gutiérrez, 2019)

3.2.2. *Financiación ajena*

Los préstamos bancarios que se obtienen para la empresa mediante la deuda, usados principalmente para requerimientos de operatividad y tecnología de la empresa se llaman financiación ajena y en este caso el monto asciende a USD30.000,00 y su plazo es de 5 años a una tasa anual del 11% utilizando un sistema de amortización francés, el cual mantiene cuotas periódicas constantes y cuya cuota anual es de USD8.117,11 en donde una parte se dirige al pago de intereses y la otra a la amortización del capital.

Cabe mencionar que debido a los principios administrativos de largo plazo fueron seleccionados por la duración, en donde estos se financian con recursos de temporalidad de horizonte igual, haciendo uso de esta deuda como un medio de apalancamiento positivo en lo económico, aplicable cuando la rentabilidad supera al costo de la deuda.

3.3. **Apalancamiento en Finanzas**

El análisis financiero evidencia que el proyecto presenta un efecto de apalancamiento positivo, debido a que la rentabilidad generada por la operación supera el costo financiero del endeudamiento, con un ROE de 19,18% y un apalancamiento de 1,50 lo que implica que la empresa está en fase inicial, reflejando una rentabilidad del capital propio invertido.

3.4. Costo Del Capital Promedio Ponderado CCPP

La evaluación de la sostenibilidad financiera del proyecto se ejecutó a través del CCPP, coste medio ponderado del capital, el cual es un indicador que se usa como parámetro para la tasa de descuento que a su vez actualiza los futuros flujos del proyecto, el CCPP estimado para el proyecto es: 10,95% en donde se encuentra la tasa impositiva del 25% el interés del préstamo con 11% y un rendimiento que se espera del inversionista del 15%

3.5. Beneficios de aplicar en la estructura financiera acciones claras

Existen varios beneficios al mantener equilibrio entre la rentabilidad, solvencia, la capacidad operativa y la sostenibilidad, esa combinación de financiamiento permite disminuir riesgos y aumentar las fortalezas del flujo de caja dando facilidad al posicionamiento de la empresa en la mente de los posibles usuarios, así como el fortalecimiento de la plataforma digital de manera paulatina en el sector agro experiencial.

3.6. Financiación a corto plazo

Este tipo de financiamiento está orientado a cubrir ciertas necesidades por falta de liquidez de la empresa a la que pudiera incurrir por estaciones de temporalidad, puesto que este modelo de financiamiento resulta útil cuando se presentan desfases en los inicios del proyecto entre los egresos e ingresos con respecto al posicionamiento y el desarrollo de la plataforma. Como complemento a la estructura financiera, se presentan las fuentes de financiamiento utilizadas y su distribución dentro del proyecto (Milian, 2024)

3.7. Póliza de crédito

Los requerimientos operativos del proyecto se abastecen de manera gradual con:

Tabla 1

Tipos de Financiamiento

Tipo de Financiamiento	Valores
Financiamiento propio	USD 20.000,00
Financiamiento ajeno	USD 30.000,00
Total	USD 50.000,00

Esta base financiera ayuda en el desarrollo de la tecnología, así como para el capital de trabajo, el departamento de marketing ayuda con los gastos generados por las operaciones y todo lo relacionado con las actividades que se ejercen al inicio.

3.8. Estado de resultado estimado.

A continuación, se muestran las siguientes operaciones de proyección:

Tabla 2

Estado de Resultado Estimado

Detalle	0 año	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 45.180,00	\$ 58.734,00	\$ 73.417,50	\$ 88.101,00	\$ 101.316,15
(-) Costos fijos	\$ -	\$ 40.044,00	\$ 41.325,00	\$ 42.648,00	\$ 44.013,00	\$ 45.421,00
(-) Costos variables	\$ -	\$ 1.300,00	\$ 1.690,00	\$ 2.112,50	\$ 2.535,00	\$ 2.915,25

(=) Utilidad operativa	\$	-	\$ 3.836,00	\$ 15.719,00	\$ 28.657,00	\$ 41.553,00	\$ 52.979,90
(+) Depreciación	\$	-	\$ 1.942,33	\$ 1.942,33	\$ 1.942,33	\$ 719,00	\$ 719,00
(+) Amortización	\$	-	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
(=) Flujo operativo	\$	-	\$ 8.978,33	\$ 20.861,33	\$ 33.799,33	\$ 45.472,00	\$ 56.898,90
Inversión inicial	\$	(50.000,00)	-	-	-	-	-
(-) Pago préstamo	\$	-	\$ 8.117,11	\$ 8.117,11	\$ 8.117,11	\$ 8.117,11	\$ 8.117,11
FLUJO NETO	\$	(50.000,00)	\$ 861,22	\$ 12.744,22	\$ 25.682,22	\$ 37.354,89	\$ 48.781,79

3.9. Rentabilidad Financiera ROE

El ROE es un indicador que se utiliza para medir el beneficio que se genera sobre el capital cuyo aporte fue realizado por los socios. (Ichsani, 2015)

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimoni}} \times 100$$

$$ROE = \frac{3.836,00}{20.000,00} \times 100$$

$$ROE = 19,18\%$$

El ROE de 19,18% evidencia una rentabilidad del capital propio invertido desde el primer año, propia de la etapa inicial del proyecto, este resultado valida la viabilidad financiera, ya que las proyecciones posteriores muestran porcentajes progresivos de la rentabilidad. Por ende, el ROE inicial es positivo con proyecciones progresiva.

3.10. Riesgos de la financiación a corto plazo

Ciertamente hay muchos beneficios de este tipo de operaciones. No obstante, también existe un lado negativo que se presenta cuando la empresa tiene un alto nivel de dependencia de liquidez, así como también pueden surgir los cambios en las tasas de interés o se puede ejercer presión económica en periodos de baja demanda.

3.11. Tabla de amortización proyectada

El análisis de financiación integra una tabla de amortización estimada por 5 años en donde se reflejan los valores de la deuda bancaria y su progresiva disminución.

Tabla 3

Amortización Proyectada

Año	Saldo inicial	Cuota anual	Interés (11%)	Capital	Saldo final
1	USD30.000,00	USD8.117,11	USD3.300,00	USD4.817,11	USD25.182,89
2	USD25.182,89	USD8.117,11	USD2.770,12	USD5.346,99	USD19.835,90
3	USD19.835,90	USD8.117,11	USD2.181,95	USD5.935,16	USD13.900,74
4	USD13.900,74	USD8.117,11	USD1.529,08	USD6.588,03	USD7.312,71
5	USD7.312,71	USD8.117,11	USD804,40	USD7.312,71	USD0,00

3.12. Ventajas de la financiación a largo plazo

Este tipo de financiación permite obtener ventajas hacia el proyecto tal como la estabilidad financiera, dado que la carga financiera se va distribuyendo a lo largo de los años, otro beneficio

es el hecho de facilitar la inversión que se hace previo a las operaciones, adicional la capacidad de crecimiento de la empresa aumenta, esto va ligado al posicionamiento y expansión, al igual que aprovecha el apalancamiento financiero.

3.13. Relación entre deuda y sostenibilidad financiera

En este tipo de operaciones se demuestra que el nivel de endeudamiento es un catalizador positivo para la empresa dado que se mantiene dentro de los rangos sostenibles, por lo que mantiene un equilibrio entre la deuda y las utilidades, lo que conlleva a cumplir con las obligaciones financieras, manteniendo una rentabilidad operativa positiva y el flujo de caja es la base para mantener las cuotas del préstamo.

3.14. Coste Promedio Ponderado CCPP

El CCPP es un indicador el cual conforma los pilares de la evaluación técnica de un proyecto y su viabilidad en este caso se aplica al Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro experiencial del sector bananero. Por tanto, la empresa involucra el costo promedio que usa a su favor mediante los recursos mixtos, a su vez la tasa de descuento es usada para influir en los futuros flujos de caja y establecer el valor financiero tanto para los acreedores como para los inversionistas, su función se basa en cubrir el coste del capital, así como el riesgo financiero y el coste de la deuda.

3.14.1. Componentes e importancia para el cálculo del CCPP

Con base en los componentes financieros establecidos, se consideran en una tabla los elementos para calcular el CCPP.

Tabla 4

Componentes del CCPP

Variable	Descripción	Valor
E	Capital propio	USD 20.000,00
V	Inversión total	USD 50.000,00
D	Deuda	USD 30.000,00
K_e	Rendimiento esperado del inversionista	15%
K_d	Interés del préstamo	11%
T	Impuesto a la renta	25%
WACC		10,95%

3.14.2. Formula del CCPP

Para realizar el cálculo del CCPP se requiere la siguiente operación;

$$WACC = \left(\frac{E}{V} \times K_e \right) + \left(\frac{D}{V} \times K_d \times (1 - T) \right)$$

En donde E equivale al valor del patrimonio en tanto la D equivale al valor de la deuda, a manera subsecuente la V equivale al valor total del financiamiento (E + D), en tanto K_e equivale al

costo del capital propio, K_d e equivalente al costo de la deuda y en última instancia T conserva la equivalencia a la tasa impositiva.

3.14.3. *Desarrollo del calculo*

Con base en los componentes financieros establecidos, se procede al cálculo del CCPP

$$CCPP = \left(\frac{20.000,00}{50.000,00} \times 15\% \right) + \left(\frac{30.000,00}{50.000,00} \times 11\% \times (1 - 25\%) \right)$$

$$CCPP = (0,40 \times 0,15) + (0,60 \times 0,11 \times (1 - 0,25))$$

$$CCPP = (0,06) + (0,0495)$$

$$CCPP = 0,1095$$

El resultado obtenido es del 10,95% lo que representa la tasa mínima requerida.

3.15. **VAN Valor actual neto**

Este mecanismo se utiliza fundamentalmente para evaluar la suficiencia a futuro de los flujos de caja y determinar el nivel de captación de inversión inicial, cuyo propósito es generar un extra de rentabilidad para los inversores. Su principio se fundamenta en el valor del dinero en el tiempo, cuyo enfoque delimita que el dinero que hoy se recibe vale mucho más que el dinero que pudieran dar en el futuro, esto principalmente a detalles que se relacionan con la inflación, el riesgo, costo del capital y oportunidad de inversión.

3.15.1. *Fórmula del VAN*

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Siendo:

FC_t = Ingreso de efectivo en el período t

i = Costo de oportunidad, aplicados a los flujos de efectivo futuros en valor presente.

t = Período

I_0 = Capital invertido al inicio del proyecto.

3.15.2. *Variables usadas en el análisis*

Las variables usadas en el proyecto son las siguientes:

Tabla 5

Variables de Análisis del WACC

Concepto	Valor
Inversión inicial	USD 50.000,00
Tasa de descuento o WACC	10,95%
Tiempo de proyección	5 años

3.15.3. Interpretación del VAN

Si se establece que el VAN es > 0 entonces se recupera inversión, genera rentabilidad superior al costo de capital y aumento del valor económico. Si el caso refleja que el VAN es $= 0$ el proyecto recupera inversión sin mantener o añadir a sus estados un valor adicional. No obstante, si el VAN es < 0 el proyecto destruye el valor financiero. Por ende, resulta innecesario seguir con el proyecto.

Para este caso se obtuvo un VAN de 57.356,43; al ser un valor positivo, implica un proyecto viable, debido a que se recupera la inversión inicial y genera un excedente financiero bajo las proyecciones presentadas.

3.16. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno se considera como el indicador financiero fundamental para dictaminar la viabilidad y rentabilidad financiera del proyecto enfocado en el “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero”. Este indicador cuantifica el rendimiento porcentual derivado del capital aportado al inicio, fundamentándose en las proyecciones de ingresos y egresos calculadas para el tiempo de vida del proyecto.

Fórmula:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1 + TIR)^t} - I_0$$

Donde:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

TIR = tasa interna de retorno,

n = período de tiempo,

FCN = Flujos Netos de Caja (ingresos y egresos proyectados).

Io = Inversión inicial.

El estudio financiero confirma que el proyecto alcanza una TIR de 41.56% que supera el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) del 10.95%, validando así su viabilidad económica y su aptitud para generar valor a los accionistas. Esta métrica no solo facilita la comparación de alternativas, sino que asegura que la rentabilidad estimada es suficiente para absorber los riesgos financieros y generar beneficios económicos sostenibles (Ross et al., 2019).

3.16.1. Importancia de la TIR dentro del proyecto

La relevancia de este indicador radica en su capacidad para evaluar la rentabilidad del proyecto y facilitar la comparación entre diversas alternativas de inversión bajo un enfoque de sostenibilidad financiera. Al fortalecer la toma de decisiones estratégicas, la TIR permite identificar la idoneidad de la iniciativa y determinar si el rendimiento proyectado compensa los riesgos asumidos. En el contexto de la presente plataforma digital, actúa como el validador principal de la viabilidad económica, asegurando que el modelo de negocio sea capaz de generar beneficios reales para los socios involucrados.

3.16.2. *Relación entre TIR y WACC*

La relación entre la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) es fundamental para evaluar la viabilidad financiera de un proyecto de inversión, ya que la TIR representa la rentabilidad esperada del proyecto, mientras que el WACC refleja el costo promedio de los recursos financieros utilizados por la empresa (Stephen A. Ross, 2019), en este sentido, un proyecto es considerado aceptable cuando la TIR es mayor que el WACC, porque significa que la inversión generará un rendimiento superior al costo de financiarla, creando valor para la empresa, mientras que si la TIR es menor al WACC, el proyecto podría generar pérdidas o destruir valor económico.

El presente análisis, con un WACC estimado del 10.95% y una TIR que supera dicho umbral, se demuestra indudablemente que la inversión es atractiva y que la rentabilidad sobrepasa el costo del capital aportado. (Gitman y Zutter, 2012):

3.16.3. *Interpretación financiera de la TIR*

La interpretación de este indicador evidencia que el proyecto posee la solidez necesaria para recuperar la inversión inicial, cubrir costos operativos y generar utilidades. La Tasa Interna de Retorno (TIR) determina que un proyecto es viable cuando su tasa de rendimiento supera la tasa de descuento o costo de oportunidad del capital (WACC). En este caso de estudio, se observa que:

$$\text{TIR (41.56\%)} > \text{WACC (10.95\%)}$$

En virtud de que la Tasa Interna de Rendimiento supera al costo promedio ponderado de capital, queda demostrada la factibilidad económica de la propuesta, sugiriendo su ejecución. Esta condición económica asegura que la operación de la plataforma no solo es capaz de cubrir sus propios costos operativos y el costo del financiamiento, asegurando además un retorno de capital superior para los accionistas, esta rentabilidad se fundamenta principalmente en la generación de ingresos digitales, el crecimiento del turismo de experiencias y la consolidación de alianzas estratégicas en el sector agroindustrial.

3.16.4. *Relación entre TIR y rentabilidad del proyecto*

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se encuentra vinculada con la eficiencia operativa, el nivel de ingresos, el control de costos y la sostenibilidad financiera del proyecto, ya que, mientras mayores sean los flujos positivos generados, mayor será la rentabilidad y la capacidad de recuperación de la inversión. En este contexto, el proyecto contempla la implementación de estrategias orientadas a diversificar las fuentes de ingresos, optimizar los costos operativos, fortalecer el posicionamiento comercial y aumentar la capacidad de monetización de la plataforma, con el propósito de mejorar su desempeño financiero y garantizar su viabilidad a largo plazo.

3.16.5. *Ventajas de la TIR como indicador financiero*

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa una métrica financiera relevante al momento de medir la rentabilidad de un proyecto, ya que permite medir el rendimiento esperado de la

inversión mediante un porcentaje fácilmente interpretable. Su principal ventaja radica en facilitar la comparación entre distintas alternativas de inversión, contribuyendo a una toma de decisiones más objetiva y estratégica.

Además, la TIR considera el valor del dinero en el tiempo al actualizar los flujos de caja futuros, lo que proporciona un análisis financiero más preciso y realista. De igual manera, facilita la verificación del rendimiento estimado y se logre solventar el financiamiento del proyecto, compensando los riesgos financieros asumidos. En este sentido, la TIR fortalece la evaluación de la viabilidad económica del proyecto y respalda su capacidad para generar beneficios sostenibles a largo plazo.

3.16.6. Limitaciones de la TIR

A pesar de su utilidad, la TIR presenta ciertas restricciones, tales como su sensibilidad ante variaciones drásticas en las proyecciones financieras y la complejidad de su interpretación en escenarios con flujos de caja no convencionales. En proyectos donde existen múltiples cambios de signo en los flujos, podrían generarse resultados inciertos, aunque esta situación no se manifiesta en el presente estudio. Debido a estas limitaciones, es imperativo complementar el análisis con otros indicadores como el VAN, el Payback y el ROE para obtener una visión integral de la salud financiera del proyecto.

3.16.7. *Importancia estratégica de la TIR dentro del proyecto*

Desde un enfoque estratégico, la TIR permite demostrar la capacidad de la plataforma para sostener su crecimiento, atraer nuevos capitales y consolidar un modelo empresarial competitivo. Su análisis fortalece la planificación a largo plazo y garantiza que la gestión de la plataforma digital esté alineada con objetivos de sostenibilidad económica. En última instancia, este indicador es el testimonio financiero del potencial de éxito de la propuesta de Desarrollo de una Plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

3.17. **Período de Recuperación de la Inversión (Payback)**

El payback o periodo de retorno, es un indicador financiero estratégico en la evaluación de la viabilidad económica del proyecto, ya que calcula el plazo en el que los flujos netos de efectivo logran compensar el capital inicialmente aportado. Su importancia radica en que facilita el análisis del riesgo financiero y la capacidad de liquidez del proyecto, especialmente durante las primeras etapas de funcionamiento, cuando la estabilidad económica resulta determinante para garantizar la continuidad operativa. Asimismo, el análisis evidencia que el proyecto cuenta con diversas fuentes de ingresos, como reservas turísticas, servicios promocionales, suscripciones, alianzas estratégicas y monetización digital, lo que fortalece la recuperación progresiva del capital. (Sapag & Sapag, 2014) (Ross et al., 2019).

