



Universidad de Cuenca  
Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**  
**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA BAÑOS DEL  
CANTÓN CUENCA**

**Monografía previa a la obtención del título de “Ingeniero en Turismo”**

**DIRECTOR:**

**ING. GUSTAVO EDUARDO IÑIGUEZ MÁRQUEZ**

**AUTOR:**

**ÁNGEL RODRIGO ALVARRACÍN SIGUA**

**CUENCA – ECUADOR**

**JUNIO 2015**



## Resumen

En la parroquia Baños del cantón Cuenca existe una gran variedad de plantas que se han cultivado desde hace varias décadas atrás y que son parte importante en la cultura de la parroquia. Sin embargo, dichas plantas han desaparecido o disminuido su cultivo en el mejor de los casos.

Este tema de investigación pretende difundir información de las plantas, a través del diseño de un proyecto de agroturismo en la parroquia Baños con el propósito de contribuir a la conservación de los cultivos ancestrales de la parroquia.

El diseño de este proyecto se basa en el modelo de plan de negocios a fin de que sirva de guía en el momento de implementar. Además se lleva a cabo una encuesta con el propósito de determinar el grado de factibilidad y conocer los gustos y preferencias de los visitantes acerca del agroturismo que servirán como referencia en el planteamiento del proyecto.

Palabras clave: Baños, agroturismo, factibilidad, proyecto, viabilidad.



### **Abstract**

In Baños parish of the Cuenca canton there are a wide variety of plants which have been grown for several decades ago and they are an important part of the parish's culture. However, these plants have disappeared or decreased its cultivation in the best of cases.

This research aims to share information of plants, through the design an agrotourism project in the Baños parish in order to contribute to the conservation of ancestral crops of the parish.

The design of this project is based on the business plan model in order to guide its implementation. In addition, it carried out a survey in order to determinate the feasibility level and to know the visitors' wishes and preferences about the agrotourism which will be used as a reference in the project approach.

Key words: Baños, agroturism, feasibility, project, viability.



## Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del Cantón Cuenca

### Índice

Resumen .....	2
Abstract.....	3
Índice .....	4
Índice de gráficos.....	11
Índice de tablas.....	12
Índice de ilustraciones .....	15
Índice de imágenes.....	16
Índice de fotos.....	17
Agradecimientos .....	21
Dedicatoria.....	22
Introducción .....	23
Capítulo 1 Parroquia Baños del cantón Cuenca .....	24
1.1 Ubicación geográfica .....	24
1.2 Limites .....	25
1.3 División política.....	25
1.4 Historia .....	26
1.5 Religión.....	26
1.6 Gastronomía.....	28
1.7 Paisajes Naturales.....	30
1.8 Demografía.....	30
1.9 Actividad económica.....	31
1.10 Agricultura .....	31
1.11 Ganadería.....	36



1.12 Turismo.....	36
Capítulo 2 Agroturismo .....	38
2.1 Turismo.....	38
2.2 Análisis del turístico a nivel mundial y nacional .....	38
2.3 Desarrollo turístico sostenible.....	39
2.4 Clasificación del turismo .....	40
2.5 Nueva alternativa de desarrollo turístico en la parroquia Baños.....	42
2.6 Agroturismo .....	44
2.6.1 Definición.....	44
2.6.2 Características .....	45
2.6.3 Beneficios.....	46
2.6.4 Actividades .....	46
2.7 Desarrollo del agroturismo en la parroquia Baños.....	47
2.7.1 Investigación de mercado.....	48
2.7.1.1 Objetivos de investigación.....	48
2.7.1.2 Metodología a utilizar .....	48
2.7.1.2.1 Mercado.....	49
2.7.1.2.2 Cálculo de la muestra .....	50
2.7.1.2.2 Encuesta.....	51
2.7.1.3 Análisis de resultados .....	51
2.7.1.4 Conclusiones.....	51
Capítulo 3 Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca .....	53
3.1 Análisis del proyecto.....	53
3.1.1 Ubicación.....	53
3.1.2 Misión .....	55



3.1.3 Visión.....	55
3.1.4 Valores .....	55
3.1.5 Objetivos .....	56
3.1.6 Estrategias .....	56
3.1.7 Análisis ambiental.....	57
3.1.7.1 Ingresos de competidores .....	57
3.1.7.1.1 Barreras de entrada.....	58
3.1.7.2 Amenaza de sustitutos .....	59
3.1.7.3 Poder de negociación de los compradores .....	59
3.1.7.4 Poder de negociación de los proveedores .....	60
3.1.7.5 Rivalidad entre competidores.....	60
3.1.8 Análisis FODA .....	60
3.1.9 Factores clave de éxito.....	61
3.1.9.1 Estrategias para el análisis FODA .....	61
3.1.9.2 Cultura de servicio .....	62
3.1.9.3 Ambiente interno .....	63
3.1.9.4 Tecnología .....	63
3.1.9.5 Calidad .....	63
3.1.9.6 Servicio post venta personalizado.....	63
3.1.9.7 Innovación.....	64
3.1.9.8 Fidelización del cliente .....	64
3.2 Análisis de mercado .....	64
3.2.1 Estudio de la demanda.....	64
3.2.1.1 Investigación de mercado .....	64
3.2.1.1.1 Objetivos de investigación .....	64
3.2.1.1.2 Metodología a utilizar.....	65



3.2.1.1.2.1 Mercado.....	65
3.2.1.1.2.2 Cálculo de la muestra.....	66
3.2.1.1.2.3 Encuesta.....	67
3.2.1.1.3 Análisis de resultados.....	67
3.2.1.1.4 Conclusiones.....	70
3.2.2 Estudio de la oferta.....	72
3.2.2.1 Competidores.....	72
3.3 Marketing mix.....	74
3.3.1 Producto.....	74
3.3.1.1 Características del producto.....	74
3.3.1.2 Ventaja competitiva.....	84
3.3.1.3 Posicionamiento.....	87
3.3.1.3.1 Imagen corporativa.....	87
3.3.1.3.2 Internet.....	87
3.3.1.3.3 Alianzas estratégicas.....	87
3.3.1.3.4 Oferta complementaria.....	87
3.3.1.4 Marca.....	88
3.3.1.4.1 Logo.....	88
3.3.1.4.2 Slogan.....	89
3.3.1.4.3 Isotipo.....	89
3.3.1.4.4 Papelería.....	89
3.3.2 Precio.....	90
3.3.2.1 Basado en costos.....	90
3.3.2.2 Basado en la competencia.....	91
3.3.2.3 Basado en la demanda.....	93
3.3.2.4 Fijación de precios.....	93



3.3.3 Plaza .....	95
3.3.3.1 Agencias de viajes y operadoras de turismo.....	95
3.3.3.2 ITur del Centro Histórico de Cuenca e ITur de Baños.....	95
3.3.3.1 Internet.....	95
3.3.3.4 Oficina .....	95
3.3.4 Promoción .....	95
3.3.4.1 Publicidad y medios .....	95
3.3.4.1 Redes sociales.....	96
3.3.4.2 Página web .....	96
3.3.4.3 Televisión.....	97
3.3.4.4 Radio .....	97
3.3.4.5 Afiches .....	98
3.3.4.6 Trípticos .....	98
3.3.4.2 Paquete turístico .....	100
3.3.4.2.1 Descripción .....	100
3.3.4.2.2 Presentación.....	101
3.3.4.2.3 Itinerario para el guía .....	101
3.3.4.2.4 Itinerario para el cliente.....	102
3.4 Plan operativo.....	103
3.4.1 Diagrama de flujo .....	103
3.4.2 Materia prima .....	105
3.4.3 Materiales y equipos.....	105
3.4.4 Tecnología.....	106
3.4.5 Mobiliario .....	106
3.4.6 Proveedores .....	107
3.4.7 Lay out.....	108



3.5 Estructura organizacional .....	109
3.5.1 Estructura organizacional .....	109
3.5.1.1 Organigrama .....	109
3.5.1.2 Funciones.....	110
3.5.2 Estructura legal .....	112
3.6 Estudio financiero .....	114
3.6.1 Inversiones .....	114
3.6.2 Ingresos.....	114
3.6.3 Gastos .....	115
3.6.4 Flujo de fondos .....	115
3.6.5 Indicadores financieros.....	116
3.6.5.1 VAN.....	116
3.6.5.2 TIR .....	116
3.6.5.3 BC .....	117
Conclusiones .....	118
4.1 Recomendaciones .....	118
Bibliografía .....	121
Textos.....	121
Tesis.....	123
Internet .....	124
Imágenes y fotos .....	128
Anexos.....	130
Anexo 1 Gráficos sobre demografía de la parroquia Baños. ....	130
Anexo 2 Entrevista.....	134
Anexo 3 Encuesta .....	136
Anexo 4 Gráficos de los resultados de la encuesta.....	140



Anexo 5 Tablas del estudio financiero .....	147
Inversiones .....	147
Ingresos.....	149
Costos .....	152
Flujo de fondos.....	162
Beneficio Costo .....	164
Anexo 6 Diseño de Monografía .....	165



## Índice de gráficos

Gráfico 1 Sexo, población de Baños.....	130
Gráfico 2 Sexo, población de Baños.....	130
Gráfico 3 Grupos de edad, población de Baños .....	131
Gráfico 4 Grupos de edad y sexo, población de Baños .....	131
Gráfico 5 Analfabetismo, población de Baños .....	132
Gráfico 6 Analfabetismo por grupos de edad, población de Baños .....	132
Gráfico 7 Ocupación, población del Azuay .....	133
Gráfico 8 Sexo, resultado de la encuesta .....	140
Gráfico 9 Edad, resultado de la encuesta .....	140
Gráfico 10 Nacionalidad, resultado de la encuesta.....	141
Gráfico 11 Provincia de procedencia, resultado de la encuesta .....	141
Gráfico 12 .....	142
Gráfico 13 .....	142
Gráfico 14 .....	143
Gráfico 15 .....	143
Gráfico 16 .....	144
Gráfico 17 .....	144
Gráfico 18 .....	144
Gráfico 19 .....	145
Gráfico 20 .....	145
Gráfico 21 .....	146



## Índice de tablas

Tabla 1 Plantas ancestrales de la parroquia Baños.....	32
Tabla 2 Competidores.....	72
Tabla 3 Actividades agrícolas .....	74
Tabla 4 Actividades ganaderas.....	77
Tabla 5 Actividades adicionales.....	79
Tabla 6 Productos cultivados y/o elaborados .....	82
Tabla 7 Alojamiento .....	84
Tabla 8 Productos y servicios ofertados por la competencia .....	92
Tabla 9 Precio de productos y servicios ofertados.....	94
Tabla 10 Materias primas .....	105
Tabla 11 Materiales y equipos .....	105
Tabla 12 Tecnología .....	106
Tabla 13 Mobiliario.....	106
Tabla 14 Proveedores.....	107
Tabla 15 Inversión .....	114
Tabla 16 Ingresos .....	115
Tabla 17 Costos.....	115
Tabla 18 Flujo de fondos .....	116
Tabla 22 Inversión fija.....	147
Tabla 23 Inversión diferida.....	148
Tabla 24 Capital de trabajo.....	148
Tabla 25 Crecimiento anual .....	149
Tabla 26 Visitas anuales.....	149
Tabla 27 Ingresos año 1 .....	149
Tabla 28 Ingresos año 2 .....	150
Tabla 29 Ingresos año 3 .....	150
Tabla 30 Ingresos año 4 .....	151
Tabla 31 Ingresos año 5 .....	151
Tabla 32 Full cost.....	152
Tabla 33 Costos año 1 .....	152
Tabla 34 Costos de producción año 1 .....	152



Tabla 35 Costos administrativos año 1 .....	153
Tabla 36 Sueldos y salarios año 1 .....	153
Tabla 37 Servicios básicos año 1 .....	153
Tabla 38 Suministros y materiales año 1 .....	153
Tabla 39 Costo de venta año 1 .....	153
Tabla 40 Publicidad año 1 .....	154
Tabla 41 Costos año 2.....	154
Tabla 42 Costo de producción año 2 .....	154
Tabla 43 Costo administrativo año 2.....	155
Tabla 44 Sueldos y salarios año 2.....	155
Tabla 45 Servicios básicos año 2 .....	155
Tabla 46 Suministros y materiales año 2 .....	155
Tabla 47 Costo de venta año 2.....	155
Tabla 48 Publicidad año 2 .....	156
Tabla 49 Costos año 3.....	156
Tabla 50 Costo de producción año 3 .....	156
Tabla 51 Costo administrativo año 3.....	157
Tabla 52 Sueldos y salarios año 3.....	157
Tabla 53 Servicios básicos año 3 .....	157
Tabla 54 Suministros y materiales año 3 .....	157
Tabla 55 Costo de venta año 3.....	157
Tabla 56 Publicidad año 3 .....	158
Tabla 57 Costos año 4.....	158
Tabla 58 Costo de producción año 4 .....	158
Tabla 59 Costo administrativo año 4.....	159
Tabla 60 Sueldos y salarios año 4.....	159
Tabla 61 Servicios básicos año 4 .....	159
Tabla 62 Suministros y materiales año 4 .....	159
Tabla 63 Costo de venta año 4 .....	159
Tabla 64 Publicidad año 4 .....	160
Tabla 65 Costos año 5.....	160
Tabla 66 Costo de producción año 5 .....	160