3.17.1. *Fórmula del Payback*

La fórmula general utilizada para calcular el período de recuperación es:

Donde:

El cálculo del período de recuperación se realiza dividiendo el monto de la inversión inicial para el flujo neto de caja anual generado por el proyecto. En esta ecuación, la inversión contempla la totalidad de los recursos asignados al inicio, mientras que el flujo anual representa los beneficios netos que la plataforma produce de manera recurrente tras cubrir sus gastos operativos.

3.17.2. *Variables utilizadas en el análisis*

A partir de la proyección financiera, se observa que el punto de equilibrio y la recuperación total de la inversión inicial de USD 50.000,00 se alcanzan efectivamente durante el transcurso del Año 4.

Al finalizar el año 3, el proyecto aún registra un saldo pendiente por recuperar de USD 10.712,33. Sin embargo, gracias al sólido flujo neto de efectivo generado en el Año 4 (USD 37.354,89), el saldo acumulado pasa a ser positivo y se cierra el ciclo con una ganancia acumulada de USD 26.642,56. Al aplicar el cálculo lineal exacto, se determina que el periodo de recuperación del capital (Payback) es de 3 años, 3 meses y 13 días. Esto demuestra la viabilidad y el rápido retorno financiero del proyecto dentro del horizonte evaluado.

3.17.3. Resultado del período de recuperación (Payback)

El análisis financiero del proyecto evidencia que la inversión inicial de USD 50.000 puede recuperarse en el cuarto año para ser exactos 3 años, 3 meses y 13 días. Resultado que refleja una adecuada capacidad de recuperación dentro de un período considerado razonable para proyectos tecnológicos y plataformas digitales vinculadas al sector turístico.

Este indicador demuestra que el proyecto posee sostenibilidad financiera y capacidad para generar flujos de caja positivos de manera progresiva, sustentados en el crecimiento de los ingresos, las comisiones por reservas, la monetización de servicios digitales, las estrategias de posicionamiento comercial y la consolidación gradual del mercado objetivo. Desde la perspectiva financiera, un Payback en los 3.29 años permite identificar un nivel de riesgo moderado con una tendencia hacia la baja a partir de mediano plazo. Este período de recuperación, respaldado por una sólida viabilidad operativa, fortalece la confianza en la capacidad de la plataforma para retornar el capital invertido, sostener su crecimiento y consolidarse estratégicamente dentro del mercado turístico agro-experiencial ecuatoriano.

3.17.4. Relación entre Payback y sostenibilidad financiera

El período de recuperación de la inversión mantiene una relación directa con la rentabilidad, la liquidez, el flujo de caja y la capacidad operativa del proyecto, debido a que permite evaluar la rapidez con la que el capital invertido puede ser recuperado mediante los ingresos generados por la operación. En este sentido, mientras menor sea el tiempo de

recuperación, mayor será la estabilidad financiera del proyecto, así como la capacidad de reinversión y la reducción del riesgo económico para los socios e inversionistas. Asimismo, un Payback favorable fortalece la confianza de los inversionistas y mejora las posibilidades de acceso a financiamiento externo, contribuyendo de manera significativa a la sostenibilidad empresarial y al crecimiento de la plataforma dentro del mercado turístico agro-experiencial.

3.17.5. *Ventajas del Payback como indicador financiero*

La utilización del Payback como indicador financiero presenta diversas ventajas dentro del análisis del proyecto, destacando en primer lugar su facilidad de interpretación, ya que permite identificar de manera clara y directa el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial. Asimismo, constituye una herramienta útil para la evaluación de la liquidez, al evidenciar la capacidad del proyecto para generar una recuperación temprana del capital invertido. De igual manera, contribuye al análisis del riesgo financiero, dado que un menor período de recuperación implica una menor exposición financiera y, por ende, un menor nivel de riesgo asociado a la inversión. Finalmente, el Payback funciona como un indicador complementario dentro del análisis Financiero, ya que su análisis en conjunto con otros indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el ROE y el estudio de rentabilidad, fortalece así la toma de decisiones estratégicas del proyecto.

3.17.6. *Limitaciones del Payback*

El Payback constituye una herramienta útil para el análisis financiero, también presenta ciertas limitaciones, principalmente porque no considera los flujos de caja generados después de haber recuperado la inversión, lo que impide medir la rentabilidad total del proyecto. Asimismo, en su forma tradicional, puede omitir el impacto del valor del dinero en el tiempo. Por estas razones, el presente estudio integra este indicador con métricas más complejas como el VAN y el WACC para asegurar una evaluación financiera rigurosa y completa.

3.17.7. *Estrategias para mejorar el período de recuperación*

El proyecto incorpora diversas estrategias enfocadas en acelerar el retorno de la inversión, buscando así disminuir el plazo requerido para llegar al punto de equilibrio financiero. Estas acciones contemplan:

Incrementar las ventas y captación de clientes mediante campañas de marketing digital, alianzas estratégicas y programas de fidelización, lo que permitiría aumentar los ingresos desde los primeros años de operación.

Diversificar las fuentes de ingreso, incorporando nuevos servicios complementarios, membresías premium, publicidad o paquetes turísticos, generando mayores flujos de efectivo.

Optimizar costos operativos, especialmente en gastos administrativos, tecnológicos y promocionales, para mejorar el margen de utilidad y acelerar la recuperación de la inversión.

Aplicar estrategias de precios dinámicos, ajustando tarifas según temporadas, demanda y perfil del cliente, con el fin de maximizar ingresos.

Reinvertir parte de las utilidades iniciales en actividades de crecimiento comercial y tecnológico que permitan aumentar la productividad y la eficiencia operativa.

Negociar mejores condiciones de financiamiento, como tasas de interés más bajas o plazos más amplios, reduciendo la presión financiera en los primeros años del proyecto.

Estas estrategias permitirían generar mayores flujos de caja en menor tiempo, disminuyendo el Payback y fortaleciendo la sostenibilidad financiera del emprendimiento.

3.18. Rentabilidad Financiera y Análisis del ROE

La rentabilidad financiera constituye un elemento clave en la evaluación del proyecto “Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero”, ya que permite determinar la capacidad de generar beneficios económicos a partir del capital aportado por los socios. En este contexto, el indicador más representativo es el Return on Equity (ROE), el cual mide el rendimiento obtenido sobre el patrimonio neto de la empresa y refleja la eficiencia en el uso de los recursos propios para la generación de utilidades.

Asimismo, el ROE es ampliamente utilizado en el análisis financiero porque facilita la comparación entre distintas alternativas de inversión y contribuye al fortalecimiento de la toma de decisiones estratégicas orientadas a consolidar el crecimiento corporativo y la viabilidad financiera futura. En este sentido, el análisis del proyecto evidencia un ROE favorable. En el primer año es

negativo, ya que se inicia la ejecución del emprendimiento y existen costos iniciales y un proceso de posicionamiento, en los siguientes años el indicador se vuelve positivo y obtiene un crecimiento acelerado en el tiempo, lo que evidencia una rentabilidad del capital propio invertido estable (Gitman & Zutter, 2012): (Ross et al., 2019).

3.18.1. Importancia del ROE dentro del proyecto

La importancia del ROE dentro del proyecto radica en su función como indicador clave para medir la rentabilidad financiera, evaluar la eficiencia en el uso del capital y analizar la generación de valor para los socios, contribuyendo así al fortalecimiento de la evaluación económica del proyecto.

Asimismo, permite identificar aspectos determinantes como la sostenibilidad financiera, la capacidad de crecimiento, la competitividad económica y el rendimiento esperado de la inversión. En este sentido, el ROE adquiere especial relevancia dentro del proyecto de plataforma digital, debido a la inversión inicial significativa requerida y al objetivo de consolidarse como un modelo de negocio rentable y escalable en el sector turístico.

3.18.2. Fórmula del ROE

La fórmula utilizada para calcular la rentabilidad financiera es la siguiente:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

Donde:

La utilidad neta corresponde al beneficio obtenido por el proyecto una vez descontados todos los costos, gastos e impuestos, mientras que el patrimonio neto representa el capital aportado por los socios, reflejando los recursos propios invertidos en la empresa.

3.18.3. *Variables utilizadas para el cálculo*

El análisis financiero del proyecto considera los siguientes valores:

Tabla 6

Año 1

Concepto	Valor
Utilidad neta proyectada	USD 3.863
Patrimonio neto	USD 20.000

Aplicando estos valores:

$$ROE = \frac{3.836}{20.000} \cdot 100$$

$$ROE = 19.18\%$$

3.18.4. *Interpretación financiera del ROE*

El análisis del Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE) muestra una evolución altamente favorable y de crecimiento sostenido a lo largo del horizonte proyectado de 5 años, el indicador

registra un resultado positivo del 19.18%, lo que valida una rentabilidad inicial sólida sobre el capital propio invertido de USD 20.000.

A partir del año tendencia⁵, el proyecto evidencia un incremento sobresaliente en la capacidad del negocio para generar valor financiero. Esta tendencia alcista responde directamente al crecimiento proyectado de año utilidad neta, la cual pasa de USD 3.836,00 en el primer año a USD 52.979,90 en el quinto. Dado que el patrimonio inicial mantiene como base de comparación, el indicador demuestra alta eficiencia operativa y un excelente aprovechamiento de los recursos aportados por los socios, consolidan al proyecto de inversión altamente atractivo y de rápido retorno.

3.18.5. Relación entre ROE y apalancamiento financiero

La relación entre el ROE y el apalancamiento financiero en el proyecto evidencia un efecto positivo del uso de deuda, estimado en aproximadamente 1.50. Este resultado indica que la incorporación de financiamiento externo contribuye al incremento de la rentabilidad del capital propio, debido a que la rentabilidad económica del proyecto supera el costo asociado a la deuda. En este sentido, la estructura financiera adoptada resulta favorable para los socios, ya que permite potenciar el rendimiento del patrimonio sin afectar la sostenibilidad financiera del proyecto. En consecuencia, el uso eficiente del apalancamiento financiero fortalece la generación de valor y mejora el desempeño del ROE, consolidando una estrategia financiera coherente con los objetivos de rentabilidad y crecimiento del proyecto.

3.18.6. Factores que influyen en la rentabilidad financiera

La rentabilidad proyectada del proyecto está determinada por diversos factores clave vinculados al crecimiento de los ingresos, el control de costos, la eficiencia operativa, la sostenibilidad comercial y el posicionamiento en el mercado. En este sentido, el desempeño financiero depende de la capacidad del proyecto para consolidar estas variables de manera integrada y sostenida en el tiempo.

Asimismo, la naturaleza digital de la plataforma favorece la escalabilidad del modelo de negocio, la reducción de costos marginales, el crecimiento progresivo y la diversificación de las fuentes de ingreso, lo que incrementa su potencial de rentabilidad. En particular, los ingresos proyectados se sustentan principalmente en comisiones por reservas, servicios promocionales, publicidad digital, alianzas estratégicas y la monetización de servicios turísticos, lo cual contribuye a fortalecer la viabilidad económica y el crecimiento sostenible del proyecto.

3.18.7. Ventajas del ROE como indicador financiero

La utilización del ROE como indicador financiero presenta múltiples ventajas dentro del análisis del proyecto, ya que permite medir de forma directa la rentabilidad obtenida por los socios sobre el capital invertido, reflejando así el beneficio generado a partir de su participación. Asimismo, facilita la comparación entre diferentes alternativas de inversión, tanto empresariales como financieras, lo que contribuye a una mejor toma de decisiones estratégicas. De igual manera, el ROE permite evaluar la eficiencia financiera del proyecto al analizar su capacidad para

transformar la inversión en utilidades reales. De manera integral, esta métrica optimiza el proceso de toma de decisiones al aportar información esencial respecto a la viabilidad a largo plazo y la capacidad de expansión financiera que posee la propuesta.

3.18.8. Limitaciones del ROE

Aunque el ROE es un indicador fundamental para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto, posee limitantes específicas que no deben ignorarse en su análisis. Inicialmente, su valor puede verse afectado por el nivel de endeudamiento, lo que puede distorsionar la percepción real del rendimiento del capital propio. Asimismo, es sensible a variaciones contables, ya que depende directamente de la utilidad neta, la cual puede fluctuar por criterios contables o ajustes financieros.

De igual manera, el ROE no garantiza una proyección exacta del comportamiento futuro de ingresos y costos, lo que limita su capacidad predictiva.

Por estas razones, un ROE elevado no necesariamente implica un menor riesgo financiero, por lo que es necesario complementarlo con otros indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), el Payback y el análisis de flujos de caja, para garantizar una validación económica del proyecto ya sea verdaderamente integral y precisa.

3.18.9. Importancia estratégica del ROE dentro del proyecto

La importancia estratégica del ROE dentro del proyecto radica en que su análisis permite fortalecer la evaluación económica, la sostenibilidad financiera, la capacidad de crecimiento y la

planificación estratégica del modelo de negocio. Este indicador evidencia que la plataforma digital posee la capacidad de generar utilidades sostenibles, recuperar la inversión realizada, atraer inversionistas y consolidarse como un proyecto rentable en el tiempo.

En consecuencia, el ROE se constituye en un componente financiero de carácter estratégico, ya que permite demostrar la capacidad del proyecto para generar rentabilidad y reforzar su sostenibilidad dentro del mercado turístico agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano.

3.19. Análisis de Sostenibilidad Financiera del Proyecto

La sostenibilidad financiera garantiza la permanencia, escalabilidad y continuidad operativa de la plataforma digital en el mediano y largo plazo. Este análisis certifica que el modelo de negocio posee la capacidad técnica de generar flujos de efectivo suficientes para cubrir los costos de operación, mitigar los riesgos del apalancamiento financiero, cumplir con el servicio de la deuda y financiar las necesidades de reinversión tecnológica futura sin depender de constantes inyecciones de capital externo.

El proyecto presenta una estructura financiera compuesta por 40% de capital propio (USD 20.000) y 60% de financiamiento externo (USD 30.000), generando un apalancamiento financiero de 1,50, lo que permite potenciar la rentabilidad mediante el uso de recursos externos.

Las proyecciones fueron elaboradas para un horizonte de 5 años, considerando tasas de crecimiento anual de 30%, 25%, 20% y 15%, reflejando una expansión progresiva y conservadora

del negocio. Como resultado, los ingresos proyectados aumentan de USD 45.180 en el primer año a USD 101.316,15 en el quinto año, impulsados por el crecimiento de suscriptores, reservas y servicios complementarios.

Los costos y gastos operativos se estimaron considerando una inflación del 3,2% y el crecimiento operativo del proyecto. Sin embargo, los ingresos crecen a un mayor ritmo, permitiendo que la utilidad operativa pase de USD 3.836 a USD 52.979,90 al final del período proyectado.

Los resultados de los indicadores financieros demuestran que el proyecto es viable. La obtención de un Van equivalente a USD 57.356,43 evidencia la rentabilidad de la propuesta y asegura la recuperación de la inversión inicial; la TIR de 41,56%, superior al WACC de 10,95%, evidencia una rentabilidad atractiva; mientras que el Payback de 3,29 años indica una recuperación de la inversión en un período razonable. Además, el ROE crece de 19,18% a 264,90%, reflejando una alta rentabilidad sobre el patrimonio.

Los resultados proyectados confirman la capacidad del modelo de negocio para generar utilidades, sostenerse en el tiempo y mantener su viabilidad financiera en los periodos futuros.

3.19.1. Importancia de la sostenibilidad financiera

La sostenibilidad financiera constituye un elemento fundamental para garantizar la continuidad operativa, la estabilidad económica, el desarrollo de la empresa y su flexibilidad para responder a las transformaciones del entorno. Asimismo, contribuye al fortalecimiento de la

confianza de los inversionistas, facilita el acceso a financiamiento, potencia la capacidad de innovación y favorece el desarrollo progresivo del modelo de negocio.

En el caso del presente proyecto, la sostenibilidad financiera resulta especialmente relevante debido a la necesidad de mantener una actualización tecnológica constante, invertir en marketing digital, asegurar el mantenimiento operativo y fortalecer de manera continua las alianzas estratégicas, aspectos esenciales para garantizar la viabilidad y permanencia de la plataforma en el tiempo.

3.19.2. *Fuentes de ingresos del proyecto*

El modelo financiero del proyecto contempla diversas fuentes de ingresos con el propósito de reducir la dependencia de una única fuente económica y fortalecer la estabilidad financiera del negocio. Entre las principales fuentes proyectadas se incluyen las comisiones por reservas turísticas, suscripciones de operadores turísticos, servicios promocionales, publicidad digital, alianzas estratégicas y la monetización de servicios complementarios.

Esta diversificación de ingresos contribuye significativamente a la reducción de riesgos financieros, mejora la liquidez del proyecto, incrementa su capacidad de crecimiento y fortalece su sostenibilidad económica, asegurando una estructura financiera más sólida y resiliente en el tiempo.

3.19.3. *Relación entre ingresos y costos operativos*

La relación entre ingresos y costos operativos en el proyecto evidencia una estructura financiera favorable, ya que se proyecta la capacidad de generar ingresos superiores a los costos operativos y financieros. Los principales costos asociados incluyen el desarrollo tecnológico, el mantenimiento de la plataforma, el marketing digital, los gastos administrativos, los recursos humanos y las obligaciones financieras, los cuales constituyen la base operativa del modelo de negocio.

Sin embargo, la naturaleza digital del proyecto permite reducir costos marginales, incrementar la escalabilidad y optimizar la relación entre ingresos y gastos operativos. En este contexto, a medida que aumente el número de usuarios y se fortalezcan las alianzas estratégicas, los ingresos tenderán a crecer de forma proporcional, mientras que ciertos costos permanecerán relativamente estables, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad y eficiencia económica del proyecto.

3.19.4. *Indicadores financieros favorables*

El proyecto presenta indicadores financieros que fortalecen su sostenibilidad económica, entre ellos:

Indicador	Resultado
WACC	10.95%
ROE	19.18%

Payback		3.29 años
Apalancamiento	positivo	1.50
VAN		Positivo
TIR		Superior al WACC

La evaluación de los indicadores financieros favorables del modelo de negocio permite dictaminar que estos resultados demuestran de manera concluyente la viabilidad económica, la capacidad de generación de valor, la sostenibilidad financiera y el potencial de crecimiento del proyecto.

El alineamiento sistemático de un Valor Actual Neto mayor a cero, una Tasa Interna de Retorno por encima del costo de capital, un periodo de amortización que minimiza la incertidumbre dentro del horizonte temporal y un sobresaliente rendimiento sobre el capital propio, consolida la propuesta como una alternativa de inversión altamente atractiva, eficiente y con una sólida proyección de escalabilidad en el mercado.

3.19.5. Estrategias para fortalecer la sostenibilidad financiera

El proyecto incorpora diversas estrategias orientadas a fortalecer la sostenibilidad financiera y asegurar la estabilidad económica y el crecimiento progresivo de la plataforma. Entre ellas destacan las siguientes:

Fortalecer las fuentes de monetización mediante comisiones, suscripciones premium, publicidad y servicios B2B para reducir la dependencia de un solo ingreso.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Consolidar el PMV: priorizar una implementación gradual de la plataforma, enfocándose en calidad, confianza y validación de las primeras reservas antes de expandirse.

Fortalecer el efecto de red: atraer más turistas y productores bananeros mediante incentivos, alianzas estratégicas y programas de fidelización.

Optimizar costos operativos: automatizar procesos digitales y controlar gastos administrativos para mantener un flujo de caja positivo y mejorar la rentabilidad.

Reinvertir utilidades: Destinar parte de las ganancias al desarrollo tecnológico, marketing y expansión de experiencias agro-turísticas.

Mantener una gestión financiera prudente: controlar el endeudamiento y monitorear indicadores como VAN, TIR, ROE y punto de equilibrio para asegurar estabilidad a largo plazo.

Generar alianzas institucionales: trabajar con entidades públicas, cooperativas y organizaciones de turismo sostenible para ampliar financiamiento y visibilidad del proyecto.

El proyecto presenta un modelo rentable y sostenible, apoyado en la diversificación de ingresos, la innovación digital y alianzas estratégicas que favorecen su crecimiento a largo plazo.

3.19.6. Riesgos que pueden afectar la sostenibilidad financiera

A pesar de que los parámetros económicos muestran un escenario favorable para la iniciativa, coexisten distintos factores de riesgo capaces de comprometer su viabilidad financiera futura y su permanencia en el tiempo. Entre los principales se encuentran la baja adopción inicial

de usuarios, los cambios en las tendencias del sector turístico, la competencia en el entorno digital, las variaciones en la economía y la dependencia de estrategias comerciales para el crecimiento.

También factores externos como la dinámica del turismo, la situación económica nacional, la conectividad digital y el comportamiento del consumidor pueden incidir significativamente en los resultados financieros proyectados. En este contexto, el proyecto incorpora mecanismos de monitoreo financiero, evaluación continua, análisis de riesgos y mejora organizacional, con el fin de anticipar posibles contingencias y fortalecer su capacidad de adaptación y resiliencia.

3.19.7. *Relación entre sostenibilidad financiera y sostenibilidad social*

La sostenibilidad financiera y la sostenibilidad social están estrechamente relacionadas, ya que un proyecto económicamente rentable tiene mayor capacidad para generar impacto social positivo y mantenerse en el tiempo. En este sentido, la estabilidad financiera permite garantizar continuidad operativa, creación de empleo, acceso a servicios y desarrollo económico local.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) buscan equilibrar el crecimiento económico, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental como pilares fundamentales del desarrollo sostenible (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2024).

En el caso del proyecto, las proyecciones financieras muestran ingresos crecientes, generación de utilidades y recuperación de la inversión en un período de 3,29 años, lo que garantiza sostenibilidad económica y capacidad para mantener sus operaciones en el largo plazo.

Esto contribuye directamente al cumplimiento del **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**, promovido por Naciones Unidas en Ecuador, el cual impulsa el emprendimiento, la innovación y la generación de empleo productivo (Naciones Unidas en Ecuador, 2024).

Asimismo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala que la inversión sostenible debe considerar tanto el desempeño financiero como el impacto social, fomentando la inclusión económica y el trabajo decente (Organización Internacional del Trabajo, 2024).

Por tanto, la rentabilidad proyectada del negocio no solo asegura viabilidad financiera, sino también sostenibilidad social, al permitir la creación de oportunidades económicas, fortalecimiento del ecosistema turístico y aporte al desarrollo local de manera sostenible.

3.19.8. *Importancia estratégica de la sostenibilidad financiera*

La sostenibilidad financiera constituye un elemento estratégico esencial para garantizar la continuidad operativa, el crecimiento empresarial, la innovación tecnológica y la consolidación comercial del proyecto.

Asimismo, permite atraer inversión, fortalecer la competitividad, mejorar la capacidad de adaptación frente a cambios del entorno y sostener procesos de expansión en el tiempo. En este sentido, el análisis realizado evidencia que el proyecto cuenta con condiciones favorables para consolidarse como una plataforma digital rentable y sostenible dentro del mercado turístico agro-experiencial del sector.

3.20. Conclusión del Capítulo

En conclusión, la financiación de proyectos se configura como un componente estratégico esencial en el desarrollo de la propuesta Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero, al permitir evaluar de manera integral su viabilidad económica, sostenibilidad financiera y capacidad de crecimiento en el corto, mediano y largo plazo. A lo largo del capítulo se analizaron elementos fundamentales como la estructura financiera, la financiación a corto y largo plazo, el WACC, el VAN, la TIR, el Payback, el ROE y la sostenibilidad económica, los cuales posibilitaron una evaluación completa de la capacidad del proyecto para generar valor dentro del mercado turístico agro-experiencial ecuatoriano.

Los resultados obtenidos evidencian una estructura financiera equilibrada, compuesta por capital propio y financiamiento externo, lo que permite sostener una inversión total de USD 50.000 destinada al desarrollo tecnológico, la operación inicial y el posicionamiento comercial de la plataforma. Asimismo, los indicadores financieros reflejan condiciones favorables, con un WACC de 10.95%, un ROE de 19.18% en el primer año con crecimiento en los años posteriores, un Payback de 3 años, 3 meses y 13 días, un efecto positivo de apalancamiento financiero de 1.50, además de un VAN favorable y una TIR que sobrepasa al costo de capital, confirmando la generación de valor económico, la recuperación de la inversión y la viabilidad del proyecto.

De igual manera, el análisis demuestra que el financiamiento externo ha sido estructurado de forma sostenible, permitiendo optimizar el capital de trabajo sin comprometer la estabilidad financiera. A esto se suma la diversificación de ingresos, la escalabilidad del modelo digital y el

enfoque de sostenibilidad integral, que incorpora impactos económicos, sociales y territoriales orientados al fortalecimiento del turismo rural y la generación de oportunidades para comunidades del sector bananero.

En consecuencia, el capítulo concluye que el proyecto posee viabilidad financiera, sostenibilidad y capacidad de consolidarse como un modelo de negocio rentable dentro del sector turístico agro-experiencial, proporcionando bases sólidas para su desarrollo estratégico y su implementación futura.

4. Capítulo 4: Creación de Empresas

4.1. Definición del Modelo de Negocio

El proyecto plantea un modelo de negocio innovador ya que integra componentes tecnológicos, turísticos y agroindustriales con el propósito de generar un valor económico, social, cultural y territorial dentro del contexto ecuatoriano. Esta iniciativa surge como respuesta a la necesidad de digitalizar y visibilizar la oferta turística existente en otros sectores, adaptarla al sector bananero para así crear esta oferta turística valiendo el interés creciente de los consumidores por experiencias auténticas, sostenibles y culturales.

En este sentido lo que busca el proyecto es articular la producción agrícola con turismo experiencial mediante el uso de plataformas digitales que faciliten la conexión entre los turistas, fincas productoras de banana, comunidades y operadores turísticos.

La empresa se considera un emprendimiento tecnológico orientado al diseño, desarrollo y administración de la plataforma digital especializada en experiencias agro- experiencias relacionadas con el banano ecuatoriano. Su principal función consiste en actuar a manera de intermediario digital entre la oferta de servicios turísticos y la demanda turística tanto nacional como internacional.

El modelo operativo permite que los usuarios puedan explorar experiencias turísticas, realizar reservas de experiencias, acceder a información detallada, pagos en línea y participar activamente en actividades que los vinculen al entorno agrícola. Dentro de las principales experiencias ofertadas dentro de la plataforma se encuentran recorridos guiados por las plantaciones bananeras, participación en actividades agrícolas y talleres de manera educativa, degustación de los productos e interacción cultural con comunidades rurales. A partir de este punto se plantea la combinación de dos enfoques comerciales:

4.1.1. *Modelo B2C – Business to Consumer*

Este modelo está orientado a turistas nacionales e internacionales que se encuentren interesados en el turismo sostenible, experiencias rurales con aprendizaje cultural y actividades agro- experiencias.

4.1.2. *Modelo B2B- Business to Business*

Este modelo está dirigido a agencias de viajes, operadores turísticos, instituciones educativas e intermediarios turísticos quienes podrán utilizar la plataforma como un canal de comercialización de experiencias innovadoras enfocadas en el sector bananero.

La propuesta de valor del proyecto se basa en la digitalización de un sector que tradicionalmente no se encuentra integrado al ecosistema tecnológico. El modelo del proyecto no comercializa solamente recorridos turísticos, sino experiencias integrales que involucran producción agrícola, sostenibilidad, cultura rural y aprendizaje experiencial. El elemento diferenciador principal consiste en ofrecer rapidez, accesibilidad y seguridad en la reserva de experiencias turísticas que anteriormente eran difíciles de encontrar o contratar de manera independiente.

De la misma manera el proyecto incorpora un modelo de ingresos altamente diversificado compuesto por comisiones por reservas, suscripciones de las fincas productoras, publicidad digital, alianzas estratégicas y patrocinio empresarial. Lo que permite esta diversificación es reducir riesgos financieros, fortalecer la sostenibilidad económica del proyecto, mejorar liquidez y aumentar escalabilidad operativa.

Un componente altamente relevante del modelo de negocio presentado corresponde a la capacidad de expansión hacia otros sectores agro-productivos del Ecuador tales como el cacao,

café, rosas, y varios de los productos agrícolas de exportación, esto recalca el potencial de crecimiento del proyecto incluso más allá del sector bananero.

En cuanto a términos de sostenibilidad, el modelo empresarial presentado se encuentra alineado con tendencias globales relacionadas con el turismo responsable, desarrollo territorial, sostenibilidad ambiental y fortalecimiento de economías rurales. Además, dentro de los criterios ESG (Environmental, Social and Governance) el proyecto se orienta a promover buenas prácticas agrícolas, inclusión social, transparencia de procesos y sostenibilidad organizacional. Dentro de la perspectiva tecnológica, la plataforma digital constituye el principal activo estratégico del negocio, ya que esta infraestructura permitirá gestionar, reservas, administrar usuarios, integrar pagos digitales, generar recomendaciones personalizadas y facilitar procesos de interacción entre clientes y operadores turísticos.

Cabe mencionar que el modelo empresarial incorpora un enfoque híbrido de gestión que permite integrar metodologías ágiles como SCRUM, lineamientos del PMBOK Guide, sistemas de OKRs y Balance Scorecard para el monitoreo del desempeño organizacional.

En consecuencia, el modelo de negocio propuesto no solo constituye una alternativa comercial innovadora dentro del sector turístico ecuatoriano, sino también una herramienta estratégica orientada al fortalecimiento del desarrollo rural, la transformación digital y la generación sostenible del valor económico y social.

4.2. Perfil del Cliente Objetivo

El proyecto tiene como objetivo conectar turistas interesados en experiencias rurales con fincas bananeras ubicadas en las principales zonas productoras del Ecuador, tales como las provincias de El Oro, Los Ríos, Guayas y Manabí, provincias ubicadas en la región costa del Ecuador. Esta iniciativa busca aprovechar el potencial turístico del sector agrícola mediante la creación de experiencias que permitan a los visitantes conocer los procesos de producción de los diferentes tipos de banano, interactuar con los productores y participar en actividades culturales vinculadas a la vida rural.

En este contexto, el cliente del proyecto corresponde principalmente a turistas nacionales e internacionales que buscan experiencias auténticas, educativas y sostenibles, distintas del turismo tradicional. Definir al cliente objetivo es fundamental dentro del modelo del negocio ya que permite orientar adecuadamente las estrategias de marketing, comercialización, experiencia del usuario y posicionamiento en el mercado.

Las principales necesidades identificadas del cliente objetivo son el acceso simplificado a experiencias rurales auténticas y sostenibles, información presentada de manera confiable y organizada, y facilidad y seguridad en las transacciones digitales y reservas. Mientras que las principales motivaciones identificadas dentro del segmento objetivo son conocer el proceso detrás de los alimentos que consumen, turismo educativo y sostenible, conexión con la naturaleza, creación de contenido para redes sociales, aprendizaje cultural, y desconexión (Islas, 2025).

4.2.1. Segmentación del Mercado Objetivo

El proyecto incorpora una estrategia de segmentación que está orientada a identificar grupos de consumidores con sus necesidades, intereses y comportamientos similares, dentro de la segmentación se contemplan variables demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales, todo esto permite mejorar la efectividad de la propuesta de valor presentada.

4.2.2. Características Demográficas del Cliente

Desde el punto de vista demográfico, el cliente ideal de la plataforma se caracteriza por pertenecer a un segmento de la población con interés en el turismo experiencial, cultural y sostenible. En general, se trata de personas de entre 25 y 65 años, con un nivel educativo medio o superior y capacidad económica para realizar viajes turísticos o actividades recreativas durante fines de semana o en periodos vacacionales.

Este segmento incluye tanto a turistas nacionales que buscan conocer más sobre la producción agrícola del país como a turistas internacionales interesados en experiencias auténticas relacionadas con la naturaleza, la sostenibilidad y la cultura local. Geográficamente, los visitantes internacionales provienen principalmente de países con alta demanda de turismo sostenible, como Estados Unidos, Canadá y varios de Europa, además según Carrera (2026), los principales ingresos al país son personas entre 50 y 64 años provenientes de Estados Unidos, Colombia, Canadá, España y Perú. En el caso de los turistas nacionales, se trata principalmente de personas

residentes en ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca que buscan realizar actividades turísticas en zonas rurales cercanas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2026).

En términos de ocupación, el público objetivo suele estar compuesto por profesionales, emprendedores, estudiantes universitarios y viajeros que valoran experiencias de aprendizaje y el contacto directo con la naturaleza.

4.2.3. *Características Psicológicas del Cliente*

Desde una perspectiva psicológica, el cliente ideal del proyecto se caracteriza por una actitud abierta a nuevas experiencias, interés por el aprendizaje cultural y una valoración positiva del contacto con la naturaleza. Son personas curiosas que buscan comprender el origen de los productos que consumen, especialmente en el caso de alimentos agrícolas como el banano, uno de los principales productos de exportación del Ecuador.

Este tipo de usuario suele mostrar sensibilidad por temas relacionados con la sostenibilidad, el desarrollo rural y el comercio justo. Además, manifiesta interés en actividades que le permitan desconectarse del entorno urbano y participar en experiencias auténticas que generen un aprendizaje significativo.

Otro rasgo psicológico relevante es la búsqueda de experiencias memorables que puedan compartir con familiares, amigos o a través de redes sociales, lo cual representa una oportunidad importante para la promoción orgánica del proyecto. De acuerdo con MarSen (2024), el turismo experiencial es aquel turismo que se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como

eje de las actividades que se lleven a cabo. Este tipo de turismo ha entrado pisando fuerte en diversas áreas. Se trata principalmente de intensificar las experiencias vividas en cada viaje. El proyecto se basa en poder realizar ese turismo experiencial para todos los interesados.

4.2.4. *Características Psicográficas del Cliente*

Desde el punto de vista psicográfico, el cliente del proyecto pertenece a un estilo de vida activo y orientado a la exploración de nuevas experiencias. Este segmento de usuarios suele valorar el turismo responsable, el respeto por el medio ambiente y la interacción con comunidades locales. En muchos casos, se trata de personas que priorizan experiencias significativas sobre el consumo tradicional de productos turísticos masivos (Islas, 2025).

Este perfil de cliente también muestra una alta afinidad por el uso de herramientas digitales para la planificación de viajes, incluidas aplicaciones móviles y plataformas de reserva en línea. Hoy en día el turismo digital ha revolucionado la manera en hacer turismo tanto para los viajeros como para los proveedores de servicios, ya que optimiza y personaliza las experiencias, por ello la plataforma digital del proyecto se convierte en un medio idóneo para facilitar la búsqueda, la comparación y la contratación de experiencias agroturísticas en las zonas bananeras del Ecuador (Ostelea, 2024).