Tabla 67 Costo administrativo año 5.....	161
Tabla 68 Sueldo y salarios año 5.....	161
Tabla 69 Servicios básicos año 5 .....	161
Tabla 70 Suministros y materiales año 5 .....	161
Tabla 71 Costo de venta año 5 .....	161
Tabla 72 Publicidad año 5 .....	162
Tabla 73 Financiamiento.....	162
Tabla 74 Datos para tabla de amortización .....	162
Tabla 75 Tabla de amortización.....	163
Tabla 76 Depreciación parte 1 .....	163
Tabla 77 Depreciación parte 2 .....	163
Tabla 78 Amortización .....	163
Tabla 79 Beneficio Costo .....	164



## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación de la parroquia Baños .....	24
Ilustración 2 Límites de la parroquia Baños .....	25
Ilustración 3 Clasificación del turismo .....	40
Ilustración 4 Ubicación del proyecto .....	54
Ilustración 5 Ruta de acceso al proyecto .....	55
Ilustración 7 Matriz de desarrollo de marca .....	88
Ilustración 8 Logo del proyecto .....	89
Ilustración 9 Papelería del proyecto .....	90
Ilustración 10 Boceto de página en redes sociales .....	96
Ilustración 11 Boceto de página web .....	97
Ilustración 12 Boceto de afiche .....	98
Ilustración 13 Boceto de tríptico página 1 .....	99
Ilustración 14 Boceto de tríptico página 2 .....	99
Ilustración 15 Paquete turístico .....	101
Ilustración 16 Diagrama de flujo.....	104
Ilustración 17 Plano del proyecto .....	109
Ilustración 18 Organigrama.....	110



## Índice de imágenes

Imagen 1 Hacienda Caballo Campana .....	72
Imagen 2 Hostería Dos Chorreras .....	72
Imagen 3 Hacienda Uzhupud.....	72
Imagen 4 Hacienda San Juan Pamba .....	73
Imagen 5 Mega tienda del sur.....	107
Imagen 6 Supermercados Supermaxi.....	107
Imagen 7 Muebles Colineal .....	107
Imagen 8 Almacenes Comandato.....	107
Imagen 9 Agrosad.....	107
Imagen 10 Imprenta Monsalve Moreno .....	108



## Índice de fotos

Foto 1 Virgen de Guadalupe .....	27
Foto 2 Iglesia de Baños .....	27
Foto 3 Clavario.....	28
Foto 4 Timbulo .....	28
Foto 5 Tamal.....	28
Foto 6 Chumal .....	28
Foto 7 Cuchichaqui .....	29
Foto 8 Tostado.....	29
Foto 9 Venta .....	29
Foto 11 Maíz.....	32
Foto 12 Poroto .....	32
Foto 13 Habas .....	32
Foto 14 Sambo .....	33
Foto 15 Papa .....	33
Foto 16 Zanahoria de Chacra .....	33
Foto 17 Melloco .....	33
Foto 18 Ají Rocoto .....	34
Foto 19 Chicama.....	34
Foto 20 Capulí .....	34
Foto 21 Penco negro .....	34
Foto 22 Penco de castilla.....	35
Foto 23 Manzana.....	35
Foto 24 Higo .....	35
Foto 25 Siembra de plantas.....	74
Foto 26 Cosecha de plantas .....	74
Foto 27 Observación de plantas .....	75
Foto 28 Aprender las propiedades nutricionales de las plantas.....	75
Foto 29 Aprender las propiedades medicinales de las plantas.....	75
Foto 30 Conocer tradiciones relacionadas con las plantas.....	76
Foto 31 Observar animales.....	77
Foto 32 Alimentar animales .....	77



Foto 33 Ordeñar.....	77
Foto 34 Elaborar queso .....	78
Foto 35 Recolectar huevos .....	78
Foto 36 Caminata .....	79
Foto 37 Cabalgata .....	79
Foto 38 Ciclismo .....	79
Foto 39 Observación de flora y fauna del lugar .....	80
Foto 40 Apadrinar una planta.....	80
Foto 41 Apadrinar un animal.....	80
Foto 42 Acampar .....	81
Foto 43 Verduras .....	82
Foto 44 Frutas.....	82
Foto 45 Mermeladas .....	82
Foto 46 Leche .....	83
Foto 47 Quesos .....	83
Foto 48 Huevos.....	83
Foto 49 Recuerdos del lugar.....	84
Foto 50 Alojamiento en cabañas.....	84
Foto 51 Ejemplo de cultivo actual .....	85
Foto 52 Ejemplo de cultivo atractivo .....	85



Yo, Ángel Rodrigo Alvarracín Sigua, autor de la monografía "Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del Cantón Cuenca", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 29 de junio de 2015.

---

Ángel Rodrigo Alvarracín Sigua  
0106431273



Yo, Ángel Rodrigo Alvarracín Sigua, autor de la monografía "Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 29 de junio de 2015.

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line.

Ángel Rodrigo Alvarracín Sigua  
0106431273



## **Agradecimientos**

A Dios y la Virgencita de Guadalupe por brindarme la vida y el don de la  
sabiduría.

A mis queridos abues y tías por su apoyo incondicional.

A mi linda hermanita por contagiarme con sus ganas de seguir adelante.

A todos los docentes de la Facultad por sus enseñanzas y consejos.

A mi estimado director de monografía por su valiosa asesoría.

A tod@s mis compañer@s por estar presentes en las buenas y en las malas.

Y a todas las personas que han colaborado para que sea posible el presente  
tema de investigación.



## Dedicatoria

A Dios y la Virgencita porque con su ayuda ha sido posible cursar esta etapa de mi vida.

A mis queridos abues y tías porque a pesar de las dificultades siempre han estado ahí para ayudarme.

A mi querida hermanita porque con sus ocurrencias y “locuras” me alegra la vida.

A todos los decentes de la Facultad porque con sus enseñanzas han despertado en mí, el interés por descubrir cosas nuevas.

A mi estimado director de monografía porque con su asesoría y consejos ha sido posible desarrollar adecuadamente el presente tema.

A tod@s mis compañer@s porque han estado justo cuando más les necesitada.

Y a todas las personas que han colaborado para el desarrollo del presente tema porque con su valiosa ayuda y consejos se ha concluido satisfactoriamente.



## Introducción

En presente tema de investigación tiene el objetivo de difundir información acerca de las plantas cultivadas en la parroquia Baños, mediante el diseño de un proyecto de agroturismo con el propósito de contribuir a la conservación de los cultivos ancestrales de la parroquia.

El tema está dividido en tres capítulos, el primer capítulo presenta datos relevantes sobre la parroquia Baños, los mismos que serán utilizados en el diseño del proyecto, el segundo capítulo contiene información acerca del agroturismo y el tercer capítulo contiene el diseño del proyecto.

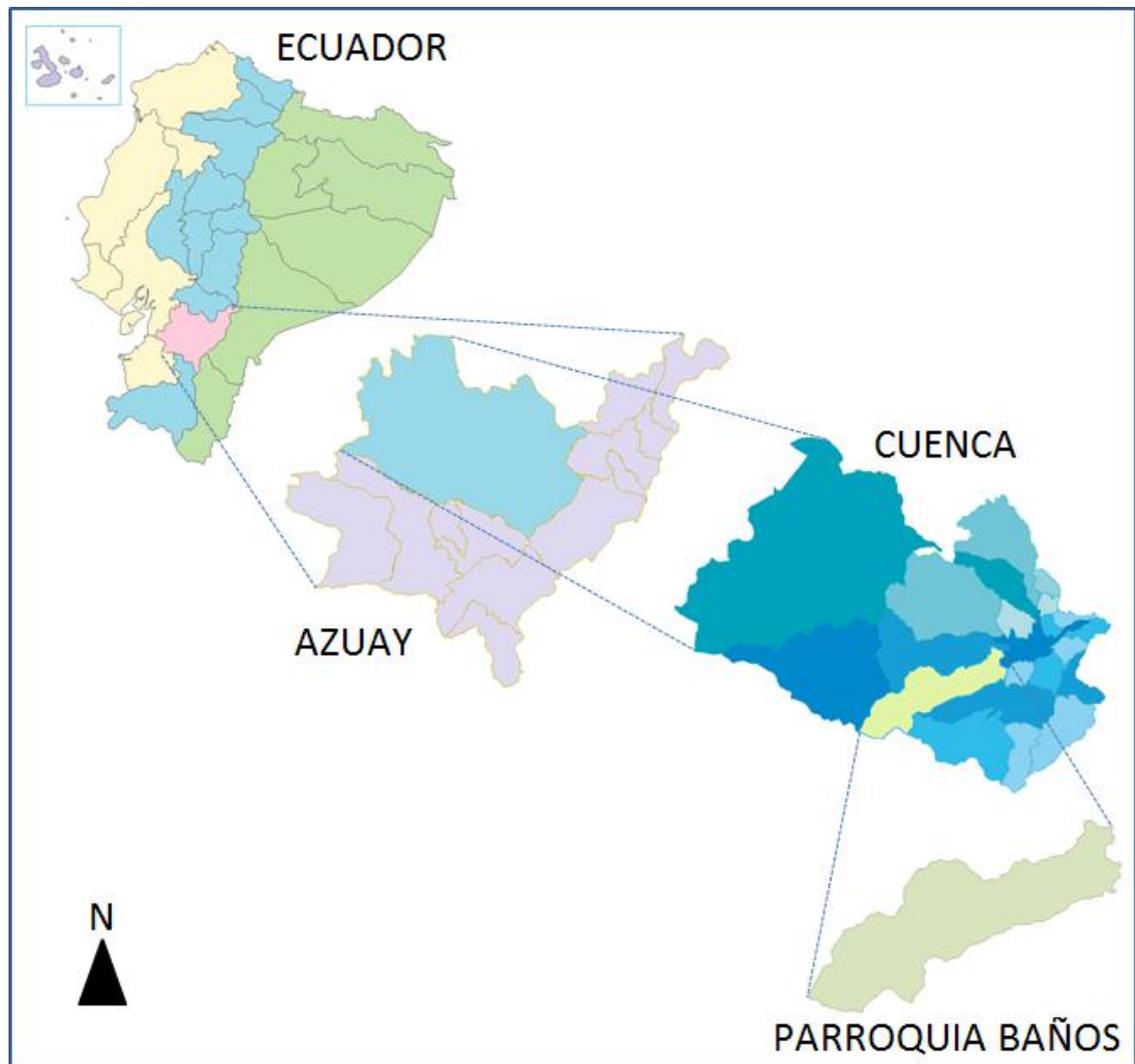
El proyecto se basa en el modelo de plan de negocios con el fin de tener una estructura clara y concisa. Al final, se presentan las conclusiones y recomendaciones a tener en cuenta para cuando se implemente el proyecto y para futuros diseños de proyectos similares.

## Capítulo 1 Parroquia Baños del cantón Cuenca

### 1.1 Ubicación geográfica

La parroquia rural de Baños se encuentra ubicada en la Región Sierra del Ecuador, en la provincia del Azuay, al sur oeste del Cantón Cuenca (PDOT de Baños Generalidades, 6), aproximadamente a 8 kilómetros desde el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca (Josafath Arévalo, 16).

#### Ilustración 1 Ubicación de la parroquia Baños



Fuente: Elaboración propia en base a Saberìa.com, Askalo y la Municipalidad de Cuenca.

## 1.2 Límites

Baños limita al norte con la parroquia San Joaquín, al sur con la parroquia Tarqui, Victoria del Portete y los cantones San Fernando y Santa Isabel, al este con Cuenca y la parroquia Turi y al oeste con la parroquia de Chaucha (PDOT de Baños Generalidades, 7).

### Ilustración 2 Límites de la parroquia Baños



Fuente: Elaboración propia en base al PDOT de Baños.

## 1.3 División política

La parroquia Baños cuenta con los caseríos de: el Centro, Huishil, Minas, Misicata, Narancay y Nero. En el caso de Huishil está formado por los barrios de: El Paraíso, Los Tilos, San Jacinto, San José y San Vicente. En cuanto a Misicata está constituido por las ciudadelas de: Alfaro, Las Antenas y UNE. Narancay está compuesto por los asentamientos de: Corraloma, El Chorro, Narancay Alto, Narancay Bajo, Santa María, Señor del Cultivo y Ucholoma. En minas existen los barrios de: Callacsí, Capillapamba, Chugchuguzo, Ensayana y



Loma de Minas. En cuanto a la cabecera parroquial está integrada por los sectores de: El Calvario, El Cementerio, El Manantial, Guadalupano Alto, Guadalupano Bajo, La Cuadra, La Escalinata, Los Hervideros, La Parada y La Unión. En lo que se refiere a Nero está conformada por los barrios de: Centro de Nero, Lucacia, Manzanoloma y Sunsun (Página web del GAD de Baños División Política, 1).

#### **1.4 Historia**

La parroquia Baños estaba habitada desde antes de la fundación de Cuenca, el 12 de abril de 1557, se sabe que el Inca Tupac Yupanqui conocía este lugar debido a sus aguas termales (Lourdes Auquilla y Edwin Barros, 12). En el siglo XVII, cuando los conquistadores españoles explotaban las minas de oro y plata del lugar, descubren las aguas termales que eran utilizadas para el baño por los pobladores, por lo que este lugar es conocido como los “Hervideros de Baños”. En 1963 inicia la vida eclesiástica, mientras que en 1957 los representantes de la parroquia, establecieron que la fecha de parroquialización es en enero de 1852 (Josafath Arévalo, 18).

#### **1.5 Religión**

Con el paso de los años, se han mantenido las manifestaciones culturales, en especial las tradiciones relacionadas con la religiosidad. La mayor parte de la población de Baños está relacionada con algún elemento de la religión. Es así que en Baños existen diversos elementos religiosos que son de gran importancia para los pobladores locales y de interés turístico. A continuación se mencionan algunos elementos religiosos.



Foto 1 Virgen de Guadalupe

Autor: Ángel Alvarracín

Los españoles además de la explotación de las minas de oro y plata, trajeron la imagen de Virgen de Guadalupe, la misma que se ha constituido en la patrona de la parroquia. La “Guadalupana” como se le conoce en Baños, fue tallada por el escultor Diego de Robles, quien también esculpió la imagen de la Virgen del Cisne, por lo que existe gran similitud entre las dos imágenes. Se caracteriza por vestir comúnmente una túnica y un manto que varían de color cada vez que hay una celebración o fiesta importante; en el brazo izquierdo lleva al niño Jesús

y en la mano derecha un cetro de reina. Las fiestas en su honor se celebran el 8 de septiembre. En cuanto a las creencias acerca de la Virgen, se dice que ella impide que erupcione el volcán de Baños (PDOT de Baños Generalidades, 11).



Foto 2 Iglesia de Baños

Autor: Ángel Alvarracín

La iglesia de Baños o Santuario del Espíritu Santo y de Nuestra Señora de Guadalupe de Baños, constituye una réplica parcial de la Catedral Nueva de Cuenca, su construcción inicia en 1944 y finaliza alrededor de 1960; para la construcción contribuyeron todos los habitantes del lugar, bajo las órdenes del albañil José Quito y José María Vizcho, quienes también trabajaban en la

construcción de la Catedral Nueva, esta puede ser la razón del parecido entre los dos templos (PDOT de Baños Generalidades, 11). Como dato adicional, los niños de escuela de la parroquia, colaboraban en la construcción trayendo ramas de los bosques cercanos, para la quema de ladrillos en el horno que se encontraba en donde hoy es la casa de la Comuna Hato de Zhiñan (Entrevista a María Carmen Guamanrrigra).



Foto 3 Clavario  
Autor: Ángel Alvarracín

El “Calvario” como lo conoce los pobladores de Baños, es una construcción de piedra volcánica del lugar y esta coronada por tres cruces, dos pequeñas un más grande en el medio (Josafath Arévalo, 23). Este lugar es importante para celebraciones religiosas, en especial para la conmemoración de las siete palabras que dijo Jesús antes de morir en la cruz, este evento se realiza el viernes santo en la noche y es presidida por el párroco.

### 1.6 Gastronomía

Otro aspecto importante de Baños es la gastronomía, que está ligada a las costumbres y tradiciones de los pobladores y a los productos existentes en la parroquia, es así que el principal ingredientes de varios de los deliciosos platos es el maíz, que es consumido tierno, maduro, con cascara, pelado, cocido, tostado, molido, frito, en fin, con este se prepara timbulos, cuchichaquis, chumales, tamales, colada y mote que acompaña a todas las comidas (Emma Brito).



Foto 4 Timbulo  
Autor: Ángel Alvarracín



Foto 5 Tamal  
Autor: Ángel Alvarracín



Foto 6 Chumal  
Autor: Ángel Alvarracín



Foto 7 Cuchichaqui  
Autor: Ángel Alvarracín



Foto 8 Tostado  
Autor: Ángel Alvarracín



Foto 9 Venta  
Autor: Ángel Alvarracín

EL chancho es también parte de la tradición de Baños (Emma Brito). Su preparación tradicional consistía en chaspar (quemar el pelaje) el chancho con llazhipas que son plantas pequeñas existentes en los bosque de la parroquia, luego se realizada con chamizas que son las ramas secas del eucalipto, en la actualidad se lo hace con soplete que funciona a gas; de esta manera se obtiene la tradicional “chuchicara” que es cuero tostado del chancho, que se lo sirve con sal y mote.

El cuy asado es otro plato representativo que se lo consume en eventos o fiestas importantes como el terminado de una casa, matrimonios (Emma Brito), fiestas de santos, pase del niño, pampamesas, “entradas” que consiste en la visita de los priostes (organizadores de la fiesta) al devoto (quien pasa la misa) unos días antes de la fiesta, los priostes llevan “mediamos” que contiene comúnmente mote, un plato grande de papas ahogadas (doradas) y cuy asado.

Las empanadas de Baños o empanadas de viento como se las conoce comúnmente, debido a que la mayor parte de su relleno es aire, se pueden degustar en fiestas y los fines de semana, aunque ahora se las puede encontrar en varios restaurantes de la parroquia.

En cuanto a las bebidas típicas, sobresalen la chicha de jora que es elaborada con harina de maíz reposado, agua, panela y especias dulces como la canela, anís, clavo de olor y pimienta dulce; el draque o canelazo que contiene agua hervida de canela o ataco y licor (Emma Brito); la colada de maíz que puede o



no llevar trozos de frutas; otra bebida típica que en los últimos años ha disminuido su consumo debido al desconocimiento del mismo, es el café de habas que consiste en tostar habas hasta que estén de color negro y luego molerlas para obtener café en polvo, existen algunas modificaciones del café de habas que consisten en combinar habas con maíz, trigo y cebada en diferentes cantidades; una recomendación que mejora la calidad del café, es poner azúcar al café tostado y luego molerlo (Entrevista a María Carmen Guamanrri).).

### **1.7 Paisajes Naturales**

A lo largo de toda la parroquia de Baños existen diferentes recursos naturales poco intervenidos que son de gran valor paisajístico y de interés turístico. Algunos de los sitios más importantes aledaños al centro parroquial son: la Loma del Volcán que es una falla geológica del volcán Sangay que por su extensión desde los nevados de los Andes hasta las llanuras amazónicas, llega una de sus ramificaciones a esta parroquia y se la conoce como el “Volcán de Baños” (Josafath Arévalo, 24-25); las lomas de Minas y Huizhil son lugares importantes debido a que en la época de la conquista española, de estos lugares se extraía oro y plata, por lo que hasta hoy en día se mantiene algunas entradas a las minas.

### **1.8 Demografía**

Según el VII Censo de Población y Vivienda 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la parroquia Baños tiene un total de 16.851 habitantes. De quienes, 7.868 son hombres que corresponde al 47% del total de población, y 8.983 son mujeres que corresponde al 53% (INEC). Ver Anexo 1, Gráficos 1 y 2.

En cuanto a edad de la población de Baños, el mayor número de personas se encuentra entre las edades de 5 a 24 años. Ver Anexo 1, Gráficos 3 y 4. Con respecto a la natalidad, el promedio de hijos e hijas nacidos, es de 1,73 y en lo referente a mortalidad, el promedio de hijos e hijas que están vivos actualmente, es de 2,58 (INEC).



Con respecto a la educación en Baños, 13.735 personas saben leer y escribir, que corresponde al 91% del total de personas; mientras que, 1.329 personas no saben leer ni escribir, que corresponde al 9% (INEC). Ver Anexo 1, Gráficos 5 y 6.

### **1.9 Actividad económica**

Según los Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda, en el Fascículo Provincial del Azuay realizado por el INEC, el 27,6% de hombres azuayos son oficiales, operarios y artesanos; mientras que, el 24,5% de mujeres azuayas son trabajadoras de los servicios y vendedoras (INEC Fascículo Provincial Azuay, 4). Estos resultados pueden ser inferidos a la parroquia Baños, debido a que la mayor parte del territorio Azuayo presenta características similares a Baños. Ver Anexo 1, Gráfico 7.

### **1.10 Agricultura**

En la parroquia Baños existe una gran variedad de plantas que se han cultivado desde varias décadas atrás y que actualmente han disminuido su cultivo y están desapareciendo. A continuación se presenta algunas de las plantas cultivadas en la parroquia (Entrevista a la familia Alvarracín Guamanrri). Ver Anexo 2, Entrevista sobre agricultura en la parroquia Baños.

**Tabla 1 Plantas ancestrales de la parroquia Baños**

Planta	Características
<p data-bbox="422 472 619 506"><b>Foto 10 Maíz</b></p>  <p data-bbox="349 842 692 875">Autor: Ángel Alvarracín.</p>	<p data-bbox="751 472 1437 947">“El maíz fue el pan de cada día de los aborígenes y en la actualidad, se mantiene como alimento básico de la población de la parte andina del Ecuador” (Franklin Bermeo y Vanessa Morales, 136). El maíz es uno de las principales plantas cultivadas en Baños, se acostumbra a sembrar junto a los porotos y habas. El mes recomendado para las siembras es septiembre.</p>
<p data-bbox="405 1021 636 1055"><b>Foto 11 Poroto</b></p>  <p data-bbox="354 1386 687 1420">Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p data-bbox="751 1021 1437 1391">El poroto o frijol tradicionalmente se cultiva junto al maíz, debido a que necesita un soporte para desarrollarse. Un elemento importante de la cosmovisión andina, es la dualidad que consiste la vida en pareja, macho y hembra; se considera que el maíz es macho y el poroto hembra por lo que se deben cultivar juntos.</p>
<p data-bbox="408 1462 633 1496"><b>Foto 12 Habas</b></p>  <p data-bbox="354 1861 687 1895">Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p data-bbox="751 1462 1437 1888">Las habas se acostumbran sembrar junto con el maíz y porotos, de esta manera se garantiza la disposición de alimentos durante la mayor parte del año. Se consume los granos almacenados de la cosecha anterior mientras maduran las habas, luego de aproximadamente dos meses maduran los porotos y dos meses después el maíz.</p>

<p><b>Foto 13 Sambo</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>El sambo se acostumbra sembrar en medio de los cultivos de maíz, de esta manera se aprovecha al máximo el espacio cultivado. Se utiliza en la preparación de la tradicional colada de sambo que incluye leche y en algunos casos se prepara con harina de maíz.</p>
<p><b>Foto 14 Papa</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>“La historia de la papa comienza hace unos 8000 años, cerca del lago Titicaca, que está a 3800 metros sobre el nivel del mar, en la cordillera de los Andes, América del Sur” (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación La Papa, 14). En Baños el cultivo de la papa tiene gran acogida.</p>
<p><b>Foto 15 Zanahoria de Chacra</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>La arracacha es “probablemente [...] una de las plantas cultivadas andinas más antiguas y más cultivadas en la etapa preinca, cuya domesticación precedió a la papa y el maíz” (Julio Amaya y José Julca, 3). En Baños se la conoce comúnmente como “zanahoria de chacra” o “zanahoria blanca” y se acostumbra sembrar junto a los cultivos de maíz.</p>
<p><b>Foto 16 Melloco</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>“La domesticación del Melloco es muy antigua. [...] Es un cultivo típicamente andino, utilizado en las áreas rurales pero poco utilizado en áreas urbanas” (UCODEP, 13). En Baños se cultiva en cultivos separados.</p>

<p><b>Foto 17 Ají Rocoto</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>“En el Azuay se reconocen y valoran los productos que han estado presentes en los platos y preparaciones gastronómicas desde la antigüedad, [...] sin duda un elemento que le da existencia a los sabores y aromas de nuestra Cuenca, estamos hablando del ají” (María Herrera, 2). En Baños se acostumbra a sembrar junto a las casas.</p>
<p><b>Foto 18 Chicama</b></p>  <p>Autores: Ángel Alvarracín.</p>	<p>“La jícama [...] es una planta originaria de la zona andina, que fue domesticada y cultivada por los antiguos pobladores de éstos territorios” (Gilberto Álvarez, Sayda Sánchez y Yadira Uchuari, 5). En Baños se conoce como “chicama” y se acostumbra sembrar en los maizales y en las huertas.</p>
<p><b>Foto 19 Capulí</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>El capulí es una las plantas que han existido en Baños desde hace varias décadas atrás. Esta planta silvestre, generalmente habita cerca de las casas y en las orillas de los cultivos. La parte leñosa se usa como madera para la construcción y como postes para alambrado, debido a su gran resistencia a la intemperie; los frutos se consumen crudos o en coladas tradicionalmente preparadas con harina de maíz.</p>
<p><b>Foto 20 Penco negro</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>El penco o “penco negro” como se lo conoce en Baños, es una planta que está relacionada a varias costumbres y tradiciones de la parroquia y que en la actualidad ha disminuido considerablemente el número de plantas existentes, debido a que generalmente habitaban en las orillas de los caminos, los</p>

	<p>mismos que han sido ampliados para convertirse en carreteras. De este penco se extraía el misque o pulque que se consumía crudo, algunas veces mezclado con machica o en forma de colada preparada con harina de maíz.</p>
<p><b>Foto 21 Penco de castilla</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>El “penco de castilla” como se lo conoce en Baños, ha disminuido considerablemente el número de plantas existentes debido al desuso. De este penco se obtenía la cabuya que era utilizada en la confección de sogas.</p>
<p><b>Foto 22 Manzana</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>La planta de manzana se acostumbra sembrar cerca de las casas y en medio de las huertas. Su fruto se consume crudo o cocido en coladas o dulces que generalmente se preparan en carnaval.</p>
<p><b>Foto 23 Higo</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p>La planta de higo generalmente habita cerca de las casas, sus frutos se consumen crudos o se utilizan en la elaboración del tradicional dulce de higo que se prepara en carnaval.</p>



En Baños, también se siembra carrizo, nogal, siglalón, tomate de árbol, entre otros. Varias de estas plantas están desapareciendo o en el mejor de los casos ha disminuido su cultivo, debido al bajo consumo y desconocimiento de las propiedades nutricionales y/o medicinales de dichas plantas (Entrevista a la familia Alvarracín Guamanrri). Ver Anexo 5.