Adicionalmente, este tipo de usuario suele compartir valores relacionados con la sostenibilidad, el aprendizaje cultural y el apoyo a las economías locales, lo que fortalece la

propuesta de valor del proyecto al promover un modelo de turismo que beneficia tanto a los visitantes como a las comunidades productoras.

4.2.5. *Resumen del cliente idóneo del proyecto*

Tabla 7

Cuadro resumen del cliente idóneo del proyecto

Categoría	Descripción
Cliente del Proyecto	Turistas nacionales e internacionales interesados en experiencias de turismo agro-experiencial relacionadas con la producción bananera del Ecuador. También incluye operadores turísticos y agencias de viaje que buscan ofrecer experiencias rurales auténticas a sus clientes.
Características Demográficas	Personas entre 25 y 65 años, con nivel educativo medio o superior y capacidad económica para viajar. Incluye turistas nacionales de ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca, así como turistas internacionales provenientes principalmente de Estados Unidos, Canadá y Europa interesados en turismo sostenible. Suelen ser profesionales, emprendedores, estudiantes universitarios o viajeros frecuentes.
Características Psicológicas	Personas curiosas, abiertas a nuevas experiencias y con interés por el aprendizaje cultural. Valoran el contacto con la naturaleza, la sostenibilidad, el desarrollo rural y desean comprender el origen de los productos agrícolas que consumen. Buscan experiencias auténticas y memorables que puedan compartir con otras personas.
Características Psicográficas	Individuos con un estilo de vida activo y orientado a la exploración, que prefieren experiencias significativas frente al turismo tradicional. Valoran

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

el turismo responsable, la interacción con comunidades locales y el respeto por el medio ambiente. Son usuarios digitales que utilizan plataformas en línea para planificar y reservar experiencias turísticas.

El cliente ideal del proyecto corresponde principalmente a turistas nacionales e internacionales quienes están interesados en vivir experiencias turísticas auténticas vinculadas al sector agrícola y al turismo sostenible. Este segmento se caracteriza por pertenecer a un rango de edad adulto joven y profesional, con interés en actividades culturales, en contacto con la naturaleza y el aprendizaje sobre los procesos productivos del banano en Ecuador.

Asimismo, se trata de usuarios con un estilo de vida principalmente activo y orientados a la exploración de nuevas experiencias, quienes valoran el turismo responsable y el uso de herramientas digitales para planificar y reservar sus viajes. En conjunto, estas características permiten identificar un perfil de cliente alineado plenamente con la propuesta de valor de la plataforma, lo que facilita el desarrollo de un modelo de desarrollo sostenible y con potencial de crecimiento en el mercado del turismo experiencial.

4.2.6. Mercado B2B del Proyecto

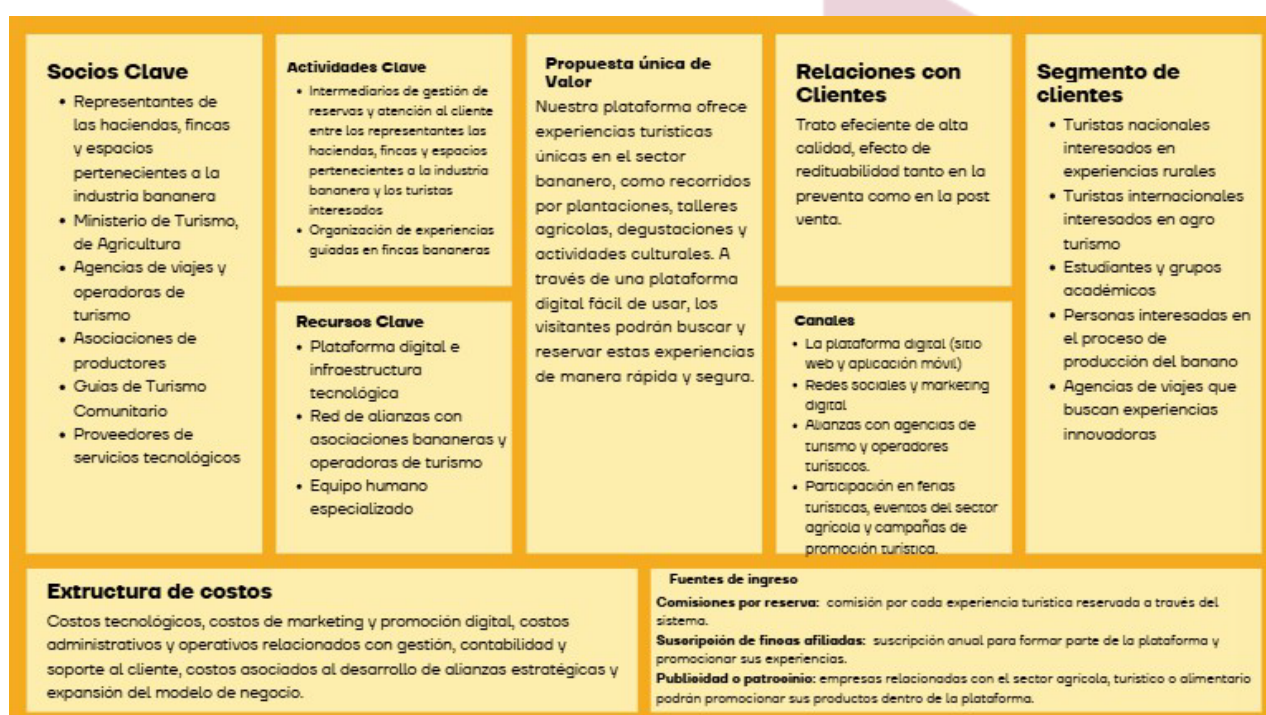
Además del cliente B2C, que es un enfoque de cliente final, el proyecto incorpora un segmento empresarial B2B compuesto por agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles, instituciones educativas y organizaciones interesadas en turismo experiencial. Este segmento podrá utilizar la plataforma como canal de comercialización, herramienta de promoción y sistema

de gestión de experiencias agro- experienciales. La inclusión de clientes corporativos fortalece la sostenibilidad financiera, generación de alianzas estratégicas y crecimiento comercial del proyecto.

4.3. Modelo CANVAS y Rentabilidad

Figura 1

Modelo CANVAS Y Rentabilidad



4.3.1. Propuesta Única de Valor

El proyecto reside en el desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial enfocado en el sector bananero del Ecuador. Esta plataforma funcionará como un

intermediario entre los turistas y las fincas productoras, facilitando la promoción, reserva y gestión de experiencias turísticas en entornos rurales. El servicio principal es una plataforma web (y potencialmente aplicación móvil) que permitirá a los usuarios: explorar experiencias turísticas en fincas bananeras, reservar actividades agro-experienciales, acceder a información detallada sobre cada experiencia y realizar pagos en línea de forma segura. (Sánchez-Martín, 2024).

4.3.2. *Segmentos de Clientes*

El modelo identifica cuatro nichos claros para la plataforma, en primer lugar, turistas (Nacionales e Internacionales), quienes son buscadores de experiencias rurales y agroturismo. En segundo lugar el Sector Académico, enfocado en estudiantes e investigadores interesados en procesos productivos, junto con personas (profesionales en el área o no) que se encuentren interesados en procesos, gente que busca el "detrás de escena" del banano, y finalmente clientes B2B, agencias de viajes que actúan como distribuidores de estas experiencias innovadoras.

4.3.3. *Canales*

Se utiliza una estrategia omnicanal, dentro de los canales directos se encuentra la propia plataforma web y redes sociales, los canales indirectos son las alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadoras, y los canales físicos son principalmente participación en ferias turísticas y eventos agrícolas que permitan la captación de aliados estratégicos.

4.3.4. *Relaciones con Clientes*

El enfoque del proyecto está en brindar un trato eficiente de alta calidad. El punto clave aquí es la fidelización, buscando la rentabilidad a largo plazo, es decir que no sea solamente en la venta inicial, sino manteniendo una buena relación postventa para generar recomendaciones o recompras.

4.3.5. *Fuentes de Ingreso*

Se presenta un modelo de ingresos altamente diversificado teniendo un ingreso transaccional al tener comisiones por cada venta, un ingreso por suscripción que será un ingreso recurrente de las fincas o agencias de viajes por permanecer en la plataforma e ingresos por publicidad/patrocinio, se refiere a monetización del tráfico mediante empresas relacionadas al giro de negocio de la plataforma.

4.3.6. *Actividades Clave*

Las actividades claves del proyecto son la intermediación al gestionar la reserva entre la finca y el cliente, además de la gestión de experiencias, este cometido asegura que las actividades brindadas por las fincas estén bien organizadas y cumplan con los estándares establecidos.

4.3.7. *Recursos Clave*

Dentro de los recursos claves necesarios para el proyecto son la tecnología ya que al ser una plataforma se necesita una infraestructura digital y este es el activo más importante al ser la base del proyecto, además se necesita una red de alianzas ya que es necesario tener fincas bananeras asociadas para poder ofrecer las experiencias y es clave el talento humano ya que se requiere de personal especializado para gestionar ambos elementos claves.

4.3.8. *Socios Clave*

Los socios claves encontrados son los proveedores del producto, en este caso los dueños de las haciendas y fincas, los entes reguladores que serían los Ministerios pertinentes (turismo y agricultura) quienes brindarían aval y soporte, los canales de venta que son principalmente guías comunitarios y agencias de turismo, y finalmente proveedores tecnológicos.

4.3.9. *Estructura de Costos*

Los costos del proyecto incluyen principalmente desarrollo y mantenimiento de la plataforma y la app, marketing, el cual es crucial para atraer turistas (CAC - Costo de Adquisición de Cliente), costos operativos incluyendo administrativos, contables y soporte al cliente, y finalmente los costos de expansión los cuales son para escalar el modelo a más regiones o fincas.

El análisis financiero demuestra que el proyecto es económicamente factible, ya que presenta ventas suficientes para cubrir los costos, un flujo de caja creciente y niveles de rentabilidad atractivos para los inversionistas. Además, el punto de equilibrio se encuentra por

debajo de las ventas proyectadas, lo que reduce el riesgo financiero y favorece la sostenibilidad del negocio.

4.4. Estudio de Mercado

El sector bananero ecuatoriano enfrenta una presión por la sostenibilidad y diversificación. Actualmente, el turista busca experiencias reales, pero no hay un acceso digital y global que conecte estas experiencias con el turista por lo que se propone el desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro- experiencial del sector bananero, con el estudio de mercado se permite analizar las condiciones del entorno, el comportamiento del consumidor, tendencias, oportunidades y segmentación.

El turismo mundial atraviesa una transformación donde viajar ahora son más que vacaciones, son descubrir, sentir y compartir. Hoy en día el turismo experiencial es una tendencia que planea convertirse en el eje central de la industria global de viajes llegando a poseer un valor entre 1.1 y 1.3 billones de dólares, lo que busca esta tendencia es conexión y sentimientos, busca ser una extensión de la identidad personal (Islas, 2025).

4.4.1. Situación del Mercado Turístico Ecuatoriano

El Ecuador posee varias ventajas competitivas relacionadas con la biodiversidad, riqueza cultural, producción agrícola y diversidad geográfica. Estas características favorecen el desarrollo de modelos turísticos orientados a experiencias rurales y sostenibles (Islas, 2025). Esta oportunidad permite que productores rurales, operadores turísticos, comunidades agrícolas y

consumidores interesados en el turismo sostenible puedan aprovechar la plataforma digital la cual brinda una presencia digital, aumentar la visibilidad comercial y acceder a los mercados de turistas.

4.4.2. Segmentación Geográfica

Dentro del segmento geográfico se mantienen dos divisiones, la primera es el Mercado Local, que son residentes de las principales zonas urbanas del Ecuador, en especial Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta y Machala, y otras zonas, principalmente urbanas, que cuenten con acceso a medios digitales y capacidad de consumo turístico, y la segunda es el Mercado Internacional, dentro de esta división estarían turistas provenientes de Norteamérica (Estados Unidos, Canadá), Rusia y Europa (Alemania, Francia, Países Bajos, etc.) Estos países son los principales consumidores del banano ecuatoriano (Zumba, 2025).

4.4.3. Segmentación Demográfica

Para la segmentación demográfica se tomó en cuenta la edad, nivel socioeconómico y ocupación del público objetivo deseado. En primer lugar, la edad son personas adultas entre 25 y 65 años, centennials, millenials, generación X y Baby Boomers están dentro del rango de edad a quien iría dirigido por ser una plataforma digital, sin embargo, no hay edades específicas para disfrutar de la experiencia. En segundo lugar, el nivel socioeconómico son principalmente personas pertenecientes a la clase media alta y alta (ingreso promedio por persona superior a USD 800.00 mensuales) que se pueda permitir el gasto para vacacionar. Y finalmente la ocupación, son

profesionales, académicos, investigadores, familias enfocadas en experiencias vivenciales y culturales.

4.4.4. Segmentación Psicográfica

En la segmentación psicográfica se tomaron en cuenta factores como la conciencia ambiental, es decir personas que prefieran destinos enfocados en la naturaleza y que les interese conocer el origen de su comida, otro factor es el interés social, deben ser consumidores que aprecian el trabajo en comunidad, apoyando a pequeños productores y desarrollo de comunidades rurales. Y finalmente en cuanto a la motivación del viaje, deben ser personas que busquen experiencias auténticas, educativas y sostenibles, buscando una experiencia de nicho más que de masas.

4.5. Análisis de la Competencia

Este enfoque permite identificar actores relevantes en el mercado y evaluar las oportunidades de diferenciación del proyecto, entre estos están la competencia directa e indirecta. Este análisis permite evaluar actores presentes en el mercado, fortalezas y debilidades competitivas, oportunidades de diferenciación y ventajas estratégicas del modelo de negocio propuesto (Porter, 2009).

La competencia directa, está conformada por plataformas que ofrecen experiencias turísticas similares como plataformas de turismo experiencial (ej. experiencias rurales o comunitarias) o Marketplace de actividades turísticas. Las principales características de la

competencia directa son su amplia oferta de experiencias, presencia internacional y sistemas de reserva consolidados. Y la principal debilidad identificada fue la falta de especialización en turismo agro-experiencial bananero y la escasa conexión directa con pequeños productores.

Por otro lado, la competencia indirecta incluye empresas y servicios que compiten por el mismo tiempo y presupuesto del cliente, como agencias de viajes tradicionales, turismo convencional (playa, ciudad, tours masivos), plataformas de reservas de actividades generales. Sus principales características son el alto posicionamiento en el mercado y mayor reconocimiento de marca. Y sus principales debilidades son las ofertas menos personalizadas y experiencias menos auténticas.

4.5.1. *Ventajas Competitivas del Proyecto*

El proyecto presenta varias ventajas como la especialización en turismo agro- experiencial, sostenibilidad y experiencias rurales auténticas, brinda una integración tecnológica donde se incorporan reservas digitales, pagos en línea, perfiles personalizados, recomendaciones, y gestión centralizada de experiencias. Su principal ventaja es la de conectar directamente a los turistas con los proveedores de servicios turísticos (fincas, operadores turísticos, etc.). Actualmente no existen plataformas ecuatorianas altamente posicionadas en turismo agro- experiencial de ningún tipo, lo que representa una oportunidad de liderazgo dentro de este nicho.

4.5.2. *Análisis FODA*

Fortalezas: La principal fortaleza es el modelo de negocio innovador, actuar como un intermediario entre los proveedores de servicios turísticos y los turistas, esta propuesta innovadora se alinea con el turismo sostenible y brindar experiencias únicas enfocadas en el turismo agro-experiencial. Además, tiene un gran potencial de escalabilidad (ampliarse hacia otros productos endémicos del Ecuador) y la diversificación de ingresos.

Oportunidades: Dentro de las oportunidades está el crecimiento del turismo experiencial dejando de lado el turismo tradicional, el incremento del interés global por la sostenibilidad y la baja digitalización del sector agrícola turístico lo que permite realizar esa transformación del turismo rural a una expansión en mercados digitalizados, además del actual posicionamiento internacional del banano ecuatoriano.

Debilidades: Las posibles debilidades son el bajo reconocimiento inicial por los turistas y la curva de adopción tecnológica que existiría en las fincas y sectores rurales, y por ello la dependencia de alianzas estratégicas.

Amenazas: Los factores externos incluyen la entrada de grandes plataformas con mayor músculo financiero al nicho, cambios en tendencias turísticas, dependencia de la conectividad tecnológica, riesgos económicos por factores externos (inestabilidad política, pandemias, etc.)

4.5.3. *Estrategias Competitivas*

En base al análisis competitivo se plantean diferentes estrategias de diferenciación, innovación, posicionamiento digital y sostenibilidad empresarial, la diferenciación especializada se refiere a posicionarse como la principal plataforma ecuatoriana especializada en turismo agro-experiencial a través de fortalecer la presencia online mediante SEO, marketing digital, redes sociales, y publicidad segmentada, por otro lado la estrategia de alianzas estratégicas, en primer lugar, con los proveedores (productores, operadores turísticos, comunidades rurales, etc.), además de alianzas con el gobierno y entidades públicas que permitan el reconocimiento de la plataforma, creando una alianza público- privada.

Mediante estas estrategias el proyecto busca posicionarse como una plataforma innovadora, especializada, tecnológica, sostenible y referente como intermediario entre los turistas y los proveedores del turismo agroindustrial ecuatoriano. De igual manera busca consolidarse como un canal de promoción rural, herramienta de fortalecimiento y solución tecnológica para el turismo experiencial, siendo así que se consolida como la combinación entre tecnología, sostenibilidad, cultura agrícola y turismo rural.

4.6. **Estrategia de marketing y comercialización**

La estrategia de marketing y comercialización del proyecto constituye un componente fundamental que permite garantizar el posicionamiento de marca, captación de usuarios,

crecimiento comercial, sostenibilidad financiera y consolidación de la plataforma dentro del mercado turístico ecuatoriano.