### **1.11 Ganadería**

En cuanto a la ganadería de la parroquia Baños, se cría una gran variedad de animales de granja, tales como: vacas, caballos, cuyes, ovejas, gallinas, entre otros. Actividad que se efectúa desde varias décadas atrás y se ha mantenido como parte de la cultura y tradición de la parroquia. (Entrevista a la familia Alvarracín Guamanrri). Ver Anexo 2, Entrevista sobre ganadería en la parroquia Baños.

### **1.12 Turismo**

La parroquia Baños se ha constituido como un importante sitio turístico debido a la presencia de aguas termales que llaman la atención por sus propiedades medicinales, especialmente para curar enfermedades de la piel, y además han propiciado la construcción de balnearios y hosterías que ofrecen servicios de excelente calidad (Josafath Arévalo, 22). Entre los balnearios y hosterías, se destacan: Agapantos, Durán, EL Riñón, Piedra de Agua, y Rodas.

El turismo en Baños se aglomera alrededor de ciertos atractivos, los visitantes cuando escuchan el nombre de Baños, tiene una idea de balnearios; además hay un alto grado de desconocimiento de los atractivos turísticos naturales de la parroquia (Lourdes Auquilla y Edwin Barros, 1). Por lo que, los visitantes prefieren generalmente visitar las aguas termales (Josefath Arévalo, 22).

A Baños llegan aproximadamente 34.000 bañistas al mes, lo que evidencia que las hosterías tienen gran acogida. Sin embargo, el resto de la parroquia no es visitada y los recursos económicos generados no son reinvertidos en la parroquia (Esthela Loja, 81).



A pesar de que Baños es una parroquia turística, aún falta generar una conciencia turística entre los pobladores, para que desarrollen actividades turísticas diferentes a las existentes, aprovechando de mejor manera los recursos que con un buen manejo pueden ser desarrolladas exitosamente (Esthela Loja, 81).

En Baños la principal oferta turística comprenden los balnearios que benefician solamente a un pequeño grupo de personas, sin embargo, hay varios recursos culturales y naturales que pueden ayudar a diversificar la oferta turística. “Tanto la Junta Parroquial, como los visitantes desean la existencia de una gran variedad en la oferta turística” (Lourdes Auquilla y Edwin Barros, 1).

En respuesta a este requerimiento, continuación se realiza el análisis del turismo con el propósito de plantear una nueva alternativa que ayude en la diversificación de la oferta turística de la parroquia Baños.



## Capítulo 2 Agroturismo

El agroturismo es un tipo de turismo que se realiza en áreas rurales, incluye actividades agrícolas y ganaderas y permite el intercambio cultural entre los visitantes y la población local. Para el mejor entendimiento del mismo, a continuación se realiza una contextualización del agroturismo.

### 2.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes de su residencia habitual, por un tiempo inferior a un año y mayor a 24 horas, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

El turismo comprende todas las actividades que se llevan a cabo desde la salida del lugar de origen, hasta el retorno al mismo, incluye actividades de transporte, alimentación, alojamiento y esparcimiento, que se realizan durante el viaje que puede ser por diferentes motivaciones.

### 2.2 Análisis del turístico a nivel mundial y nacional

El turismo a nivel mundial está en constante crecimiento, según el Barómetro Turístico Mundial realizado por la OMT, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial en el 2014 ha crecido un 4,4% con respecto al año 2013 (3).

En cuanto al turismo en el Ecuador, también ha crecido considerablemente, según el Boletín N° 1 Principales Indicadores de Turismo realizado por el Ministerio de Turismo, las llegadas de turistas internacionales a Ecuador en el 2014 ha crecido un 14,14% con respecto al año 2013 (7). Este hecho representa un elemento importante en el desarrollo turístico del país, por lo que se están tomando algunas medidas.

En el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 realizado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, se recomienda “Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional, considerando las características culturales y paisajísticas de cada región” (373).



Por otro lado, la actividad turística representa una gran oportunidad para el desarrollo del lugar de visita, debido a que se realizan inversiones en planta turística, se generan más puestos de empleo y mayores ingresos para los pobladores, lo que dinamiza la economía local, además permite el intercambio cultural, revaloriza las costumbres y tradiciones, entre otros elementos positivos.

Sin embargo, la actividad turística desplaza grandes masas de personas, lo que produce: el deterioro del lugar de visita, disminución y pérdida de la flora y fauna nativa, que los habitantes locales copien culturas de fuera, por lo tanto se pierde la identidad cultural, incremento de inseguridad entre otros elementos negativos.

Los datos presentados anteriormente denotan que el turismo está en constante crecimiento y que puede afectar positiva y negativamente al lugar en donde se desarrolla, por lo que es necesario adoptar las medidas necesarias que permitan atraer un mayor número de visitantes y generar mayores beneficios, a la vez que se contribuye en la conservación de la cultura local y el medioambiente. Por lo tanto se recomienda que el desarrollo turístico sea de forma sostenible.

### **2.3 Desarrollo turístico sostenible**

El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Organización de la Naciones Unidas, 41).

El objetivo fundamental del turismo sustentable es maximizar la rentabilidad pero protegiendo los recursos naturales y respetando e involucrando a la población, para lo cual se plantean tres componentes de la sostenibilidad (Mónica Pérez, 23):

- Económico: el turismo sostenible debe ser rentable para ser viable.
- Social: el turismo sostenible debe fortalecer los valores de relación, intercambio de experiencias, enriquecimiento tanto de los visitantes como de la población local.

- Ambiental: el turismo sostenible debe colaborar en la protección y conservación del medioambiente en el que se desarrolla.

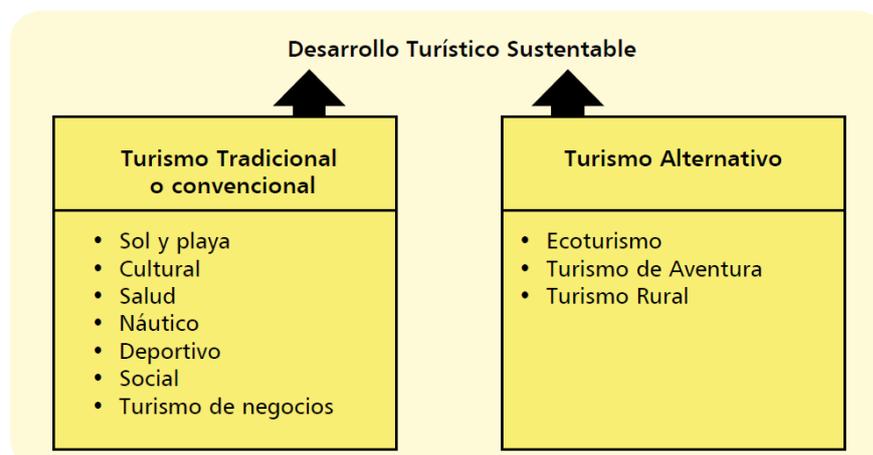
Por lo tanto, si una comunidad posee recursos, el desarrollo del turismo puede generar beneficios para sus habitantes. Para que tenga éxito, el turismo debe ser planteado y llevado a cabo con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población local y de proteger en entorno local, cultural y natural. El éxito en el desarrollo de turismo, la valoración de los pobladores locales y la protección del medio ambiente son elementos inseparables (Sancho Amparo *et al.*, 262).

El desarrollo sostenible puede ser aplicado a cualquier tipo de turismo, lo importante considerar los tres elementos fundamentales de la sostenibilidad al momento de planificar, desarrollar o evaluar la actividad turística, a continuación se presentan varios tipos de turismo, los cuales pueden ser desarrollados sosteniblemente.

## 2.4 Clasificación del turismo

En la actualidad, se ha clasificado al turismo en dos grandes grupos: el turismo tradicional o masivo que es aquel que se realiza en gran escala y el turismo alternativo que es aquel que se realiza en menor escala y que permite mayor contacto con comunidades receptoras y con la naturaleza (Homero Martinez, 227).

### Ilustración 3 Clasificación del turismo



Fuente: Turismo Alternativo Una Nueva Forma de Hacer Turismo.



El turismo tradicional o también conocido como convencional, generalmente incluye el turismo de sol y playa, cultural, salud, náutico, deportivo, social y negocios; mientras que, el turismo alternativo incluye el turismo de aventura, rural y ecoturismo (Secretaría de Turismo de México Turismo Alternativo, 13).

El turismo de sol y playa “también llamado ‘turismo de masas’ porque esa ha sido durante muchos años su principal característica” (Mónica Pérez, 97), comprende la visita y las actividades realizadas en la playa, comúnmente incluye actividades recreativas y de relajación. Hay un gran número de personas que prefieren este tipo de turismo, por lo que se ha mantenido desde hace varias décadas atrás.

El turismo cultural, según la OMT, comprende el desplazamiento de personas con motivos especialmente culturales, pueden ser viajes de carácter artístico, folclórico, histórico, asistencia a festivales y otras expresiones culturales, con el objetivo de aprender de otros seres humanos y de obtener nuevas experiencias.

El turismo de salud comprende la visita a destinos apropiados para tomar vacaciones, relajarse, desestresarse y cuidar la salud, mediante tratamientos terapéuticos alternativos o visitando spas (Homero Martínez, 232).

El turismo náutico o de cruceros comprende el viaje y las actividades en el medio marítimo. Los cruceros incluyen varias actividades a bordo y puede durar desde semanas hasta algunos meses, dependiendo de la ruta y de los lugares a visitar.

El turismo deportivo es aquel que se realiza con el fin de asistir a un evento deportivo o para participar en una actividad deportiva (Homero Martínez, 231). También comprende el desplazamiento para visitar lugares relacionados con el deporte.

El turismo social consiste en el desplazamiento y las actividades en donde se visita a familiares y amigos. Este tipo de turismo afianza las relaciones familiares y de amistad a la vez que fomenta el intercambio cultural.



El turismo de negocios comprende el desplazamiento por motivos de negocios, además de las actividades adicionales que se realizan en el lugar de visita.

El ecoturismo es un tipo de turismo que permite que los visitantes disfruten de la naturaleza, pero minimizando los riesgos de daño al ecosistema (Homero Martínez, 97).

Turismo de aventura es aquel que tiene el propósito de explorar nuevas experiencias, generalmente está asociado a retos personales e involucra cierto grado de riesgo controlado. Consiste en una combinación de esfuerzos físicos y mentales en lugares naturales o exóticos (Homero Martínez, 228).

El turismo rural se desarrolla en el área rural, donde los visitantes realizan actividades relacionadas con el campo, las comunidades o la agricultura. El turismo en comunidades se lo conoce como turismo comunitario, que no es exactamente un tipo de turismo, sino una forma de organizar la actividad turística, que es iniciada y operada por gente capacitada y organizada de la comunidad local y los beneficios obtenidos se reinvierten en la comunidad (Homero Martínez, 227-233). El agroturismo es un tipo de turismo rural que ofrece la oportunidad de observar y participar de actividades agrícolas y ganaderas en un entorno rural, rodeado de naturaleza.

## **2.5 Nueva alternativa de desarrollo turístico en la parroquia Baños**

Considerando la necesidad de diversificar la oferta turística de la parroquia Baños, se analizan los diferentes tipos de turismo con el propósito de plantear una nueva alternativa.