La estrategia de marketing está enfocada principalmente en medios digitales y herramientas tecnológicas orientadas principalmente a atraer a los turistas y conectarlos con los proveedores de servicios turísticos mediante una experiencia digital, moderna, accesible y sostenible. La estrategia busca aprovechar el crecimiento del turismo experiencial, transformación digital, turismo sostenible y consumo de experiencias personalizadas (Ecoway, 2024).

El proyecto “Agroaventuras” es una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano. La propuesta consiste en conectar a los clientes con las fincas, quienes a su vez ofrecen experiencias como recorridos guiados por plantaciones, participación en siembra, cosecha y empaque, talleres de sostenibilidad, comercio justo, degustaciones de productos derivados del banano e interacción cultural con comunidades locales. Además, integra alianzas con agencias, operadores turísticos, transporte y hospedaje para construir paquetes completos y facilitar la reserva en línea.

Desde el punto de vista del negocio, Agroaventuras funciona como un intermediario digital especializado. El objetivo es organizar una oferta turística que actualmente puede estar dispersa, poco digitalizada o dependiente de contactos informales.

La oportunidad principal está en que muchas fincas o experiencias rurales no cuentan con canales digitales sólidos para vender sus servicios, mientras que los turistas buscan cada vez más

opciones auténticas, sostenibles, seguras y fáciles de reservar. Por eso, el marketing debe trabajar sobre dos frentes:

Tabla 8

Objetivos estratégicos por segmento de mercado

Frente	Objetivo
B2C — Turistas	Atraer visitantes, generar confianza y convertirlos en reservas pagadas.
B2B — Proveedores	Captar fincas, operadores y aliados para ampliar la oferta de experiencias.

4.6.1. *Objetivos*

Los objetivos que se aplicarían para la estrategia de marketing son los siguientes:

- Conseguir 1.200 leads calificados de turistas en los primeros 3 meses, mediante campañas en Meta Ads, contenido orgánico, landing pages, WhatsApp Business y formularios de interés.
 - o Indicadores principales: leads, costo por lead, mensajes por WhatsApp, tasa de conversión de landing.
- Alcanzar 780 reservas pagadas durante el primer año de operación comercial, a través de ofertas de lanzamiento, remarketing, paquetes turísticos y atención personalizada por WhatsApp.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Indicadores principales: número de reservas, CPA, tasa de conversión, ingresos por comisiones.
- Incorporar al menos 15 proveedores turísticos activos en los primeros 90 días, entre fincas bananeras, guías, operadores, transportistas, alojamientos y aliados gastronómicos.
 - Indicadores principales: proveedores registrados, proveedores activos, experiencias publicadas, tasa de activación.
- Lograr que al menos el 60% de las reservas provenga de experiencias publicadas directamente por proveedores registrados en la plataforma durante los primeros 6 meses.
 - Indicadores principales: reservas por proveedor, comisión generada, frecuencia de uso de la plataforma, proveedores recurrentes.

4.6.2. *Marketing Mix (4Ps)*

Producto: El núcleo de la oferta no se limita al software, sino a la co-creación de la experiencia turística. De acuerdo con Rodríguez (2021), el agroturismo en fincas ecuatorianas debe concebirse como un producto experiencial empaquetado. En este sentido, Agroaventuras actúa como el garante de un portafolio diversificado que incluye: recorridos técnicos de producción bananera, talleres gastronómicos basados en el banano y vivencias culturales de la ruralidad costeña. El "producto" para el turista es la facilidad de descubrimiento, la transparencia de la información y la seguridad del servicio; mientras que para el proveedor (el agricultor), el producto es una suite de herramientas de gestión de inventario, reservas y analítica de datos.

La presentación digital de las experiencias ofertadas debe ser de la siguiente forma:

Tabla 9
Presentación digital de las experiencias ofertadas

Elemento	Detalle recomendado
Nombre de la experiencia	Ejemplo: “Vive un día en una finca bananera”
Ubicación	Provincia, cantón y punto de encuentro
Duración	Medio día, full day o fin de semana
Precio	Visible y transparente
Qué incluye	Guía, actividades, degustación, transporte, alimentación
Qué no incluye	Gastos personales, transporte externo si no aplica
Nivel de dificultad	Bajo, medio o alto
Público recomendado	Familias, parejas, grupos, extranjeros, estudiantes
Políticas	Cancelación, reembolso, seguridad
Reseñas	Calificaciones de usuarios
CTA	“Reservar ahora” o “Consultar por WhatsApp”

Precio: La estrategia de precios se estructura bajo la lógica de incentivos económicos duales y la flexibilidad financiera. Para el consumidor final, se implementa una estrategia de precios basados en el valor de la experiencia, permitiendo diferentes gamas de precios según la exclusividad del tour. Para los proveedores, se adopta un modelo transaccional basado en una comisión porcentual por cada reserva efectiva, minimizando la barrera de entrada para el

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

productor agrícola (Ries, 2011). Adicionalmente, la sustentabilidad financiera de la plataforma se complementa con modelos de suscripción para proveedores.

Tabla 10
Fuentes de ingresos y estrategias de monetización de la plataforma

Fuente de ingreso	Descripción	Prioridad
Comisión por reserva	Porcentaje cobrado por cada reserva realizada en la plataforma.	Alta
Suscripción de proveedores	Pago mensual o anual para publicar experiencias y acceder a herramientas.	Media
Paquetes premium	Experiencias integradas con transporte, hospedaje o servicios adicionales.	Alta
Publicidad interna	Espacios promocionales para operadores, hoteles, restaurantes o marcas aliadas.	Media
Membresías para turistas	Beneficios, descuentos y experiencias exclusivas.	Baja al inicio

Los precios se mantendrían en un rango estimado dependiendo de las actividades brindadas por el proveedor, a continuación, se muestran tablas donde se muestran los precios tanto para turistas como para proveedores:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 11

Tabla precios para turistas

Tipo de experiencia	Precio referencial
Experiencia básica	USD 25 – 35
Experiencia premium	USD 45 – 65
Experiencia full day	USD 80 – 140
Experiencias grupales	Precio personalizado

Tabla 12

Tabla precios para proveedores

Plan	Precio sugerido	Beneficio
Plan Inicial- Prueba gratuita.	USD 0 durante los primeros 3 meses.	Registro, publicación básica y comisión por reserva.
Plan Crecimiento.	USD 60 mensuales.	Más visibilidad, soporte y métricas.
Plan Premium.	USD 500 anuales.	Plan Crecimiento + publicidad destacada en redes sociales.

Plaza: Al ser un modelo de marketplace, la "plaza" o canal de distribución es 100% digital, eliminando intermediarios tradicionales y conectando de manera directa el origen con el destino. El canal principal está constituido por una plataforma web responsive y optimizada para dispositivos móviles, garantizando una accesibilidad global (Rochet y Tirole, 2003). La

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

distribución física de la experiencia ocurre en los propios enclaves agrícolas (las fincas bananeras en provincias como El Oro, Guayas y Los Ríos), por lo que la geolocalización y la integración de mapas interactivos dentro de la plataforma se vuelven infraestructuras clave para guiar el flujo de visitantes desde los centros urbanos hacia la ruralidad.

Promoción: La estrategia promocional debe equilibrar la captación de la oferta y la demanda. Para el mercado de consumidores (turistas locales e internacionales), la promoción se apoya fuertemente en el marketing de contenidos, la optimización en motores de búsqueda (SEO) y campañas digitales hipersegmentadas en redes sociales, explotando el atractivo visual del paisaje bananero ecuatoriano. Paralelamente, la promoción orientada a captar proveedores requiere de tácticas B2B (Business to Business), tales como alianzas con asociaciones de productores, participación en ferias agrícolas nacionales y coordinación con las direcciones de turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), alineándose con los esfuerzos del Ministerio de Turismo del Ecuador (s.f.) para el fomento de la ruralidad.

4.6.3. *Estrategias de Marketing Digital*

- Inbound Marketing y Content Strategy: Desarrollo de una arquitectura de contenidos enfocada en el turismo consciente, la sostenibilidad y la riqueza agroecológica de la Costa ecuatoriana. El uso de microformatos audiovisuales (como videos verticales optimizados para Meta Reels y TikTok) actúa como el gancho cognitivo de alta retención inicial. Se plantea que el core de los mensajes clave sean los siguientes para los diferentes segmentos:
 - Turistas: Agroaventuras es una plataforma digital que te permite descubrir, reservar

y vivir experiencias auténticas en fincas bananeras del Ecuador, conectándote con la cultura rural, la sostenibilidad y el origen de uno de los productos más representativos del país.

- Proveedores: Agroaventuras ayuda a fincas bananeras, operadores y aliados turísticos a transformar sus actividades rurales en experiencias comercializables, visibles y reservables en línea, generando nuevas fuentes de ingreso mediante un modelo flexible basado en comisiones y servicios digitales.
- Posicionamiento Orgánico (SEO): Optimización técnica e indexación web orientada a la captura de intenciones de búsqueda de nicho o "cola larga" (long-tail keywords) asociadas a "turismo vivencial en Ecuador", "rutas de banano" y "experiencias agrícolas".
- Paid Media (Publicidad Programática e Hipersegmentación): Ejecución de campañas de pago por clic (PPC) en redes de búsqueda (Google Ads) y redes sociales (Meta Ads: Facebook e Instagram). La segmentación se calibra psicográficamente hacia usuarios nacionales y extranjeros con intereses validados en ecoturismo, viajes de aventura y gastronomía autóctona.

4.6.4. Fidelización

La estrategia de fidelización debe equilibrar la captación y la retención en ambos lados del mercado. Para el mercado de consumidores (turistas), se debe consolidar la lealtad a largo plazo, se implementa un área de fidelización basada en programas de recompensas por frecuencia de viaje, gamificación inter-rutas (por ejemplo, pasaportes digitales agro-turísticos) y sistemas de

automatización de marketing CRM (Customer Relationship Management) para el seguimiento post-visita.

Por otro lado, la fidelización orientada a los proveedores (productores bananeros) se gestiona mediante estrategias B2B, tales como capacitaciones continuas en hospitalidad y herramientas digitales, incentivos por altas calificaciones de los usuarios (reducción temporal de comisiones como premio a la calidad) y la creación de una comunidad de aprendizaje en red, lo que reduce la tasa de abandono (churn rate) de la plataforma y asegura la estabilidad del catálogo de experiencias.

4.6.5. *Conclusión Estrategia*

Bajo la configuración de un modelo de negocio basado en *marketplaces* digitales, la plataforma Agroaventuras trasciende la función de un mero canal de reservas en línea. Esta iniciativa se erige como un ecosistema digital integrado diseñado para conectar de forma eficiente la demanda turística global con la oferta agro-experiencial del sector bananero ecuatoriano. De acuerdo con la literatura sobre turismo rural, la digitalización de estos entornos no solo visibiliza el patrimonio agrícola, sino que actúa como un catalizador del desarrollo socioeconómico local (Guzmán et al., 2021).

Al estructurarse como una plataforma de mercado de dos lados (*two-sided market*), la estrategia de mercadotecnia debe gestionar de manera simultánea y equilibrada el "efecto de red" (Rochet y Tirole, 2003). Esto implica un diseño de incentivos dual:

- Atracción de la demanda: Captar flujos de turistas interesados en el turismo sostenible y vivencial.
- Fidelización de la oferta: Incorporar de manera progresiva a productores bananeros y proveedores locales para robustecer el catálogo de servicios.

Desde la perspectiva de la sostenibilidad financiera, el modelo de monetización propuesto basado en la diversificación de ingresos mediante comisiones por transacción, modelos de suscripción, paquetes premium, publicidad dirigida y servicios de posicionamiento destacado mitiga los riesgos de dependencia económica y potencia la escalabilidad del negocio (Osterwalder y Pigneur, 2010).

Finalmente, la fase de implantación estratégica inicial debe priorizar la consolidación de un Producto Mínimo Viable (PMV) de alta calidad. En lugar de una expansión masiva inmediata, la literatura sobre emprendimiento tecnológico sugiere que el éxito temprano radica en la generación de confianza dentro del mercado, la validación de los primeros ciclos de reserva y la demostración empírica de rentabilidad hacia los proveedores agrícolas (Ries, 2011). Al evidenciar que la plataforma se constituye como un canal efectivo para la captación de ingresos complementarios, se fomenta la retención de los productores y se asegura la sostenibilidad operativa a largo plazo.

4.7. Estructura Organizacional y gobierno empresarial

La organización está definida con un sistema multidisciplinario para integrar tecnología, turismo, marketing, finanzas y operaciones agroindustriales. Se basa en una distribución equitativa

de responsabilidades entre los socios, lo que facilita una gestión eficiente y una toma de decisiones coordinada.

4.7.1. *Objetivos de la estructura organizacional*

Los objetivos que tiene la estructura organizacional se centran en optimizar la coordinación operativa y fortalecer la comunicación interna para así asegurar que los esfuerzos estén alineados con las metas estratégicas de la plataforma. Al establecer niveles claros de responsabilidad y procesos definidos para la toma de decisiones, se busca mejorar la productividad y garantizar el cumplimiento de los cronogramas. Además, esta organización está diseñada para facilitar la escalabilidad futura del negocio.

4.7.2. *Estructura organizacional del proyecto*

Esta estructura organizacional permite integrar de manera eficiente los diferentes componentes del proyecto, facilitando la coordinación entre áreas y promoviendo una gestión basada en objetivos, resultados y mejora continua.

A continuación, se presenta una tabla resumen de las direcciones.

Dirección	Descripción	Responsable
Dirección de Marketing y Comunicación.	Encargada del análisis del mercado objetivo, posicionamiento de la marca, estrategias de promoción y comunicación de la plataforma.	Valeria Reyes.

Dirección de Turismo.	Responsable del diseño, estructuración y validación de las experiencias agro-experienciales, asegurando su calidad, autenticidad y valor cultural.	Jenny Cuyo.
Dirección de Operaciones.	Encargada de la coordinación con fincas bananeras, gestión logística y validación de procesos operativos para la ejecución de las experiencias.	Yuliana Reina.
Dirección Financiera.	Responsable de la planificación financiera, control de costos, análisis de rentabilidad y gestión de los recursos económicos del proyecto.	Fernanda Romero.
Dirección Tecnológica.	Encargada del diseño, desarrollo, implementación y mantenimiento de la plataforma digital, así como de su evolución tecnológica.	Juan Estévez.
Dirección de Proyectos.	Responsable de la planificación, seguimiento y control del proyecto, asegurando el cumplimiento de objetivos, cronograma y entregables.	Alex Chiguano.

4.8. Dirección estratégica del proyecto

Opera como el eje integrador entre las operaciones, la tecnología y la sostenibilidad del modelo de negocio. Es responsable de riesgos operativos, tecnológicos y financieros, asegurando que se continúe con el servicio y la adaptabilidad ante cambios en el mercado turístico

4.8.1. *Área tecnológica*

Es la unidad responsable del desarrollo, mantenimiento y seguridad de la plataforma digital, considerada el principal activo estratégico del negocio. Se encarga de la integración de pagos, la administración de servidores y la optimización de la experiencia del usuario

4.8.2. *Área de marketing y comercialización*

Se encarga del posicionamiento de marca, mediante campañas digitales y captación de clientes en los segmentos B2C y B2B mediante SEO, redes sociales y publicidad segmentada. Su enfoque principal es generar tráfico y conversiones dentro de la plataforma digital.

4.8.3. *Área de turismo y experiencia del cliente*

Responsable de diseñar, estructurar y validar las experiencias, asegurándose de que se cumpla con estándares de autenticidad, seguridad y sostenibilidad. Debe coordinar con los operadores turísticos y gestionar la retroalimentación de los usuarios para una mejora continua

4.8.4. *Área financiera y administrativa*

Esta unidad es la responsable de la planificación económica, el control presupuestario y la gestión de los recursos financieros del proyecto. Su función principal consiste en monitorear la viabilidad del modelo de negocio mediante el análisis de indicadores de rentabilidad, asegurando que los ingresos generados por las comisiones de la plataforma cubran los costos operativos, administrativos y de marketing. Desde la perspectiva administrativa, esta área supervisa el

cumplimiento de las obligaciones legales y tributarias ante los organismos de control. Además, se encarga de gestionar el flujo de caja para garantizar la liquidez necesaria durante las fases de desarrollo tecnológico y lanzamiento comercial.

4.8.5. *Gobierno corporativo del proyecto*

El gobierno corporativo de la organización se señala como el conjunto de principios, normas y procedimientos, que regulan la estructura y el funcionamiento de los órganos de la empresa. Con lo definido en el plan estratégico, este sistema busca institucionalizar la transparencia y la ética empresarial en todas las etapas de la operación, garantizando que la relación de los socios y los aliados estratégicos se mantengan bajo estándares de equidad y profesionalismo

4.8.6. *Aplicación de metodologías de gestión*

El proyecto se fundamenta en un modelo de gestión híbrido que integra cuadros de trabajo contemporáneos para asegurar la adaptabilidad tecnológica y la eficiencia operativa. Esta combinación metodológica permite abordar las distintas dimensiones del negocio. Para el componente tecnológico, se adopta el marco de trabajo Scrum, el cual facilita la gestión del desarrollo de la plataforma digital mediante ciclos de trabajo iterativos y entregas incrementales. Esta metodología ágil es fundamental para organizar las tareas técnicas, mejorar la coordinación entre los desarrolladores y permitir una adaptación continua frente a los requerimientos de los usuarios o cambios en el entorno digital.

Para la gestión administrativa y el cumplimiento normativo se siguen los lineamientos de la Guía del PMBOX, esto nos da una base sólida para la planificación estratégica, aportando un control riguroso sobre el alcance del proyecto, el cumplimiento del cronograma y la optimización de los costos de inversión. Finalmente, la gobernanza y el monitoreo del desempeño se articulan a través de los Objetivos y Resultados Clave (OKRs) y el Balanced Scorecard. Los OKRs permiten alinear los esfuerzos individuales de cada dirección con las metas estratégicas de la plataforma, mientras que el Balanced Scorecard supervisa los indicadores clave de desempeño operativos y financieros. Este ecosistema metodológico asegura que la toma de decisiones se base en resultados medibles, garantizando la sostenibilidad y competitividad del proyecto en el mercado agroturístico.

4.8.7. *Cultura organizacional del proyecto*

Promueve un entorno de trabajo multidisciplinario que valora la transparencia, la ética empresarial y la mejora continua, asegurando que cada proceso esté orientado a la transformación digital del sector agroindustrial ecuatoriano. Se sustenta en el respeto por el desarrollo territorial y la responsabilidad social, integrando a los productores rurales en una cadena de valor que revaloriza el conocimiento agrícola local.

4.8.8. *Importancia estratégica de la estructura organizacional*

Esta base es un componente importante para la viabilidad operativa y la competitividad de la plataforma, ya que ayuda articular de manera coherente el sector tecnológico con el sector

agroindustrial. Su relevancia estratégica radica en que garantiza una gestión eficiente de los recursos y una toma de decisiones ágil, facilitando la mitigación de riesgos y asegurando la calidad en la prestación del servicio. Además, al establecer una base sólida de responsabilidades y procesos, la estructura organizacional proporciona el marco necesario para la escalabilidad del modelo de negocio, permitiendo su futura expansión hacia otros sectores y regiones del país

4.9. Enfoque ESG y sostenibilidad

El proyecto integra los criterios ESG (Environmental, Social and Governance) como un mecanismo transversal de su modelo de negocio. El objetivo principal es asegurar la sostenibilidad a largo plazo, promover la responsabilidad social y fortalecer una gobernanza corporativa transparente que responda a las exigencias del mercado actual. Este enfoque es particularmente relevante dado que la iniciativa se desarrolla en un entorno que vincula el turismo rural, la agricultura y el fortalecimiento de las economías locales en el Ecuador.

4.9.1. Importancia del enfoque ESG dentro del proyecto

Implementar criterios ESG ayuda a consolidar un modelo empresarial el cual atrae a turistas e inversionistas interesados en la responsabilidad ambiental y ética organizacional. Estratégicamente, este enfoque fortalece la reputación institucional, reduce riesgos operativos y genera un impacto positivo medible en el entorno socioeconómico de las zonas bananeras.

4.9.2. *Componente ambiental (Environmental)*

La empresa impulsa un modelo de turismo sostenible que promueve el uso responsable de los recursos naturales en las fincas bananeras asociadas. Se prioriza la colaboración con productores que implementen buenas prácticas agrícolas, tales como la optimización del riego, la reducción de agroquímicos y la gestión técnica de residuos. Además, la digitalización de procesos contribuye directamente a la disminución de la huella ambiental al reducir el uso de insumos físicos.

4.9.3. *Turismo sostenible como eje ambiental*

El tipo de negocio de la plataforma digital se alinea con las tendencias globales de ecoturismo, situando la sostenibilidad ambiental como un pilar fundamental de su propuesta de valor. El objetivo central de este eje es promover experiencias que minimicen los impactos negativos en la naturaleza, fortaleciendo la conservación territorial y asegurando que las actividades generen beneficios sostenibles para las comunidades rurales involucradas. Mediante la digitalización de la oferta el proyecto busca no solo visibilizar experiencias auténticas, sino también revalorizar las actividades agrícolas.

Para operativizar este enfoque, la plataforma no diseña los tours desde cero, sino que se articula con fincas bananeras que ya cuenten con sus propios paquetes de turismo previamente estructurados, delimitados y listos para operar. La función de nuestra empresa se centra en realizar un proceso riguroso de auditoría y verificación presencial para comprobar que el servicio ofertado

sea real, seguro y cumpla con los estándares de calidad antes de habilitar su publicación en la plataforma. De esta forma se fomenta que los recorridos y talleres existentes actúen como herramientas de educación ecológica, transformando la visita en una experiencia de aprendizaje. Así el turismo agro-experiencial se convierte en un mecanismo estratégico para preservar la identidad cultural.

4.9.4. *Componente social (Social)*

El componente social del proyecto se dirige en la generación de valor compartido y el fortalecimiento del tejido socioeconómico de las zonas rurales involucradas. La plataforma actúa como un catalizador para la creación de nuevas oportunidades de empleo, permitiendo que las familias vinculadas a la producción bananera diversifiquen sus fuentes de ingreso tradicionales mediante la prestación de servicios turísticos. Este enfoque, aparte de mejorar la calidad de vida de los productores, también busca mitigar la migración rural al ofrecer alternativas atractivas y económicas en base a la tecnología dentro de sus propios territorios.

Asimismo, la dimensión social promueve la inclusión y el empoderamiento de las comunidades locales al integrarlas activamente en la cadena de valor del agroturismo. Se incentiva la participación de guías locales, artesanos y emprendedores gastronómicos, lo que asegura que los beneficios económicos derivados del turismo se distribuyan de manera equitativa. De esta forma, el proyecto trasciende el ámbito comercial para convertirse en una iniciativa de desarrollo social que revaloriza el rol del agricultor y fomenta un sentido de orgullo y pertenencia hacia el patrimonio agrícola y cultural del Ecuador.

4.9.5. *Impacto social en comunidades rurales*

La iniciativa genera efectos positivos directos en las comunidades rurales al diversificar las fuentes de ingreso de las fincas productoras, permitiéndoles complementar su actividad agrícola con la prestación de servicios turísticos. Este proceso contribuye significativamente al mejoramiento de la calidad de vida de los actores locales y al fortalecimiento de las economías territoriales mediante la creación de nuevos flujos de capital en zonas que tradicionalmente dependen de un solo producto de exportación. La plataforma permite que los pequeños productores accedan a canales de comercialización digital, ampliando su visibilidad y eliminando barreras de acceso al mercado turístico nacional e internacional.

Asimismo, el proyecto fomenta la inclusión social a través de la participación activa de los miembros de la comunidad en diversas áreas como la guianza, la logística y la ejecución de actividades culturales. Esta dinámica promueve la revalorización del conocimiento tradicional y agrícola, fortaleciendo la identidad cultural local y propiciando un intercambio de saberes significativo entre los visitantes y los productores. En última instancia, el turismo agro-experiencial actúa como una herramienta de dinamización socioeconómica que genera empleo directo e indirecto, impulsando el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades vinculadas al sector bananero ecuatoriano.

4.9.6. *Componente de gobernanza*

Con referente a la gobernanza, la empresa se rige estrictamente por principios de transparencia, ética empresarial y responsabilidad en el proceso de toma de decisiones. Asimismo, la plataforma digital facilita la incorporación de mecanismos de trazabilidad y control de la calidad de las experiencias ofertadas. Esto se logra mediante sistemas de evaluación y retroalimentación por parte de los usuarios, lo que permite mantener estándares adecuados de servicio y fortalecer la confianza dentro del ecosistema digital. La empresa busca alinearse de manera permanente con normativas tanto nacionales como internacionales en materia de turismo sostenible y comercio justo, garantizando el cumplimiento regulatorio y la sostenibilidad institucional del proyecto a largo plazo

4.9.7. *Indicadores ESG del proyecto*

Para evaluar el desempeño sostenible del proyecto y asegurar el cumplimiento de los objetivos de impacto, se han definido indicadores clave que permiten monitorear las dimensiones ambientales, social y de gobernanza de manera sistemática.

En la dimensión ambiental, los indicadores se enfocan en medir el nivel de adopción de prácticas responsables y el impacto directo de la actividad turística en el ecosistema. Se monitorea el porcentaje de fincas que implementan buenas prácticas agrícolas y sistemas técnicos de manejo de residuos, así como la estimación anual de la huella de carbono generada por cada experiencia turística realizada. Asimismo, se realiza un seguimiento del consumo promedio de agua por

visitante, con el fin de asegurar que el aprovechamiento de los recursos naturales en las zonas bananeras se realice de manera responsable y sostenible.

En el ámbito social, los indicadores buscan cuantificar el beneficio económico y el nivel de involucramiento de las comunidades locales en la cadena de valor. Se mide el índice de satisfacción del cliente y el nivel de participación de los miembros de la comunidad en la prestación de servicios, asegurando que el turismo agro-experiencial actúe como una verdadera herramienta de dinamización socioeconómica y revalorización cultural.

Finalmente, el componente de gobernanza asegura la transparencia administrativa y el cumplimiento estricto de los estándares de calidad definidos por la plataforma. Los indicadores incluyen el seguimiento semestral de la idoneidad de los proveedores y la tasa mensual de reclamaciones o incidencias reportadas por los usuarios. También se mide la eficiencia en la atención al cliente a través de los tiempos promedio de respuesta, garantizando que la relación con los aliados estratégicos y los turistas se mantenga bajo condiciones justas, equitativas y de alta calidad operativa.

4.9.8. Relación entre ESG y competitividad empresarial

La implementación de criterios ESG actúa como un factor diferenciador crítico que potencia la competitividad de la plataforma en el mercado turístico global. Al alinear la operación con estándares de sostenibilidad y ética, la empresa logra captar la atención de un segmento creciente de turistas internacionales que priorizan el impacto positivo de sus viajes. Esta alineación no solo mejora el posicionamiento de la marca frente a competidores que ofrecen

turismo convencional, sino que también incrementa la confianza de los usuarios, fomentando la lealtad y la recomendación del servicio.

Desde una perspectiva estratégica, la integración de estos criterios facilita el acceso a nuevas oportunidades de inversión y alianzas con organismos que valoran la responsabilidad organizacional. Al demostrar un compromiso real con el bienestar social y la protección ambiental en el sector bananero, el proyecto reduce riesgos reputacionales y operativos, asegurando una estructura de negocio más resiliente y atractiva. En última instancia, la sostenibilidad se traduce en una ventaja competitiva sostenible que permite a la plataforma consolidarse como un referente de innovación y ética en el agroturismo ecuatoriano.

4.9.9. *Riesgos asociados a sostenibilidad*

La organización identifica y evalúa de manera proactiva los riesgos que podrían comprometer la sostenibilidad del modelo de negocio a largo plazo. Entre los principales factores críticos se encuentran el posible incumplimiento de prácticas ambientales por parte de las fincas aliadas, la afectación involuntaria del entorno territorial o una limitada participación de las comunidades rurales en la cadena de valor.

Asimismo, el proyecto considera riesgos operativos y financieros, como la fluctuación de la demanda turística o variaciones en el comportamiento del consumidor, que podrían influir en la continuidad de las estrategias sostenibles. Para gestionar estas amenazas, el modelo empresarial incorpora un sistema de monitoreo continuo y evaluación de impacto que permite ajustar las

estrategias de forma permanente. Esto incluye la implementación de procesos de mejora organizacional y el fortalecimiento de las alianzas estratégicas para asegurar que la plataforma mantenga su integridad frente a cambios económicos o sociales. Al priorizar una gestión responsable de los riesgos, la empresa garantiza la seguridad operativa y la protección de los activos digitales y territoriales que sustentan la propuesta de valor.

4.9.10. *Importancia estratégica del enfoque ESG*

La adopción de los criterios ESG representa una decisión estratégica fundamental para garantizar que el crecimiento económico de la plataforma sea equilibrado y coherente con el desarrollo territorial del Ecuador. Al integrar estas dimensiones, el proyecto no solo busca la rentabilidad financiera, sino que se posiciona como una empresa responsable capaz de generar valor compartido entre los accionistas, las comunidades rurales y el medio ambiente. Esta visión integral permite que la plataforma se consolide como un referente de innovación en el sector agroturístico, asegurando su viabilidad institucional y su relevancia en un mercado global que exige cada vez más transparencia y compromiso ético.

4.10. Aspectos legales y regulatorios

El cumplimiento del marco legal y regulatorio es un pilar fundamental para garantizar la seguridad jurídica y la viabilidad operativa de la plataforma. El proyecto se estructura bajo el estricto cumplimiento de la normativa ecuatoriana vigente, asegurando que la relación entre los

usuarios, las fincas bananeras y la administración se desarrolle en un entorno de transparencia y legalidad.

4.10.1. *Importancia de la regulación dentro del proyecto*

La regulación constituye un pilar estratégico fundamental para la plataforma, ya que garantiza la seguridad jurídica necesaria para operar en la intersección de los sectores tecnológico, turístico y agroindustrial. Un marco regulatorio claro permite establecer reglas de juego transparentes entre los socios, los productores bananeros y los usuarios finales, minimizando la incertidumbre y previniendo conflictos legales que podrían comprometer la estabilidad financiera del negocio. Al operar bajo el estricto cumplimiento de la normativa ecuatoriana, el proyecto fortalece su legitimidad institucional y se posiciona como una iniciativa formal y confiable ante el mercado y las autoridades competentes.

4.10.2. *Constitución legal de la empresa*

La formalización del proyecto se basa en la adopción de una estructura jurídica que garantice la estabilidad operativa y la protección de los miembros. Para esto se ha determinado que se constituya la empresa bajo la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada, de acuerdo con la Ley de Compañías y la normativa vigente del Ecuador.

Al constituirla bajo este modelo se asegura la separación entre el patrimonio personal de los socios y los activos de la empresa, limitando la responsabilidad de cada uno de ellos al monto de sus respectivas aportaciones. Además de la obtención del Registro Único de Contribuyente

(RUC) y la inscripción en el Registro Mercantil, este marco legal permite a la organización establecer estatutos personalizados en su estructura pública para regular de forma clara la toma de decisiones en la Junta General, la distribución de beneficios y los mecanismos de resolución de conflictos.

Al tener una identidad jurídica sólida y formal, la empresa no solo cumple con sus obligaciones tributarias y societarias, sino que también adquiere la capacidad legal para suscribir contratos vinculantes con las fincas bananeras, proveedores y entes reguladores del sector turístico

4.10.3. *Obligaciones Tributarias*

El cumplimiento de las obligaciones tributarias es una parte esencial para la transparencia financiera y la sostenibilidad legal del proyecto. Al estar constituida como una sociedad formal en el Ecuador, la empresa se sujeta al régimen tributario vigente administrado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Esto implica el cumplimiento riguroso de responsabilidades como la declaración y pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre las comisiones de servicios turísticos, así como la retención y pago del Impuesto a la Renta de acuerdo con los porcentajes establecidos para las actividades de intermediación digital y servicios tecnológicos.

Asimismo, la gestión fiscal del proyecto contempla el mantenimiento de registros contables automatizados que permitan la emisión de comprobantes de venta electrónicos, garantizando la trazabilidad de cada transacción realizada a través de la plataforma. El cumplimiento oportuno de estas obligaciones no solo evita sanciones administrativas o multas que

podrían afectar el flujo de caja, sino que también fortalece la reputación de la empresa ante entidades bancarias y posibles inversionistas. Al operar bajo un esquema de responsabilidad tributaria, la organización asegura su idoneidad para acceder a incentivos fiscales destinados a la innovación tecnológica y el fomento del turismo, consolidando su viabilidad económica a largo plazo.

4.10.4. Regulación Turística

El proyecto se desarrolla en la Ley de Turismo y sus reglamentos aplicables, los cuales establecen las condiciones necesarias para el ejercicio de actividades agroturísticas y de intermediación en el Ecuador. Para operar legalmente, la plataforma debe cumplir con la obtención del Registro Nacional de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), asegurando que la prestación de servicios agro-experienciales cuente con el aval de las autoridades competentes. Esta regulación garantiza que las actividades ofrecidas cumplan con estándares mínimos de seguridad, calidad y servicio para el turista nacional e internacional.

Asimismo, la normativa turística exige que la relación con las fincas bananeras aliadas esté formalizada, verificando que los establecimientos participantes cumplan con los requisitos operativos para recibir visitantes. Esto incluye la supervisión de normas de higiene, protocolos de seguridad en zonas agrícolas y la capacitación de guías locales, factores que son determinantes para mitigar riesgos operativos. Al alinearse con estas regulaciones, la empresa no solo evita sanciones administrativas, sino que fortalece su competitividad al integrarse formalmente en la cadena de valor turística del país, promoviendo un modelo de negocio responsable y profesional.

4.10.5. *Protección de datos personales*

El tratamiento de la información dentro de la plataforma se rige estrictamente por la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del Ecuador, garantizando el derecho de los usuarios y aliados a la privacidad y al control de su información. Debido a que el modelo de negocio implica el manejo de datos sensibles, como registros de usuarios, detalles de transacciones y perfiles de fincas bananeras, la empresa implementa protocolos de seguridad técnica y organizativa para prevenir el acceso no autorizado, la pérdida o la filtración de datos. Esto es fundamental para construir un entorno digital seguro que fomente la confianza necesaria para el intercambio comercial y turístico.

Estratégicamente, el proyecto incorpora políticas de privacidad claras y mecanismos de consentimiento informado, asegurando que cada persona que interactúe con la plataforma conozca la finalidad del uso de sus datos. Se establecen procedimientos para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, cumpliendo así con los estándares nacionales e internacionales de protección de la privacidad. Al priorizar la seguridad de la información, la organización no solo mitiga riesgos legales y multas administrativas, sino que también protege su reputación corporativa, consolidándose como un ecosistema digital íntegro y respetuoso de los derechos fundamentales de sus grupos de interés.