El turismo de sol y playa no es posible implementar en Baños debido a que no posee ninguna playa. Igual situación ocurre con el turismo náutico, debido a la inexistencia de mar.

En cuanto al turismo cultural, si es posible realizarlo, se lo puede clasificar en dos subtipos realizables en Baños, como el turismo religioso y el gastronómico, debido a que existen recursos sobresalientes relacionados con la religión y platos típicos que son representativos del lugar.



El turismo de salud está estrechamente relacionado a las aguas termales existentes en Baños, que además de tener propiedades medicinales, constituyen un atractivo turístico. Actualmente este tipo de turismo ya se está desarrollando en Baños y ha tenido gran acogida por la mayoría de los visitantes de la parroquia.

En lo que se refiere al turismo deportivo, este se podría realizar en el futuro, debido a que Baños dispone de algunas canchas de césped y sintéticas, además de lugares y vías en las cuales se podrían organizar ciertas actividades deportivas.

Con respecto al turismo social, hay muchos migrantes de la parroquia que podrían constituir la demanda potencial para este tipo de turismo, por lo tanto en el futuro se podría ofrecer servicios turísticos para este tipo de segmento.

En cuanto a turismo de negocios, en Baños hay varios establecimientos como Agapantos, Hostería Durán, entre otros, que ofrecen la posibilidad de realizar eventos con motivo de negocios.

En lo referente al ecoturismo, este tipo de turismo si es posible realizar en Baños en el futuro, debido a que existen zonas naturales de gran valor paisajístico y que pueden llegar a ser de interés turístico.

Con relación al turismo de aventura, se podría realizar en el futuro, debido a que Baños dispone de varios recursos naturales y lugares adecuados en donde se podría implementar actividades de este tipo de turismo.

En lo referente al turismo rural, en Baños no existen comunidades que organicen turismo comunitario, sin embargo se podría implementar en el futuro; el agroturismo tampoco se desarrolla, aunque existen diversos cultivos con plantas que se han cultivado desde hacía varias décadas atrás y que en la actualidad están en peligro de extinción. Si desaparecen dichas plantas, también se perderán las costumbres y tradiciones relacionadas con las mismas. Por lo tanto es una necesidad urgente que se implementen medidas que ayuden a su conservación.



Luego de haber analizado los diferentes tipos de turismo que pueden ser desarrollados en Baños, se considera que una de las mayores prioridades, a más de diversificar la oferta turística, es la conservación de las costumbres y tradiciones de la parroquia, por lo que se recomienda el desarrollar el Agroturismo.

## **2.6 Agroturismo**

### **2.6.1 Definición**

Según el Diccionario de Hospitalidad desarrollado por Homero E. Martínez A., el agroturismo es un tipo de turismo que se realiza en áreas agrícolas, hortícolas, fincas o de agroindustria, con el propósito de participar en actividades productivas, en un entorno recreativo y educativo y experimentar la vida del trabajador del campo (Homero Martínez, 6), lo que permite un intercambio cultural entre los visitantes y los pobladores locales.

El agroturismo a más de la participación en actividades agrícolas y ganaderas, involucra generalmente la utilización de servicios de alojamiento, alimentación, transporte y recreación (Homero Martínez, 6), con el fin de hacer placentera la estadía de los visitantes.

Según la Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, el agroturismo es una nueva forma de turismo, que permite que los turistas disfruten de su ocio; consiste en la recepción del visitante en la casa del propietario quien muestra su actividad cotidiana y ofrece la posibilidad de participar y experimentar la auténtica vida rural (Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, 1), lo que propicia el fortalecimiento de la identidad cultural.

También se considera que “La acogida al viajero es algo más que la mera recepción hotelera, se busca y se produce entre el propietario del agroturismo y el viajero un intercambio de experiencias que puede enriquecer a ambas partes” (Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, 1); el visitante aprende las costumbres y tradiciones locales, mientras que el anfitrión aprende sobre otras culturas y formas de vida distintas a la suya.



Además “El agroturismo es un factor de desarrollo sostenible, propone el conocimiento y el respeto mutuo, está abierto a todo tipo de personas y descubre al turista un modo de vida acorde con el hábitat local” (Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, 1).

### 2.6.2 Características

Según el libro El Agroturismo, una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria Rural como Mecanismo de Desarrollo Local realizado por el Programa Cooperativo de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR), el agroturismo tiene las siguientes características (PRODAR, 12-15):

- ✚ Es una actividad que contribuye a la revalorización del territorio.
- ✚ Muestra con claridad la multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, social, ambiental y político-institucional.
- ✚ En la dimensión económica, genera empleo, ingresos y desarrolla mercados de servicios conexos.
- ✚ En la dimensión social, se relaciona con el desarrollo artístico y la recreación y la valoración y preservación de herencias culturales.
- ✚ En la dimensión ambiental, ayuda en la gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la biodiversidad biológica.
- ✚ En la dimensión político-institucional, fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales.
- ✚ Puede ser considerado como una manifestación de las iniciativas empresariales que promueve la valorización de los elementos como la tradición y la historia.
- ✚ Es una expresión de la multifuncionalidad de la agricultura, debido a que asocia a la producción de bienes públicos, que no necesariamente son tangibles (paisaje, biodiversidad, tradiciones, cultura), con la producción bienes transables (alimentos, bebidas, artesanías).



Por otro lado, según Xochitl Girón y Rosaura Yazbek, el agroturismo debe afrontar los siguientes retos: la recuperación de recursos naturales que están en peligro de extinción, la recuperación de áreas con características específicas e imponer un cambio hacia una cultura ecológica en la población (Xochitl Girón y Rosaura Yazbek, 1).

### **2.6.3 Beneficios**

Según el texto El Agroturismo como Diversificación de la Actividad Agropecuaria y Agroindustrial publicado por Marvin Blanco M. y Hernando Riveros S., el “agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agroprocesadores” (Marvin Blanco M. y Hernando Riveros, 23).

Por otro lado, el “paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son recursos inherentes a la vida rural, que valorizados a través del turismo pueden complementar y diversificar las economías de muchas familias rurales” (Marvin Blanco M. y Hernando Riveros, 23).

Según Xochitl Girón y Rosaura Yazbek, las ventajas del agroturismo son: más puestos de trabajo, recuperación del espacio natural, seguridad, apoyo al desarrollo tecnológico para fortalecer los procesos de producción, capacitación a los pobladores y el impulso al agro a través de su venta directa (Xochitl Girón y Rosaura Yazbek, 1).

### **2.6.4 Actividades**

El agroturismo incluye varias actividades que varían dependiendo del destino. Sin embargo, hay varias actividades que son preferidas por muchos turistas, tales como: cabalgatas, excursiones, ciclismo, pesca, visita a granjas, conocer y alimentar a los animales, ordeñar vacas, ver crías y aprender curiosidades de



los animales de granja y actividades complementarias como deportes de aventura (Viajeros.com, 1).

La Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE ha clasificado al agroturismo en las siguientes categorías: descubrir los animales de la granja, cuidar de la huerta y el jardín, encontrar los frutos del bosque y de la tierra, elaborar productos caseros, pasear y observar y aprender el cultivo de cereales (Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, 1).

El agroturismo propicia la recreación, el conocimiento y la concientización de la importancia de los recursos culturales y/o naturales mediante actividades como: dar de comer a los animales, ordeñar vacas, mirar como maman los terneros, ayudar a traer al mundo a un nueva oveja o un ternero, susurrar a los caballos, disfrutar del paseo en caballo, admirar el paisaje, conocer las costumbres los animales de granja, participar en la siembra y cosecha de vegetales, árboles frutales y hierbas aromáticas, conocer los usos de los mismos, recolectar higos, fresas, nogales, manzanas, moras, reina claudias y jícamas, elaborar quesos, requesones, mermeladas y postres caseros (Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE, 1).

## **2.7 Desarrollo del agroturismo en la parroquia Baños**

Considerando que actualmente no se desarrolla agroturismo en la parroquia Baños, resulta un producto turístico nuevo a iniciarse, por lo tanto es necesario determinar su factibilidad.

En cuanto a los recursos disponibles aprovechables para el desarrollo del agroturismo, Baños dispone de cultivos ancestrales que combinando las costumbres y tradiciones con un toque creativo en su cultivo podrían resultar llamativos para los visitantes.

Teniendo en cuenta que el agroturismo en Baños será un producto nuevo, por lo tanto, no conocido, ni tampoco llamativo como para genera visitas por sí solo, entonces es necesario que se combine o adicione a un producto existente, preferentemente exitoso. El producto exitoso (estrella) de Baños es



el turismo recreativo que está combinado con turismo de salud (aguas termales). Entonces a este producto se le debe agregar el agroturismo.

Para determinar si los visitantes a los balnearios (turismo recreativo y de salud) les gustaría realizar agroturismo, se realizarán encuestas que debido al corto tiempo disponible, se integran la parte de factibilidad del agroturismo en Baños y gustos y preferencias sobre al agroturismo. A continuación se plantean las encuestas a llevar a cabo y se analizará la primera parte.

### **2.7.1 Investigación de mercado**

#### **2.7.1.1 Objetivos de investigación**

Para la determinación de los objetivos, se ha considerado lo siguiente:

##### **Primera parte:**

Pregunta administrativa: ¿cuál es el grado de factibilidad del agroturismo en la parroquia Baños?

En respuesta a la pregunta administrativa se ha determinado los siguientes objetivos:

##### **Objetivo general**

- ✚ Determinar el grado de factibilidad del agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.

##### **Objetivos específicos**

- ✓ Obtener datos demográficos de los visitantes de la parroquia Baños.
- ✓ Determinar el grado de aceptación del agroturismo en Baños.

#### **2.7.1.2 Metodología a utilizar**

La investigación de mercado se llevará a cabo mediante la metodología cuantitativa, a través del método de encuesta, utilizando la técnica de cuestionarios, que permitirán determinar la factibilidad del desarrollo agroturístico en Baños.



Con respecto al método de muestreo, se utiliza el método aleatorio simple que consiste en encuestar a los individuos al azar, en diferentes lugares y a diferentes horas del día, y de esta forma garantizar que todos los individuos tengan la misma probabilidad de ser encuestados (Tito Vanegas, 29). La mayor concurrencia de visitantes a Baños, es en los balnearios, por lo que la encuesta se llevará a cabo en las entradas de los mismos.

#### 2.7.1.2.1 Mercado

El mercado comprende el grupo de personas que viven en un área geográfica determinada, que tienen características similares y que son compradores potenciales de productos y servicios (Homero Martínez, 161). En cuanto al mercado turístico, se puede decir que comprende los visitantes de un determinado lugar (sitio turístico), tiene características y/o motivaciones similares y son potenciales clientes de un determinado servicio.

Por otro lado, es necesario determinar: el mercado total que como su nombre lo indica comprende todo el mercado, el mercado objetivo que es una parte del total, que prefiere el agroturismo y está en condiciones para desarrollar el mismo, y el mercado meta que es una parte del objetivo, que comprende aquel que se espera captar. Entonces tenemos que el mercado total corresponde a los visitantes de Cuenca, el mercado objetivo está formado por los visitantes de Baños y el mercado meta está compuesta por los potenciales participantes del agroturismo.

El mercado total está constituido por los visitantes de la ciudad de Cuenca; según el diario El Telégrafo, Cuenca espera la llegada de 50.000 turistas por las fiestas de Independencia y el Día de los Muertos (El Telégrafo, 1). Considerando que este dato es uno de los pocos disponibles, además que las fiestas de Independencia y el Día de los Muertos coinciden en el mes de noviembre, por lo tanto es un dato válido para estimar el número de visitantes a Cuenca durante un mes, por lo tanto:

Mercado total: 50.000 visitantes



El mercado objetivo está constituido por los visitantes de la parroquia Baños durante un año, según el ITur de Baños, a la parroquia llegan aproximadamente 34.000 bañistas al mes, entonces:

Mercado objetivo: 34.000 visitantes

En cuanto al mercado meta, considerando que el mercado objetivo es de 34.000 visitantes a Baños y que el agroturismo es un producto nuevo por lo que se espera captar un 5% del mercado objetivo, entonces:

Mercado meta: 1.700 visitantes

#### 2.7.1.2.2 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tiene en cuenta la siguiente información (Tito Vanegas, 28):

Universo o población (N): 1.700 personas

N = 1.700  
Menor a 100.000 individuos, entonces se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = Z_{\alpha}^2 * \frac{N * p * q}{i^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

Tamaño de la muestra: n = ?

Tamaño de la población: N = 1.700

Nivel de confianza:  $Z_{\alpha} = 1.96$

Porcentaje de población: p = 5%

Diferencia de población: q = 1 - p = 95%

Margen de error: i = 5%

Entonces:

$$n = 1,96^2 * \frac{1.700 * 0,05 * (1 - 0,05)}{0,05^2 * (1.700 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * (1 - 0,05)}$$

$$n = 70,02$$



El tamaño de la muestra es de 70,02. Por lo tanto ese debe realizar 70 encuestas.

#### 2.7.1.2.2 Encuesta

Para la formulación de la encuesta se han considerado las siguientes variables: demografía (sexo, edad, nacionalidad y provincia de procedencia) y preferencia del agroturismo. Ver Anexo 3, Parte 1.

#### 2.7.1.3 Análisis de resultados

Luego de haber aplicado las encuestas, se ha obtenido los siguientes resultados:

En cuanto a los datos demográficos del mercado meta, el 63% corresponde al sexo masculino, mientras que el 37% corresponde al femenino. Ver Anexo 4, Gráfico 8.

En lo referente a la edad, el 46% tiene entre 10 y 20 años, el 41% entre 21 y 30 años, el 8% entre 31 y 40 años, el 4% entre 41 y 50 años y el 1% entre 71 y 80 años. Ver Anexo 4, Gráfico 9.

Con respecto a la nacionalidad, el 99% del mercado meta son ecuatorianos, mientras que el 1% son estadounidenses. Ver Anexo 4, Gráfico 10.

Con relación a la provincia de procedencia, el 86% provienen de la provincia del Azuay, el 5% del Guayas, el 3% de El Oro, el 3% de Loja, el 2% de Cañar y el 1% de Santo Domingo de los Tsáchilas. Ver Anexo 4, Gráfico 11.

En cuanto a los datos acerca de la preferencia del agroturismo, se sabe que el 80% del mercado meta, sí visitaría, el 14% talvez, el 5% no y el 1% no sabe. Ver Anexo 4, Gráfico 12.

#### 2.7.1.4 Conclusiones

Luego de haber analizado los resultados obtenidos de la encuestas, se ha llegado a las siguientes conclusiones:



- ✚ La mayor parte de la oferta turística debe estar dirigida a personas del sexo masculino, sin descuidar a las personas del sexo femenino.
- ✚ El mayor número de productos turísticos deben estar orientados a personas de entre 10 y 30 años de edad, sin dejar de lado a las personas de entre 31 a 80 años.
- ✚ Casi la totalidad de la oferta turística debe estar dirigidas al mercado nacional, sin descuidar el mercado extranjero.
- ✚ El mayor número de visitantes de la parroquia Baños son azuayos, por lo que los productos turísticos y la promoción deben estar enfocada en este segmento de mercado.
- ✚ A la mayoría de las personas sí les gustaría participar del agroturismo, por lo que, sí tiene acogida, es decir si es factible.

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional de la parroquia Baños y de haber analizado y determinado el agroturismo como una alternativa de turismo adecuado para el desarrollo en Baños, a continuación se presenta una propuesta de proyecto.



## **Capítulo 3 Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca**

### **3.1 Análisis del proyecto**

En la parroquia Baños del cantón Cuenca existe una gran variedad de plantas cultivadas desde hace varias décadas atrás. Sin embargo, el cultivo de dichas plantas ha disminuido considerablemente, debido al poco consumo y a la falta de conocimiento de sus propiedades nutricionales y/o medicinales. En respuesta a este problema, la implementación del proyecto contribuirá a la conservación de los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.

La fundación de la empresa como resultado de la puesta en marcha del proyecto estará a cargo de Ángel Alvarracín Sigua, estudiante de la Escuela de Turismo y de la Escuela de Hotelería de Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, que luego de un intercambio a México y otro a España ha identificado la necesidad de conservar los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.

La actividad a la cual se enfoca el proyecto es ofrecer experiencias en actividades agropecuarias con el fin de contribuir a la conservación de la memoria colectiva en lo referente a los cultivos ancestrales de Baños, mediante la interpretación y difusión de información de los cultivos, cumpliendo las expectativas de los visitantes a través de servicios de calidad.

Como dato adicional, el proyecto estará ubicado en el barrio Sunsun, el cual constituye una ubicación estratégica debido a su entorno natural.

#### **3.1.1 Ubicación**

El proyecto de agroturismo estará ubicado en el cantón Cuenca, parroquia Baños, caserío Nero, barrio Sunsun.

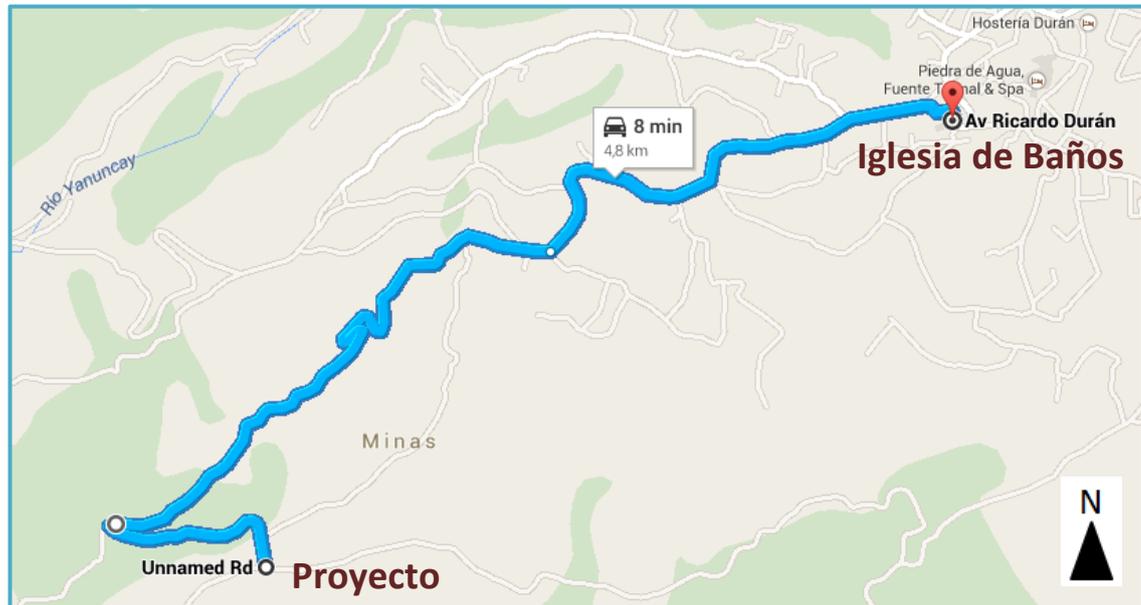
#### Ilustración 4 Ubicación del proyecto



Fuente: Elaboración propia en base al PDOT de Baños y a Google Maps.

Para llegar, desde la Iglesia de Baños que está ubicada en la avenida Ricardo Durán, hasta el lugar de localización del proyecto, se debe tomar la vía a Minas, girar levemente a la derecha en el barrio de Paccha y girar a la derecha en la loma de Tipo. La distancia es de 4,8 km que toma aproximadamente 10 minutos en auto. A continuación se muestra un mapa con el trazo de la vía de acceso al proyecto, desde la Iglesia de Baños.

### Ilustración 5 Ruta de acceso al proyecto



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps, Cómo llegar.

#### 3.1.2 Misión

Ofrecer experiencias en actividades agropecuarias a personas nacionales y extranjeras, en un entorno recreativo y educativo, mediante la participación de nuestros colaboradores, involucrando a la comunidad local y respetando el medioambiente.

#### 3.1.3 Visión

Para el año 2020, ser un proyecto de agroturismo reconocido a nivel regional por la excelente calidad de servicios, con perspectivas de crecimiento.

#### 3.1.4 Valores

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Cortesía
- ✓ Honestidad
- ✓ Efectividad



### 3.1.5 Objetivos

#### Estratégicos

- ✚ Posicionar el proyecto a nivel regional en los cinco primeros años de operación.
- ✚ Alcanzar el 55% de ocupación promedio durante los cinco primeros años de puesta en marcha.
- ✚ Logar el 70% de aceptación por parte de la población local en los cinco primeros años de funcionamiento del proyecto.

#### Financieros

- ✚ Recuperar el 100% de la inversión inicial, al finalizar el quinto año de funcionamiento.
- ✚ Obtener un valor actual neto de 10.000 dólares al terminar el quinto año de puesta en marcha.
- ✚ Alcanzar una tasa interna de retorno del 20% al finalizar el quinto año de funcionamiento.
- ✚ Lograr un benéfico costo de \$1,10 al terminar el quinto año de implementado el proyecto.

### 3.1.6 Estrategias

En cuanto a la estrategia de diferenciación, es importante que el proyecto se diferencie mediante el producto (características, diseño), el servicio (información), el personal (valores), y la imagen (marca, pictogramas, medios escritos y audiovisuales, entorno) (Philip Kotler, 23). Esta estrategia será la principal a implementarse, que además de dar personalidad propia al proyecto, constituirá en una fortaleza.

En lo referente a la estrategia de nicho o enfoque, consiste en enfocar las acciones de marketing a un público objetivo bien definido (Philip Kotler, 35), es recomendable cuando existen segmentos de mercado con gustos y preferencias bien específicos.



Los clientes de los nichos están muy felices cuando alguien presta atención a sus necesidades, para lo cual se puede llevar a cabo tres estrategias inteligentes (Philip Kotler, 36):

- Vender más productos y servicios al mismo nicho.
- Vender a personas adyacentes al nicho.
- Buscar otros nichos adicionales.

Con respecto al liderazgo en costo, esta estrategia no se aplicará en el proyecto debido a que es recomendable optar por una de las dos estrategias: diferenciación o liderazgo en costos. La diferenciación eleva el precio de venta, por lo que resulta difícil aplicar el liderazgo en costos que consisten en ofrecer el precio más bajo del mercado. Sin embargo, se tendrá un control adecuado de los costos de producción y de ventas, con el fin de maximizar el margen de rentabilidad.

### **3.1.7 Análisis ambiental**

El análisis ambiental consiste en evaluar los elementos que afectan positiva o negativamente al entorno en el que se encuentra el proyecto. Para el adecuado análisis ambiental se considera las cinco fuerzas planteadas Michael E. Porter en el libro *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de la Empresa y sus Competidores*:

#### **3.1.7.1 Ingresos de competidores**

El agroturismo abarca una amplia gama de actividades que pueden ser implementadas fácilmente. En Ecuador, la mayoría de las barreras de entrada son sorteadas sencillamente, debido a que existen empresas que disponen de los recursos necesarios para diversificar sus productos y/o servicios en diferentes sectores. Entonces resulta fácil la aparición de nuevos competidores. Por lo tanto es una amenaza.



### 3.1.7.1.1 Barreras de entrada

Según el libro Estrategia Competitiva de Michael E. Porter, las principales fuentes de las barreras contra la entrada son seis (Michael Porter, 23-29):

Las economías de escala indican las reducciones de los costos unitarios de un producto (costos incurridos en la producción del bien), a medida que aumenta el volumen absoluto por periodo. Un tipo especial de barrera contra la entrada, basado en economías de escala, es la integración vertical, debido a que permite ahorrar en los costos de producción (Michael Porter, 23-24). Esta barrera no constituye una limitante para varias empresas en Ecuador, debido a que disponen de recursos para integrarse vertical e incluso horizontalmente.

La diferenciación de productos se da cuando las empresas ya establecidas gozan de identificación de marca y lealtad de los consumidores, obtenidas por medio de la publicidad, el servicio al cliente y las diferencias entre los productos; lo que obliga a efectuar grandes inversiones para ganarse la lealtad de los clientes de la competencia (Michael Porter, 25). Factor que no afecta considerablemente a las empresas que están en capacidad de realizar grandes inversiones.

La necesidad de capital hace referencia a “La necesidad de invertir grandes recursos financieros para competir crea una barrera de entrada, sobre todo si se requiere capital para publicidad, investigación o desarrollo anticipados que entrañan riesgos o son irrecuperables” (Michael Porter, 25). Barrera fácilmente eludible para empresas con significativos capitales.

Los costos ambientales crean “una barrera contra la entrada, es decir, los costos que paga una vez el comprador cuando cambia el producto de un proveedor a otro” (Michael Porter, 26). Sin embargo, varias empresas prefieren cambiar de proveedor para obtener productos de mayor calidad aunque tengan que pagar un valor adicional.

El acceso a los canales de distribución consiste en que “Cuanto más limitados sean los canales a través de los cuales un producto se vende al menudeo o al



mayoreo y cuanto más estén ligados a los competidores actuales, evidentemente será más difícil entrar en la industria” (Michael Porter, 26). Considerando que varias empresas disponen de medios para la distribución de sus productos y/o servicios, esta barrera no constituye una limitante.

La política gubernamental se refiere a que “El gobierno puede limitar y hasta prohibir el ingreso en industrias, aplicando controles como requisitos para conceder la licencia y restringiendo el acceso” (Michael Porter, 29). Sin embargo, el gobierno ecuatoriano está potenciando el turismo, por lo que ofrece facilidades para la implementación de proyectos turísticos.

### **3.1.7.2 Amenaza de sustitutos**

La sustitución “es el proceso en virtud del cual un producto o servicio suplanta a otro en la ejecución de una o varias funciones para el comprador” (Michael Porter Ventaja Competitiva, 277). Generalmente los sustitutos comprenden aquellos productos o servicios que no son de la misma rama (industria o tipo) pero que satisfacen las mismas necesidades. Entonces a continuación se presenta los principales sustitutos del agroturismo.