4.10.6. *Propiedad intelectual y activos digitales*

La protección de los activos intangibles es un factor crítico para la competitividad y la valoración de la plataforma en el mercado tecnológico. El proyecto lleva el registro formal de la marca, el logotipo y el nombre comercial ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), asegurando la exclusividad de la identidad corporativa. Dicha gestión legal previene el uso no autorizado por parte de terceros y fortalece la presencia de la marca "Agroaventuras" como un distintivo de calidad y confianza en el sector agroturístico.

En cuanto a los activos digitales, la propiedad intelectual se extiende al desarrollo de software original, incluyendo el código fuente, la arquitectura de la base de datos y el diseño de la interfaz de usuario (UI/UX). La empresa establece acuerdos de confidencialidad y cláusulas de cesión de derechos con los desarrolladores y colaboradores técnicos para garantizar que la titularidad de estas innovaciones permanezca en la organización. Al blindar legalmente sus desarrollos tecnológicos y contenidos multimedia, el proyecto no solo protege su inversión, sino que también incrementa su valor patrimonial y asegura su capacidad de escalabilidad frente a futuros procesos de expansión o alianzas estratégicas.

4.10.7. *Contratos y alianzas estratégicas*

La formalización de las relaciones con terceros es un componente esencial para mitigar riesgos operativos y asegurar la calidad de la experiencia turística. El proyecto se basa en un modelo de gestión contractual que define con precisión las obligaciones, derechos y

responsabilidades de cada actor dentro del ecosistema. Mediante el uso de contratos de prestación de servicios y convenios de colaboración, la empresa garantiza que la interacción con las fincas bananeras, guías locales y proveedores de transporte se realice bajo términos legales claros, protegiendo los intereses de la plataforma y asegurando un servicio estandarizado para el usuario final.

En cuanto a las alianzas estratégicas, la plataforma establece acuerdos con entidades públicas y privadas, como cámaras de turismo, asociaciones de productores y gobiernos locales, para potenciar el desarrollo territorial y la visibilidad del proyecto. Estos convenios no solo facilitan el acceso a recursos técnicos y capacitación para las fincas aliadas, sino que también fortalecen la red de apoyo necesaria para la escalabilidad del negocio. Al estructurar estas alianzas bajo marcos legales sólidos y cláusulas de confidencialidad, la organización asegura la sostenibilidad de sus colaboraciones y protege la integridad de su modelo operativo frente a la competencia.

4.10.8. Riesgos legales identificados

Se han identificado de manera proactiva diversos factores de riesgo jurídico que podrían impactar la operación y la reputación de la plataforma. Entre los principales riesgos se encuentra el posible incumplimiento normativo por parte de las fincas aliadas, especialmente en lo referente a permisos de funcionamiento turístico y estándares de seguridad para los visitantes. Asimismo, la gestión de la responsabilidad civil ante posibles accidentes o incidentes durante las experiencias agro-experienciales constituye un área crítica, lo que exige la implementación de pólizas de seguro

adecuadas y cláusulas de exoneración de responsabilidad claramente definidas en los términos y condiciones de uso.

Otro riesgo relevante está asociado a la protección de datos personales y la ciberseguridad, donde cualquier vulneración en el tratamiento de la información de los usuarios podría derivar en sanciones administrativas severas y pérdida de confianza en el mercado. Además, el proyecto considera riesgos relacionados con la propiedad intelectual y posibles disputas contractuales con proveedores o aliados estratégicos. Para mitigar estas amenazas, la empresa aplica una estrategia de cumplimiento permanente (compliance), auditorías legales periódicas y el fortalecimiento continuo de los marcos contractuales, asegurando que la plataforma opere siempre dentro de los límites de la legalidad y proteja sus activos institucionales.

4.10.9. *Gobernanza y cumplimiento organizacional*

La gobernanza dentro de la plataforma se establece como el conjunto de procesos y políticas que aseguran una dirección ética, transparente y alineada con los objetivos de largo plazo del proyecto. Este componente define la estructura de toma de decisiones, estableciendo responsabilidades claras para la administración, los desarrolladores técnicos y los gestores de alianzas. Al implementar un modelo de gobernanza robusto, la empresa garantiza que los intereses de los socios, las comunidades bananeras y los usuarios finales estén debidamente representados y protegidos, fomentando una cultura organizacional basada en la integridad y la rendición de cuentas.

El cumplimiento organizacional (compliance) actúa como el mecanismo operativo para asegurar que todas las actividades de la plataforma se ajusten a las normativas legales, los estándares de calidad y los códigos de conducta interna. Esto incluye la supervisión periódica de los procesos de contratación, la gestión financiera y el tratamiento de datos para prevenir irregularidades o malas prácticas. Al priorizar una gobernanza sólida, el proyecto no solo minimiza los riesgos de sanción o fraude, sino que también incrementa su atractivo para inversores y organismos internacionales que buscan socios con estructuras de gestión confiables, profesionales y responsables.

4.10.10. *Importancia estratégica de los aspectos legales*

La gestión rigurosa de los aspectos legales no constituye únicamente un requisito de cumplimiento, sino que se establece como una ventaja competitiva que garantiza la viabilidad y escalabilidad de la plataforma. Al operar bajo un marco jurídico sólido y transparente, la empresa reduce significativamente la exposición a contingencias financieras derivadas de sanciones, multas o litigios, protegiendo así el flujo de caja y los activos de los inversionistas. Esta seguridad legal es el cimiento sobre el cual se construye la confianza de los grupos de interés, desde los productores bananeros que ceden sus espacios para las experiencias, hasta los turistas internacionales que buscan garantías en sus transacciones digitales.

Desde una perspectiva estratégica, la formalidad legal facilita la expansión del modelo de negocio hacia nuevos mercados y la suscripción de convenios con organismos gubernamentales o multilaterales. Contar con una estructura societaria clara y una propiedad intelectual protegida

incrementa el valor patrimonial de la organización, convirtiéndola en un activo atractivo para el levantamiento de capital o fusiones estratégicas.

4.11. Plan de implementación empresarial

El plan de implementación establece la hoja de ruta crítica para transformar el modelo de negocio en una operación funcional y escalable. Este proceso se divide en fases secuenciales que aseguran la correcta integración de la tecnología, el desarrollo de la oferta turística y la penetración en el mercado, minimizando riesgos y optimizando el uso de los recursos financieros y humanos.

4.11.1. Objetivos del plan de implementación

El propósito central del plan de implementación es dirigir la transición del proyecto desde su fase de diseño hacia una operación comercial plenamente funcional y escalable. Como primer objetivo, se busca establecer una infraestructura legal y tecnológica robusta, lo que implica el comienzo de una plataforma digital intuitiva y segura, respaldada por el ámbito jurídico de la empresa y el cumplimiento de todas las normativas tributarias y de propiedad intelectual vigentes en el país.

En el ámbito operativo, el plan persigue la consolidación de una red de aliados estratégicos mediante la formalización de convenios con fincas bananeras seleccionadas. El objetivo es estandarizar la oferta de experiencias agro-experienciales, asegurando que cada servicio cumpla con estrictos protocolos de calidad, seguridad y sostenibilidad. Esta etapa es crucial para

garantizar que la promesa de valor digital se traduzca en una experiencia física excepcional y profesional para el visitante.

Asimismo, la implementación se orienta a la validación del modelo de negocio mediante un lanzamiento controlado que permita medir la respuesta del mercado en tiempo real. A través de este objetivo, se busca optimizar los procesos de conversión y ajustar la plataforma según la retroalimentación de los usuarios. Paralelamente, se prioriza la transferencia de capacidades a las comunidades rurales, capacitando a los actores locales en gestión turística y herramientas digitales para asegurar un impacto social positivo y duradero.

Finalmente, el plan tiene como meta alcanzar la sostenibilidad operativa y financiera en el corto plazo. Esto se logra mediante el monitoreo constante de indicadores clave de gestión y criterios ESG, permitiendo que el crecimiento de la empresa sea equilibrado. Al cumplir estos objetivos, el proyecto no solo asegura su rentabilidad, sino que se posiciona como un motor de innovación capaz de transformar el potencial del sector bananero ecuatoriano en un producto turístico de clase mundial.

4.11.2. Fase de planificación inicial

En esta fase constituye una parte fundamental del sistema operativo del proyecto y tiene como objetivo principal alinear los recursos humanos, técnicos y financieros con la visión estratégica del negocio. Durante este periodo, se define la estructura organizacional inicial y se establecen los cronogramas detallados de ejecución, permitiendo que todas las áreas involucradas

operen bajo una misma hoja de ruta. La planificación inicial asegura que el paso del concepto a la ejecución se realice de manera controlada, minimizando la improvisación y optimizando el uso del capital semilla.

En el ámbito técnico y legal, esta etapa contempla la definición de los requerimientos funcionales de la plataforma y el inicio de los trámites para la constitución legal de la empresa. Se seleccionan los proveedores de servicios tecnológicos y se establecen los marcos de trabajo (metodologías ágiles) para el desarrollo del software. Simultáneamente, se realiza un mapeo exhaustivo de las zonas bananeras prioritarias para identificar a los primeros aliados estratégicos, asegurando que la captación de fincas se base en criterios técnicos de accesibilidad, infraestructura y potencial turístico.

Por último, la fase de planificación inicial incluye el diseño de la estrategia de marca y el plan de comunicación digital. Se definen los canales de adquisición de clientes y se establecen las métricas clave de desempeño (KPIs) que permitirán evaluar el éxito de las fases posteriores. Al concluir esta etapa, el proyecto cuenta con un modelo de gobernanza claro y una estructura operativa lista para iniciar el desarrollo del Producto Mínimo Viable (MVP) y la formalización de las primeras alianzas en el territorio

4.11.3. Fase de desarrollo tecnológico

Esta etapa se centra en la construcción y despliegue de la infraestructura digital, priorizando la creación de un ecosistema escalable, intuitivo y seguro. El proceso inicia con el

desarrollo del Producto Mínimo Viable (MVP), el cual integra funcionalidades críticas como el motor de reservas en tiempo real, pasarelas de pago cifradas y perfiles de usuario. Se aplica un diseño enfocado en la experiencia del usuario (UX/UI) para garantizar una navegación fluida en dispositivos móviles y de escritorio.

De igual manera, se implementa la arquitectura de datos y los protocolos de seguridad necesarios para proteger la información personal y garantizar la integridad transaccional. La fase culmina con rigurosas pruebas de control de calidad (testing) para evaluar la estabilidad del servidor y la velocidad de respuesta. Al finalizar, la plataforma queda técnicamente lista para su lanzamiento y para la gestión operativa de las experiencias en las fincas aliadas.

4.11.4. Fase de generación de alianzas estratégicas

Esta etapa se enfoca en construir la red de colaboración necesaria para la operatividad del proyecto en el territorio. El objetivo principal es la captación y formalización de convenios con fincas bananeras que cumplan con criterios de accesibilidad, infraestructura y sostenibilidad. Estos aliados actúan como proveedores clave, por lo que su selección garantiza que la experiencia física sea coherente con la calidad técnica de la plataforma digital.

Además de los productores, la fase incluye el establecimiento de vínculos con actores públicos y privados, como cámaras de turismo y gobiernos locales, para potenciar la promoción territorial y el acceso a capacitación. La relación con estos terceros se formaliza mediante marcos contractuales claros que definen estándares de servicio y protocolos de seguridad. Al consolidar

este ecosistema de apoyo, la empresa asegura la disponibilidad de experiencias de alta calidad y fomenta el desarrollo económico de las comunidades rurales participantes.

4.11.5. Fase de marketing y posicionamiento

Esta etapa tiene como objetivo principal poner la marca en la mente del consumidor y generar tráfico calificado hacia la plataforma digital. La estrategia se centra en el posicionamiento del agroturismo bananero como una experiencia única y sostenible, utilizando canales digitales para alcanzar tanto al turista nacional como al extranjero. Se prioriza el uso de contenido visual de calidad que resalte toda la riqueza natural de las fincas y la autenticidad de los procesos agrícolas, construyendo una narrativa que conecte emocionalmente con los viajeros que buscan experiencias con propósito, todo esto llevado a cabo por la agencia de marketing con el contenido que las diferentes fincas faciliten.

La ejecución operativa incluye campañas segmentadas en redes sociales, estrategias de optimización en buscadores (SEO/SEM) y el marketing de influencia para validar la oferta. Asimismo, se establecen tácticas de relaciones públicas para obtener visibilidad en medios especializados en turismo y tecnología. Al finalizar esta fase, el proyecto no solo habrá logrado sus primeras conversiones y reservas, sino que habrá sentado las bases de una comunidad digital activa, facilitando el reconocimiento de "Agroaventuras" como el referente principal de innovación turística en el sector bananero ecuatoriano.

4.11.6. Fase operativa y puesta en marcha

Esta fase se ejecuta de manera transversal una vez iniciada la operación, con el objetivo de asegurar que todas las actividades se mantengan alineadas con los objetivos estratégicos y los estándares de calidad establecidos. El enfoque principal es la medición sistemática de indicadores clave de desempeño (KPIs), tales como la tasa de conversión de reservas, el nivel de satisfacción del usuario y la eficiencia en la respuesta técnica de la plataforma. Este seguimiento permite detectar desviaciones de forma temprana y aplicar medidas correctivas que garanticen la estabilidad del modelo de negocio.

Además del rendimiento comercial, esta etapa pone especial énfasis en el cumplimiento de los criterios ESG y los impactos en las comunidades rurales. Se supervisa que las fincas aliadas mantengan las prácticas de sostenibilidad acordadas y que el beneficio económico llegue de manera equitativa a los actores locales. La recolección y análisis de datos se convierte en un activo estratégico, facilitando la toma de decisiones basada en evidencia para optimizar los procesos operativos y fortalecer la transparencia ante los socios y posibles inversionistas.

Finalmente, el monitoreo y control asegura la integridad de la plataforma mediante auditorías periódicas de seguridad digital y cumplimiento legal. Al establecer un ciclo de retroalimentación constante entre el usuario, el productor y la administración, la empresa fomenta una cultura de mejora continua. Esta fase es determinante para consolidar la reputación de la marca y preparar a la organización para futuros procesos de escalamiento, asegurando que el crecimiento no comprometa la calidad del servicio ni los valores fundamentales del proyecto.

4.11.7. *Cronograma general de implementación*

El cronograma general de implementación ha sido diseñado para completarse en un periodo inicial de **12 meses**, permitiendo una transición ordenada desde la base administrativa hasta la operación plena. Esta planificación temporal asegura que cada fase cuente con los recursos necesarios y que los hitos críticos se cumplan antes de avanzar a etapas de mayor exposición comercial.

Fase	Actividad Principal	Duración Estimada	Meses
P1: Planificación Inicial.	Constitución legal, definición de estructura y mapeo de zonas bananeras.	2 meses.	1 - 2
P2: Desarrollo Tecnológico.	Creación del MVP, pruebas de seguridad e integración de pagos.	4 meses.	2 - 5
P3: Alianzas Estratégicas.	Captación de fincas, firma de convenios y capacitación técnica locales.	3 meses.	4 - 6
P4: Marketing y Posicionamiento.	Lanzamiento de campañas digitales, SEO y gestión de marca.	3 meses.	6 - 8
P5: Operación y Puesta en Marcha.	Apertura de reservas, atención al cliente y gestión logística inicial.	4 meses.	9 - 12
P6: Monitoreo y Control.	Auditorías de calidad, medición de KPIs y reporte de criterios ESG.	Permanente.	9 en adelante.

El cronograma destaca un solapamiento estratégico entre las fases de desarrollo tecnológico y la generación de alianzas estratégicas (meses 4 y 5). Esto permite que, mientras la

plataforma se encuentra en sus etapas finales de prueba, los productores ya estén siendo integrados en el sistema, optimizando el tiempo de salida al mercado.

A partir del noveno mes, se inicia la puesta en marcha oficial, donde el enfoque se traslada de la construcción a la ejecución operativa. Es fundamental que la fase de Monitoreo y Control se active simultáneamente con la operación, permitiendo que la mejora continua se convierta en una práctica constante para ajustar el servicio según la demanda real del turista y asegurar la sostenibilidad del modelo desde su primer ciclo de facturación.

4.11.8. Estrategia de escalabilidad empresarial

La escalabilidad del proyecto se fundamenta en la capacidad de la plataforma para incrementar su volumen de usuarios y experiencias sin que los costos operativos crezcan en la misma proporción. Para lograrlo, la estrategia se apoya en la estandarización de procesos y la automatización tecnológica. Una vez validado el modelo en las primeras fincas bananeras, el sistema podrá replicarse de manera ágil en otras zonas agrícolas del país, aprovechando la infraestructura digital ya existente para integrar nuevos nodos productivos con una inversión marginal decreciente por cada nuevo aliado incorporado.

El crecimiento se proyecta inicialmente a través de una expansión geográfica y productiva lógica. Tras consolidar el sector bananero, la plataforma diversificará su oferta hacia otros cultivos emblemáticos, como el cacao y el café, utilizando el mismo motor de reservas y los protocolos de seguridad ya establecidos. Esta diversificación no solo amplía el mercado objetivo, sino que

permite desestacionalizar la demanda y ofrecer una variedad de experiencias agro-experienciales que enriquecen el catálogo digital de la empresa.