El turismo rural es aquel que se realiza en zonas rurales e incluye varios subtipos como el turismo comunitario y agroturismo; hay otros tipos de turismo diferentes al rural como el ecoturismo y de aventura que satisfacen la misma necesidad de recreación en un medio natural. Teniendo en cuenta que el ecoturismo y de aventura aún no se han desarrollado en Baños, entonces es una oportunidad.

### **3.1.7.3 Poder de negociación de los compradores**

El poder de negociación de los compradores es otro factor que afecta al proyecto, considerando que el mismo se enfoca en un nicho de mercado específico, el poder de negociación de los compradores es alto, sin embargo, dicho poder disminuye considerablemente debido a la diversidad de productos que ofrecerá el proyecto, entonces el poder de negociación de los compradores es bajo. Además, los grupos grandes tienen la capacidad de reducir los



precios, pero en cuanto a las personas solas, parejas y familias no tiene mayor poder de negociación. Por lo tanto, es una oportunidad.

#### **3.1.7.4 Poder de negociación de los proveedores**

Tomando en cuenta que el proyecto se encuentra cerca de la ciudad de Cuenca que ofrece múltiples posibilidades de provisión de materias primas para el proyecto, por lo tanto el poder de negociación con varios proveedores es bajo. Además, la mayoría de productos son propios, por lo que no se depende considerablemente de los proveedores. Por lo que es una oportunidad.

#### **3.1.7.5 Rivalidad entre competidores**

Teniendo en cuenta que en la provincia del Azuay, no hay muchos proveedores de experiencias en actividades agropecuarias, entonces la rivalidad entre competidores es relativamente baja. Por lo tanto, es una oportunidad.

### **3.1.8 Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- ✓ Idea de proyecto innovadora.
- ✓ Pocos competidores directos.
- ✓ Ubicación estratégica.
- ✓ Conocimiento del agroturismo.
- ✓ Conocimiento de la actividad agropecuaria.
- ✓ Conocimiento de la actividad turística.
- ✓ Conocimiento del sector hotelero.

#### **Oportunidades**

- ✓ El Ministerio de Turismo (MINTUR) fomenta el desarrollo del sector turístico.
- ✓ El MINTUR brinda capacitaciones.
- ✓ Existencia de financiamiento estatal para proyectos turísticos.



- ✓ No pago de impuestos durante el primer año de funcionamiento del proyecto.
- ✓ Bajo poder de negociación de los compradores.
- ✓ Débil poder de negociación de los proveedores.
- ✓ Baja rivalidad entre competidores.

### **Debilidades**

- Poca experiencia en actividades de agroturismo.
- Falta de recursos económicos.
- Proyecto no posicionado en el mercado.
- No poseer terreno propio.

### **Amenazas**

- Ingreso de nuevos competidores.
- Copia de la idea del proyecto.
- Alta amenaza de sustitutos.
- Varios competidores indirectos.

### **3.1.9 Factores clave de éxito**

#### **3.1.9.1 Estrategias para el análisis FODA**

Luego de haber realizado el análisis FODA, para cada uno de los puntos del FODA, se plantean las siguientes estrategias con el fin de mantener y potenciar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, corregir las debilidades y contrarrestar las amenazas (M.<sup>a</sup> Alonso y Juan Martín, 144).

#### **Potenciar fortalezas:**

- ✚ Promocionar la idea innovadora.
- ✚ Posicionarse como proyecto innovador.
- ✚ Promocionar el entorno en donde se encuentra el proyecto.
- ✚ Aplicación del conocimiento sobre agroturismo.
- ✚ Implementación creativa de las actividades agropecuarias.
- ✚ Desarrollo de programas turísticos que incluyan el agroturismo.



- ✚ Implementación del servicio de alojamiento para el proyecto.

#### **Aprovechar oportunidades:**

- ✚ Implementar un proyecto en el sector turístico.
- ✚ El personal del proyecto participe en las capacitaciones del MINTUR.
- ✚ Financiar el proyecto en una institución estatal.
- ✚ Utilizar el valor del no pago de impuestos del primer año de funcionamiento para mejorar el proyecto.
- ✚ Ofrecer precios con buena relación calidad-precio.
- ✚ Buscar los proveedores más adecuados para provisión de materias primas.
- ✚ Evitar la competencia de precios.

#### **Corregir debilidades:**

- ✚ Crear documentos que almacenen la experiencia del proyecto.
- ✚ Buscar fuentes de financiación estatales y ONGs.
- ✚ Promocionar el proyecto como idea innovadora.
- ✚ Buscar fuentes de financiación estatales.

#### **Contrarrestar las amenazas:**

- ✚ Innovar constantemente la oferta de servicios.
- ✚ Patentar la idea y marca comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- ✚ Mejorar constantemente la calidad de servicio.
- ✚ Posicionar como líder regional en la oferta de actividades de agroturismo.

#### **3.1.9.2 Cultura de servicio**

Una parte importante del éxito de proyecto dependerá de la cultura de servicio, por lo que es importante prestar especial atención a los hábitos y valores del personal, el mismo que deberá tener buena actitud de servicio. Para lograr este punto, se recurrirá a las diapositivas presentadas en clase, en la asignatura de



Cultura del Servicio, impartida en la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, por la Licenciada María Isabel Eljuri, debido a que contiene recomendaciones importantes sobre el buen servicio (María Eljuri, 9).

### **3.1.9.3 Ambiente interno**

Para que el proyecto funcione adecuadamente es necesaria la colaboración y motivación de todo el personal, por lo que el ambiente de trabajo cumplirá con las medidas requeridas para el buen desempeño del personal, además se implementará un sistema de recompensas a trabajadores que se destaquen durante cada mes y se celebrarán los cumpleaños.

### **3.1.9.4 Tecnología**

El proyecto a largo plazo, estará equipado con equipos tecnológico que sean amigables con el medio ambiente, es decir que reducen al máximo la contaminación ambiental, por lo que será atractivo para la creciente demanda de visitantes que prefieren productos ecológicos. Para alcanzar este punto, se tendrá presente a la guía de Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible desarrollado por Rainforest Alliance, debido a que “es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva” (Rainforest Alliance, III).

### **3.1.9.5 Calidad**

El servicio personalizado de acuerdo a las necesidades de los clientes, junto a un entorno agradable, favorecerán la percepción de calidad por parte de los clientes, lo que ayudará en el posicionamiento del proyecto.

### **3.1.9.6 Servicio post venta personalizado**

Por otra parte, el servicio post venta personalizado como las felicitaciones por cumpleaños y ofertas especiales, ayudará a mantener contentos e informados a los visitantes, además de motivar la visita al proyecto.



### 3.1.9.7 Innovación

Para ser competitivo en el mercado es necesario innovar constantemente, por lo que el proyecto contará un responsable de investigación + innovación + desarrollo (i+l+d) de nuevos productos y/o servicios (Franc Ponti y Xavier Ferràs, 204).

### 3.1.9.8 Fidelización del cliente

La fidelización de los clientes no es algo definitivo, sino más bien hay que trabajar en ello todo el tiempo, debido a esto, la excelente calidad, el servicio post venta personalizado y la innovación harán que los clientes repitan la visita y recomienden el proyecto.

## 3.2 Análisis de mercado

### 3.2.1 Estudio de la demanda

#### 3.2.1.1 Investigación de mercado

##### 3.2.1.1.1 Objetivos de investigación

Para la determinación de los objetivos, se ha considerado lo siguiente:

#### **Segunda parte:**

Pregunta de investigación de mercados: ¿Cuáles son los gustos y preferencias sobre el agroturismo de los visitantes de la parroquia Baños?

En respuesta a la pregunta de investigación de mercados se ha determinado los siguientes objetivos:

#### **Objetivo General**

- ✚ Determinar los gustos y preferencias sobre al agroturismo de los visitantes de la parroquia Baños.



### **Objetivo Específicos**

- ✓ Conocer los gustos y preferencias con relación al agroturismo, de los visitantes de Baños.
- ✓ Minimizar los riesgos en la implementación del proyecto de agroturismo en la parroquia Baños.

#### **3.2.1.1.2 Metodología a utilizar**

La investigación de mercado se llevará a cabo mediante la metodología cuantitativa, a través del método de encuesta, utilizando la técnica de cuestionarios, que permitirán conocer y analizar los gustos y preferencias de los visitantes de Baños sobre el agroturismo, y de esta manera diseñar adecuadamente el proyecto.

Con respecto al método de muestreo, se utiliza el método aleatorio simple que consiste en encuestar a los individuos al azar, en diferentes lugares y a diferentes horas del día, y de esta forma garantizar que todos los individuos tengan la misma probabilidad de ser encuestados (Tito Vanegas, 29). La mayor concurrencia de visitantes a Baños, es en los balnearios, por lo que la encuesta se llevará a cabo en las entradas de los mismos.

#### **3.2.1.1.2.1 Mercado**

El mercado comprende el grupo de personas que viven en un área geográfica determinada, que tienen características similares y que son compradores potenciales de productos y servicios (Homero Martínez, 161). En cuanto al mercado turístico, se puede decir que comprende los visitantes de un determinado lugar (sitio turístico), tiene características y/o motivaciones similares y son potenciales clientes de un determinado servicio.

Por otro lado, es necesario determinar: el mercado total que como su nombre lo indica comprende todo el mercado, el mercado objetivo que es una parte del total, que prefiere el agroturismo y está en condiciones para desarrollar el mismo, y el mercado meta que es una parte del objetivo, que comprende aquel que se espera captar. Entonces tenemos que el mercado total corresponde a



los visitantes de Cuenca, el mercado objetivo está formado por los visitantes de Baños y el mercado meta está compuesta por los potenciales clientes del proyecto.

El mercado total está constituido por los visitantes de la ciudad de Cuenca; según el diario El Telégrafo, Cuenca espera la llegada de 50.000 turistas por las fiestas de Independencia y el Día de los Muertos (El Telégrafo, 1). Considerando que este dato es uno de los pocos disponibles, además que las fiestas de Independencia y el Día de los Muertos coinciden en el mes de noviembre, por lo tanto es un dato válido para estimar el número de visitantes a Cuenca durante un mes:

Mercado total: 50.000 visitantes

El mercado objetivo está constituido por los visitantes de la parroquia Baños durante un año, según el ITur de Baños, a la parroquia llegan aproximadamente 34.000 bañistas al mes, entonces:

Mercado objetivo: 34.000 visitantes

En cuanto al mercado meta, considerando el objetivo de alcanzar el 55% de ocupación promedio durante los cinco primeros años de funcionamiento del proyecto (55% promedio mensual), y la capacidad del proyecto de 50 personas por día, es decir una capacidad mensual de 1.500 personas; entonces las visitas mínimas requeridas para alcanzar el 55% de ocupación promedio mensual son de 825 personas, por lo tanto:

Mercado meta: 825 visitantes

#### 3.2.1.1.2.2 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tiene en cuenta la siguiente información (Tito Vanegas, 28):

Universo o población (N): 825 personas

$N = 825$  Menor a 100.000 individuos, entonces se utiliza la siguiente fórmula:



$$n = Z_{\alpha}^2 * \frac{N * p * q}{i^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

Tamaño de la muestra:	$n = ?$
Tamaño de la población:	$N = 825$
Nivel de confianza:	$Z_{\alpha} = 1.96$
Porcentaje de población:	$p = 5\%$
Diferencia de población:	$q = 1 - p = 95\%$
Margen de error:	$i = 5\%$

Entonces:

$$n = 1,96^2 * \frac{825 * 0,05 * (1 - 0,05)}{0,05^2 * (825 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * (1 - 0,05)}$$

$$n = 67,13$$

El tamaño de la muestra es de 67,13. Considerando el cálculo de la muestra de la parte uno de la encuesta y que en estadísticas hay disminuir el margen de error, por lo tanto el tamaño de la muestra es de 70 encuestas.

### 3.2.1.1.2.3 Encuesta

Para la formulación de la encuesta se han considerado las siguientes variables: demografía (sexo, edad, nacionalidad y provincia de procedencia) y gustos y preferencias relacionados al agroturismo (intensión de visita, actividades, pago, pernoctación, productos y medios de promoción). La encuesta está conformada por un cuestionario que incluye algunos tipos de preguntas tales como: única respuesta, escala de Likert y de múltiple respuesta (Tito Vanegas, 39). Ver Anexo 3, Parte 2.

### 3.2.1.1.3 Análisis de resultados

Luego de haber aplicado las encuestas, se ha obtenido los siguientes resultados:



En cuanto a los datos acerca de los gustos y preferencias sobre al agroturismo, se sabe que el 80% del mercado meta del proyecto, sí visitaría, el 14% talvez, el 5% no y el 1% no sabe. Ver Anexo 4, Gráfico 12.