Asimismo, la escalabilidad se potencia mediante la innovación tecnológica continua y el fortalecimiento de alianzas globales. La implementación de herramientas de análisis de datos permitirá optimizar la logística y personalizar la oferta, mejorando la retención de clientes. Al mismo tiempo, la vinculación con operadoras turísticas internacionales y plataformas globales de viajes posicionará a la empresa como un proveedor clave en la región. Este crecimiento se mantendrá siempre alineado con los criterios ESG, asegurando que la expansión sea sostenible, ética y genere un impacto positivo real en cada nueva comunidad rural integrada

4.11.9. Riesgos de implementación

La transición hacia la fase operativa conlleva una serie de desafíos que pueden condicionar el éxito del proyecto. La identificación proactiva de estos riesgos permite establecer planes de contingencia que aseguren la continuidad del negocio y la integridad de la propuesta de valor. Los principales riesgos identificados se dividen en dimensiones técnicas, operativas y del entorno.

En el ámbito técnico, el riesgo más crítico es la resistencia o dificultad en la adopción tecnológica por parte de los productores locales, lo cual podría retrasar la actualización de la oferta en tiempo real. Para mitigar esto, el plan de implementación contempla programas de capacitación continua y el diseño de una interfaz de gestión simplificada para los aliados. Asimismo, existen riesgos asociados a la ciberseguridad y la estabilidad de la plataforma ante picos de demanda, los

cuales se abordan mediante el uso de servidores escalables y protocolos de cifrado de datos de alto estándar.

Desde la perspectiva operativa y del entorno, se identifican riesgos logísticos relacionados con la infraestructura de acceso a las fincas y posibles variaciones en la calidad del servicio ofrecido por terceros. Estos se gestionan a través de auditorías de calidad periódicas y la formalización de acuerdos de nivel de servicio (SLA) rigurosos. Finalmente, el proyecto considera factores externos como la inestabilidad climática o cambios en las regulaciones turísticas, ante los cuales se mantiene una estrategia de diversificación geográfica y un monitoreo permanente del marco legal para ajustar el modelo operativo de manera ágil y oportuna.

4.11.10. *Importancia estratégica del plan de implementación*

Al establecer una ruta estructurada por fases, la organización asegura que el crecimiento no sea producto de la improvisación, sino de un proceso de validación continua. Esta planificación permite una gestión eficiente del capital y de los recursos humanos, garantizando que cada inversión realizada en tecnología o marketing esté respaldada por hitos de cumplimiento técnico y legal previamente alcanzados.

Asimismo, el plan de implementación actúa como una herramienta de mitigación de riesgos y de generación de confianza institucional. Contar con un cronograma claro y fases de desarrollo bien definidas permite proyectar seriedad y profesionalismo ante inversionistas, entidades gubernamentales y aliados estratégicos del sector bananero. Esta estructura asegura que

la plataforma sea capaz de absorber la demanda del mercado de manera ordenada, manteniendo siempre los estándares de calidad y sostenibilidad que definen la propuesta de valor de la empresa.

Finalmente, la relevancia estratégica de este apartado reside en su enfoque en la mejora continua y la adaptabilidad. Al integrar mecanismos de monitoreo y control desde la puesta en marcha, el plan permite que la organización aprenda de su propia operación y se ajuste rápidamente a las dinámicas del sector turístico y tecnológico. En última instancia, una implementación bien ejecutada es lo que permite que el proyecto se consolide como un motor de innovación social y económica, asegurando que el impacto positivo en las comunidades rurales sea tangible, escalable y perdurable en el tiempo.

4.12. Conclusión del capítulo

El análisis detallado en este capítulo confirma que la viabilidad del proyecto trasciende la mera creación de una plataforma digital, sustentándose en una estructura organizativa robusta y un marco legal coherente. La definición estratégica de la gobernanza, el cumplimiento normativo y la protección de activos intelectuales asegura que la empresa cuente con la seguridad jurídica necesaria para operar en un entorno competitivo. Al alinear los objetivos empresariales con los estándares internacionales de sostenibilidad, el proyecto no solo se prepara para el cumplimiento regulatorio, sino que se posiciona como una inversión atractiva y de alto impacto social para el sector bananero.

Se concluye que el éxito operativo del modelo de negocio depende directamente de la ejecución disciplinada del plan de implementación y la consolidación de alianzas en el territorio. La ruta crítica establecida permite una gestión eficiente de los recursos, asegurando que la tecnología sea un facilitador y no una barrera para los productores locales. Al priorizar la capacitación y la estandarización de procesos, la organización garantiza que la calidad de la experiencia agro-experiencial sea consistente, lo que resulta fundamental para generar la confianza necesaria en los usuarios y aliados estratégicos durante la fase de lanzamiento.

Finalmente, este capítulo establece que la plataforma posee el potencial de convertirse en un referente de transformación digital para el agroturismo ecuatoriano. La combinación de una estrategia de escalabilidad clara, una gestión proactiva de riesgos y un enfoque centrado en la creación de valor compartido, permite concluir que la iniciativa es resiliente y preparada para el crecimiento a largo plazo. Con la base estratégica plenamente definida, el proyecto queda habilitado para avanzar hacia la ejecución operativa, con la certeza de que cada paso está diseñado para generar rentabilidad económica y bienestar para las comunidades rurales involucradas.

5. Capítulo 5: Conclusiones y Aplicaciones

5.1. Conclusiones generales

El del presente trabajo de titulación denominado *“Desarrollo de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial del sector bananero”* permitió evidenciar la viabilidad de integrar herramientas tecnológicas, estrategias de gestión empresarial y modelos de comercialización digital dentro del sector turístico ecuatoriano. A lo largo de la investigación se determinó que existe una oportunidad de mercado relacionada con la creciente demanda de experiencias turísticas auténticas, sostenibles y vinculadas con actividades productivas tradicionales, como es el caso del sector bananero.

La propuesta planteada permitió estructurar un modelo de negocio basado en una plataforma digital tipo marketplace turístico, orientada a conectar turistas, productores, operadores y comunidades locales mediante servicios tecnológicos que faciliten la promoción, reserva y comercialización de experiencias agro-experienciales. Asimismo, el estudio financiero realizado evidenció que el proyecto presenta condiciones favorables de rentabilidad y sostenibilidad económica a mediano plazo, considerando los ingresos provenientes de suscripciones, comisiones y alianzas estratégicas.

De igual manera, el trabajo integró componentes relacionados con planificación estratégica, gestión financiera, marketing digital y gestión del talento humano, esto permite construir una propuesta empresarial integral y alineada con las tendencias actuales de

transformación digital y turismo experiencial. La investigación permitió también identificar la importancia de fortalecer procesos de innovación en sectores productivos tradicionales, promoviendo alternativas de diversificación económica y generación de valor para las comunidades involucradas.

Finalmente, se concluye que la implementación de una plataforma digital especializada en turismo agro-experiencial representa una alternativa viable para impulsar la competitividad del sector turístico rural, fomentar la visibilización de la actividad bananera ecuatoriana y contribuir al desarrollo económico local mediante el uso de herramientas tecnológicas orientadas a la experiencia del usuario y la sostenibilidad del negocio.

5.2. Conclusiones específicas

5.2.1. *Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación*

Los objetivos planteados al inicio de la investigación fueron cumplidos de manera satisfactoria, debido a que se logró diseñar una propuesta de plataforma digital orientada al turismo agro-experiencial del sector bananero, incorporando elementos tecnológicos, comerciales, financieros y organizacionales necesarios para su funcionamiento.

En cuanto al diagnóstico inicial, se identificaron las necesidades y oportunidades existentes dentro del mercado turístico experiencial, especialmente en actividades vinculadas con el turismo rural y agroproductivo. Esto permitió definir una propuesta de valor diferenciada enfocada en la promoción de experiencias auténticas relacionadas con la producción bananera.

Asimismo, se desarrolló un modelo de negocio estructurado bajo un enfoque digital y escalable, estableciendo mecanismos de monetización basados en comisiones, suscripciones y alianzas estratégicas. Es por esto que se elaboró un plan financiero que permitió analizar la viabilidad económica del proyecto mediante indicadores como VAN, TIR y período de recuperación de la inversión, cuyos resultados reflejaron condiciones favorables para la sostenibilidad del emprendimiento.

También se cumplió el objetivo relacionado con la gestión organizacional y de talento humano, ya que se definieron roles, funciones, políticas y estrategias administrativas necesarias para la correcta operación de la empresa.

5.2.2. *Contribución a la gestión empresarial*

El presente proyecto de titulación aporta a la gestión empresarial al presentar un modelo innovador de negocio que integra tecnología, turismo y actividades agroproductivas dentro de una misma plataforma digital. Esta propuesta demuestra cómo los procesos de transformación digital pueden convertirse en herramientas estratégicas para generar nuevas oportunidades comerciales en sectores tradicionales de la economía.

La propuesta también constituye una referencia para futuros emprendimientos turísticos que busquen incorporar herramientas digitales como mecanismo de posicionamiento, automatización de procesos y escalabilidad empresarial, permitiendo mejorar la competitividad y sostenibilidad de los negocios dentro del sector turístico ecuatoriano.

5.2.3. *Contribución a nivel académico*

Desde el ámbito académico, la investigación contribuye al análisis y comprensión de nuevas formas de integración entre innovación tecnológica, turismo experiencial agroindustrial y gestión empresarial. El trabajo permitió aplicar conocimientos multidisciplinarios relacionados con varias disciplinas como administración, marketing, finanzas, tecnología y gestión de proyectos, consolidando una propuesta integral basada en fundamentos teóricos y metodológicos.

Asimismo, el estudio aporta información relevante sobre el potencial del turismo agro-experiencial como alternativa de desarrollo económico y diversificación turística en el Ecuador, especialmente en actividades productivas con alto valor cultural y económico como la industria bananera.

De igual manera, la investigación puede servir como base de referencia para futuros estudios relacionados con plataformas digitales, emprendimientos turísticos, transformación digital y modelos de negocio orientados al turismo sostenible y experiencial.

5.2.4. *Contribución a nivel personal*

El desarrollo del presente trabajo de titulación permitió fortalecer competencias profesionales y personales relacionadas con planificación estratégica, análisis financiero, trabajo en equipo, investigación y formulación de proyectos empresariales.

Además, el proceso de elaboración del proyecto contribuyó al fortalecimiento de habilidades de análisis crítico, toma de decisiones y resolución de problemas, especialmente en

aspectos vinculados con la estructuración de modelos de negocio y evaluación de oportunidades de mercado.

Permitió también comprender la importancia de la innovación y la adaptación tecnológica dentro de los entornos empresariales actuales, así como el valor que tiene el turismo sostenible como herramienta para impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades.

5.3. Limitaciones a la Investigación

Durante el desarrollo del trabajo de titulación se presentaron ciertas limitaciones que influyeron en el alcance del estudio. Una de las principales dificultades fue la limitada disponibilidad de información estadística específica relacionada con el turismo agro-experiencial, especialmente con el sector bananero ecuatoriano, lo que obligó a complementar el análisis mediante información relacionada con turismo rural, experiencial y agro turístico en general.

Asimismo, debido a las características del proyecto, no fue posible implementar una versión funcional mínima de la plataforma en un entorno real de operación, por lo que varios de los resultados obtenidos corresponden a proyecciones financieras, análisis de mercado y validaciones teóricas.

Otra limitación estuvo relacionada con la obtención de información directa de potenciales actores del ecosistema turístico y agroproductivo, considerando factores de disponibilidad, acceso geográfico y coordinación con posibles participantes del proyecto.

Finalmente, el comportamiento cambiante propio del mercado turístico, las condiciones económicas y la evolución constante de las tecnologías digitales representan variables externas que podrían influir en la implementación futura de la propuesta, por lo que será necesario realizar procesos continuos de actualización y adaptación estratégica para garantizar la sostenibilidad del modelo de negocio.

Bibliografía

- Alles, M. (2015). *Dirección estratégica de recursos humanos: Gestión por competencias*. Granica.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2015). *Principios de finanzas corporativas* (11.^a ed.). McGraw-Hill.
- Carrera, J. P. (2026, 31 de marzo). 1,3 millones de turistas extranjeros arribaron a Ecuador en 2025, un 9 % más que en 2024. *Ecuavisa*. <https://www.ecuavisa.com/ecuador/turistas-extranjeros-crecio-ecuador-2025-20260331-0083.html>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (10.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Drucker, P. (2004). *La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas*. Editorial Sudamericana.
- Ecoway. (2024, 14 de octubre). *¿Qué es el turismo experiencial o de emociones?* <https://sendaecoway.com/blog/turismo-experiencial/>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson Educación.
- Goleman, D. (2013). *Liderazgo: El poder de la inteligencia emocional*. Ediciones B.
- Harold Kerzner. (2018). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (12th ed.). Wiley.
- Islas, L. (2025, 26 de noviembre). Tendencias marketing 2026. La era del turismo experiencial: cómo los viajes dejaron de ser solo vacaciones. *Revista Merca2.0*. <https://www.merca20.com/tendencias-marketing-2026-la-era-del-turismo-experiencial-como-los-viajes-dejaron-de-ser-solo-vacaciones/>

- John C. Maxwell. (2011). *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo*. Grupo Nelson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- MarSen. (2024, 14 de octubre). ¿Qué es el turismo experiencial o de emociones? *Senda Ecoway*.
<https://sendaecoway.com/blog/turismo-experiencial/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *Plan de desarrollo turístico sostenible del Ecuador*.
Gobierno del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2026). *Boletín de estadísticas turísticas: Primer trimestre 2026*. <https://www.turismo.gob.ec/estadisticas>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s. f.). *Programas y proyectos de turismo rural*.
<https://www.turismo.gob.ec>
- Naciones Unidas en Ecuador. (2024). *ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico*. Naciones Unidas Ecuador. <https://ecuador.un.org/es>
- Organización Internacional del Trabajo. (2024). *Inversión sostenible, inclusión económica y trabajo decente*. OIT. <https://www.ilo.org>
- Ostelea. (2024, 21 de octubre). *Turismo digital: qué es y cómo está cambiando el sector*.
<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/turismo-digital>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Porter, M. (2009). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*.

Pirámide.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2024). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (13.^a ed.). Pearson Educación.

Rodríguez, A. C. S. (2021). Agroturismo para el desarrollo sostenible en fincas ecuatorianas: Un estudio documental. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 172–191.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8384005.pdf>

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentos de finanzas corporativas* (11.^a ed.). McGraw-Hill.

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentos de finanzas corporativas* (11.^a ed.). McGraw-Hill.

Senge, P. (2005). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Granica.

Zumba, L. (2025, 26 de septiembre). China, Turquía y Rusia, entre países que elevan el consumo de banano ecuatoriano. *Diario Expreso*.

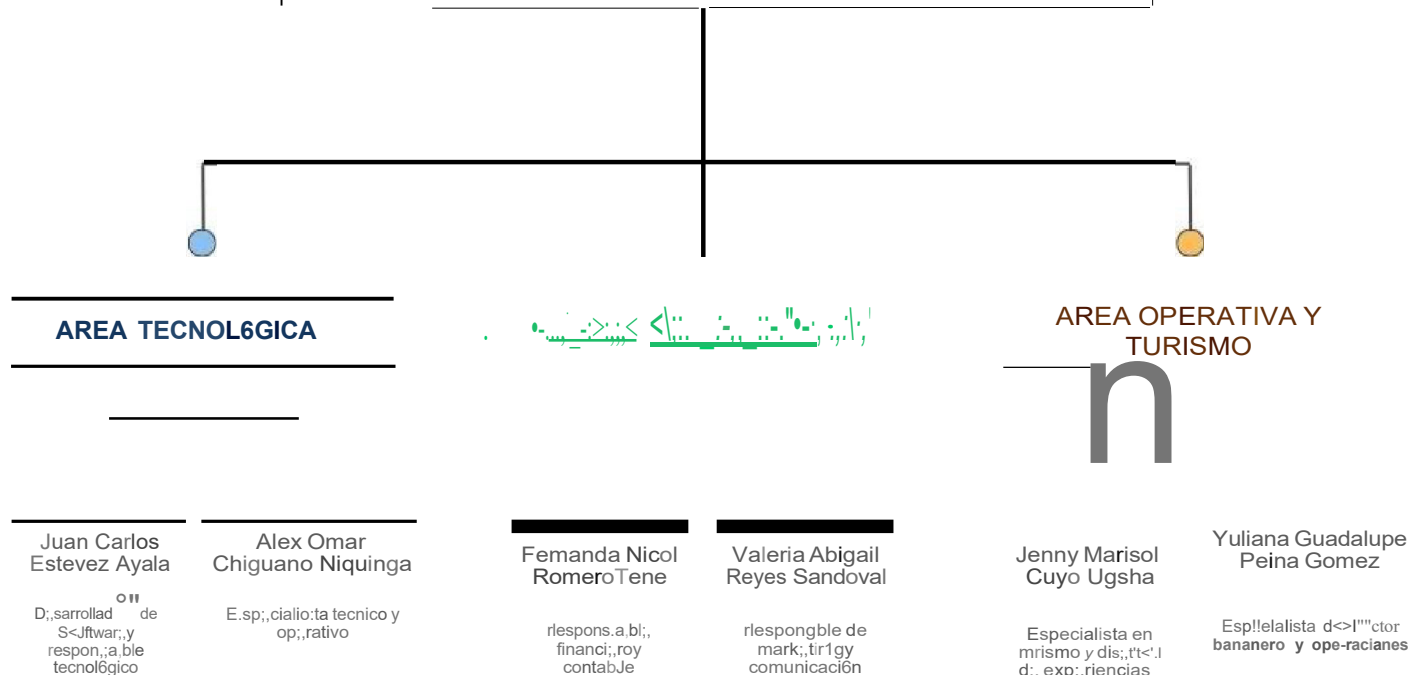
<https://www.expreso.ec/actualidad/economia/china-turquia-rusia-entre-paises-que-consumen-mas-banano-ecuatoriano-258620.html>

Anexos

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

GERENCIA DEL PROYECTO

Desarrollo de Plataforma Digital Turismo Agro-Experiencial del Sector Bananero



Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.