Con respecto al nivel de interés sobre las actividades agrícolas, el 37% está nada interesado en la siembra, el 25% algo, el 19% poco, el 12% mucho y el 7% bastante; el 39% está nada interesado en la cosecha, el 21% poco, el 17% algo, el 13% mucho y el 9% bastante; el 32% está mucho interesado en observar plantas, el 27% nada, el 16% algo, el 13% poco y el 12% bastante; el 29% está nada interesado en aprender sobre las propiedades nutricionales de las plantas, el 21% mucho, el 19% algo, el 17% bastante y el 13% poco; el 33% está mucho interesado en aprender sobre las propiedades medicinales de las plantas, el 25% nada, el 20% bastante, el 11% algo y el 11% poco; el 31% está mucho interesado en conocer las tradiciones relacionadas con las plantas, el 29% nada, el 15% bastante, el 15% algo y el 11% poco. Ver Anexo 4, Gráfico 13.

En lo referente al nivel de gusto sobre las actividades ganaderas, al 39% le gustaría mucho observar los animales, al 23% nada, al 20% bastante, al 9% algo y al 9% poco; al 33% le gustaría nada alimentar a los animales, al 32% mucho, al 16% bastante, al 11% algo y al 8% poco; al 39% le gusta nada el ordeño, al 19% mucho, al 17% poco, al 13% bastante y al 12% algo; al 31% le gustaría nada elaborar queso, al 29% mucho, al 17% bastante, al 16% poco y al 7% algo; al 45% le gustaría nada recolectar huevos, al 19% poco, al 17% bastante, al 11% mucho y al 8% algo. Ver Anexo 4, Gráfico 14.

Con relación al nivel de gusto sobre las actividades adicionales, al 37% le gustaría mucho la caminata, al 21% nada, al 16% bastante, al 13% poco y al 12% algo; al 47% le gustaría mucho la cabalgata, al 23% nada, al 13% bastante, al 11% poco y al 7% algo; al 36% le gustaría mucho la observación de flora y fauna del lugar, al 31% nada, al 15% bastante, al 9% algo y al 9% poco; al 33% le gusta nada la idea de apadrinar una planta, al 21% poco, al 17% mucho, al 16% algo y al 12% bastante; al 33% le gustaría nada la idea de apadrinar un animal, al 25% mucho, al 16% poco, al 13% bastante y al 12%



algo; al 49% le gustaría mucho acampar, al 25% nada, al 11% bastante, al 11% poco y al 4 algo; además como otras actividades, al 17% le gustaría mucho el ciclismo y al 1% le gustaría mucho las actividades de aventura. Ver Anexo 4, Gráfico 15.

Con respecto a la disposición a pagar por una actividad agrícola, ganadera o adicional, el 39% está dispuesto a pagar entre \$5 y \$10, el 31% entre \$16 y \$20, el 12% entre \$11 y \$15, el 10% entre \$21 y \$25, y el 8% más de \$25. Ver Anexo 4, Gráfico 16.

Con relación a la pernoctación en el lugar de visita, al 89% le gustaría pernoctar, mientras que al 11% no le gustaría. Ver Anexo 4, Gráfico 17.

En cuanto a la disposición a pagar por un paquete turístico de dos días y una noche que incluye actividades, alojamiento y restauración, el 54% pararía entre \$30 y \$35, el 16% entre \$36 y \$40, el 14% entre \$41 y \$45, el 11% entre \$46 y \$50, y el 5% más de \$50. Ver Anexo 4, Gráfico 18.

En lo que concierne a compra de productos cultivados y/o elaborados en el lugar de visita, al 95% sí le gustaría comprar productos, mientras que al 5% no le gustaría. Ver Anexo 4, Gráfico 19.

Con relación a la preferencia de compra de productos cultivados y/o elaborados en el lugar de visita, el 24% compraría muchas verduras, el 24% nada, el 21% poco, el 17% algo y el 10% bastante; 59% compraría muchas frutas, el 17% nada, el 13% bastante, 7% poco y el 4 algo; el 36% compraría mucha mermelada, el 21% nada, el 19% poco, el 17% bastante y el 7% algo; el 36 compraría mucha leche, el 21% nada, el 19% poco, el 14% algo y el 10% bastante; el 30% compraría muchos quesos; el 21% nada, el 19% poco, el 16% bastante y el 14% algo; el 26% compraría pocos huevos, el 23% mucho, el 23% nada, el 16% algo y el 13% bastante; el 41% compraría muchos recuerdos del lugar, el 23% poco, el 16% bastante, el 14% nada y el 6% algo. Ver Anexo 4, Gráfico 20.



En lo que se refiere a los medios de promoción para el proyecto, el 31% prefiere las redes sociales, el 28% una página web, el 20% la televisión, el 9% el periódico, el 8% la radio, el 3% el código QR y el 1% los folletos. Ver Anexo 4, Gráfico 21.

#### 3.2.1.1.4 Conclusiones

Luego de haber analizado los resultados obtenidos de la encuestas, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✚ A la mayoría de las personas sí les gustaría visitar el proyecto, por lo que el proyecto sí es factible.
- ✚ Las actividades agrícolas más preferidas son: aprender las propiedades nutricionales de las plantas, observar plantas y conocer las tradiciones relacionadas con las plantas, seguidas de: aprender las propiedades nutricionales de las plantas, cosechar y sembrar.
- ✚ Las actividades ganaderas de mayor a menor preferencia son: observar animales, alimentar animales, elaborar queso, ordeñar y recolectar huevos.
- ✚ Las actividades adicionales de mayor preferencia son: acampar, cabalgata, caminata y observación de flora y fauna del lugar, luego están: apadrinar un animal, apadrinar una planta, ciclismo y en último lugar las actividades de aventura.
- ✚ El precio de una actividad agrícola, ganadera o adicional debe estar entre los \$5 y \$10, sin embargo, hay que considerar el costo de dichas actividades.
- ✚ Se debe considerar la implementación de alojamiento, debido que a la mayoría de las personas les gustaría pernoctar en el lugar de visita; podría ser camping, pues la actividad más preferida es acampar.
- ✚ El precio preferido para un paquete turístico de dos días y una noche que incluye alojamiento y alimentación, es de entre \$30 y \$35. Sin embargo, hay que considerar los costos incurridos en la producción de productos y prestación de servicios, por lo tanto el precio recomendado es de entre \$41 y \$45, considerando que las estrategias del proyecto



son: la diferenciación, es decir productos de excelente calidad con diferenciadores, y la estrategia de nicho y enfoque en un mercado específico que desea participar de actividades de agroturismo.

- ✚ Es buena idea vender productos cultivados y/o elaborados en el lugar de visita, debido que a la mayoría de personas sí les gustaría comprar productos.
- ✚ Los productos preferidos son: frutas, recuerdos del lugar, mermeladas y leche, seguidos de: quesos, verduras y huevos.
- ✚ Los medios de promoción recomendables para el proyecto son: redes sociales, página web y televisión.

### 3.2.2 Estudio de la oferta

#### 3.2.2.1 Competidores

**Tabla 2 Competidores**

Competidor directo e indirecto	Ubicación	Ventaja competitiva	Segmento de mercado al cual se dirige
<p><b>Imagen 1 Hacienda Caballo Campana</b></p>  <p>Fuente: Hacienda Caballo Campana</p>	<p>Misicata, Sector Huizhil Km 4, Cuenca <a href="http://www.caballocampana.com">www.caballocampana.com</a></p>	<p>Experiencia e instalaciones para la organización de eventos.</p>	<p>Parejas, familias y grupos</p>
<p><b>Imagen 2 Hostería Dos Chorreras</b></p>  <p>Fuente: Hostería Dos Chorreras</p>	<p>Km 14 vía al Cajas, Cuenca</p>	<p>Ubicación en el área de amortiguación del Parque Nacional Cajas.</p>	<p>Parejas, familias y grupos</p>
<p><b>Imagen 3 Hacienda Uzhupud</b></p>  <p>Fuente: Hacienda Uzhupud</p>	<p>Km 32 vía a Paute – Cuenca <a href="http://www.uzhupud.com">www.uzhupud.com</a></p>	<p>Certificados de excelencia Tripadvisor y Venere.com</p>	<p>Parejas y familias</p>



<p><b>Imagen 4 Hacienda San Juan Pamba</b></p>  <p>Fuente: Hacienda San Juan Pamba</p>	<p>Paute  <a href="http://www.sanjuanpamba.com.ec">www.sanjuanpamba.com.ec</a></p>	<p>Construcción desde mediados del siglo XIX</p>	<p>Familias, parejas y grupos</p>
<p>Centro de Turismo Comunitario Chilcachapar</p>	<p>Tarqui</p>	<p>Organización comunitaria</p>	<p>Familias y grupos</p>
<p>Centro de Turismo Comunitario Chicatotoras</p>	<p>Tarqui</p>	<p>Organización comunitaria</p>	<p>Familias y grupos</p>
<p>Centro de Turismo Comunitario San Francisco</p>	<p>Tarqui</p>	<p>Organización comunitaria</p>	<p>Familias y grupos</p>
<p>Centro de Turismo comunitario Parcoloma</p>	<p>Tarqui</p>	<p>Organización comunitaria</p>	<p>Familias y grupos</p>
<p>Centro de Turismo Comunitario El Verde</p>	<p>Tarqui</p>	<p>Organización Comunitaria</p>	<p>Familias y grupos</p>

Fuente: Elaboración propia en base al Portal de Servicios Turísticos de la Fundación de Turismo para Cuenca.

### 3.3 Marketing mix

#### 3.3.1 Producto

##### 3.3.1.1 Características del producto

**Tabla 3 Actividades agrícolas**

Actividad agrícola	Características
<p><b>Foto 24</b> <b>Siembra de plantas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de sembrar una planta que puede ser un frutal, para lo cual se tendrá listo los recursos necesarios para dicha actividad. Además se incluye el apadrinamiento de la planta que siembre el cliente. Para el desarrollo adecuado de esta actividad se tendrá en cuenta el Manual “Una Huerta para Todos” desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), debido a que enseña sobre la producción de hortalizas de consumo familiar (FAO, 4).</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, planta o semilla, abono, agua, azada, guantes, tarjeta de identificación y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 25</b> <b>Cosecha de plantas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá recolectar verduras o frutas dependiendo su preferencia, para lo cual se dispondrá de los recursos necesarios, y con la posibilidad de que el cliente compre los productos recolectados.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, contenedor, guantes; tijera, azada u oz dependiendo del producto a cosechar, y foto de recuerdo.</p>

<p><b>Foto 26</b> <b>Observación de plantas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente observará las plantas en un recorrido por todos los cultivos, se dispondrá de un guía que se encargará de brindar información al cliente.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 27</b> <b>Aprender las propiedades nutricionales de las plantas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente aprenderá sobre las propiedades nutricionales de las plantas mediante un recorrido guiado por los cultivos y al final del recorrido se incluirá la degustación de un plato preparado con los productos observados en del recorrido. Para el desarrollo adecuado de esta actividad se recurrirá a libro Memoria, Saberes y Usos Sociales de los Huertos en las Edificaciones Patrimoniales del Azuay escrito por Lidia Esther Contento Minga, debido a que presenta la riqueza cultural y botánica de huertos y jardines de Cuenca y San Bartolomé (Lidia Contento, 3).</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, plato preparado con productos de temporada, y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 28</b> <b>Aprender las propiedades medicinales de las plantas</b></p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente aprenderá sobre las propiedades medicinales de las plantas a través de un recorrido por la huerta de plantas medicinales y al terminar el recorrido se incluirá la degustación de un agua aromática preparada con plantas medicinales. Para el correcto desarrollo de esta actividad se recurría al libro de Memorias, Saberes y Usos Sociales de los Huertos en la Edificaciones Patrimoniales del Azuay.</p>

 <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, agua aromática, y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 29</b>  <b>Conocer tradiciones relacionadas con las plantas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente conocerá las tradiciones relacionadas con las plantas mediante el acompañamiento a las personas encargadas de la siembra, cuidado y cosecha de las plantas. Además se incluirá un guía quien transmitirá a los clientes las tradiciones de los cultivos, preparación y usos de las plantas. Para llevar a cabo esta actividad de la mejor manera, se consultará la obra Memoria, Saberes y Usos Sociales de los Huertos en la Edificaciones Patrimoniales del Azuay.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, colaboradores en los cultivos, materiales para cosecha, preparación o uso de las plantas dependiendo de la temporada y foto de recuerdo.</p>

**Tabla 4 Actividades ganaderas**

Actividad ganadera	Características
<p><b>Foto 30</b> <b>Observar animales</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente observará animales de granja mediante un recorrido por los corrales. Además tendrá la posibilidad de tomarse fotos junto a los animales.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 31</b> <b>Alimentar animales</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de alimentar a los animales, para lo cual se tendrá listo el alimento dependiendo del tipo de animal. Además se ofrece la posibilidad de tomarse fotos mientras se alimenta al animal.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, alimento dependiendo del tipo de animal, guantes y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 32</b> <b>Ordeñar</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá participar en el ordeño, para lo cual se tendrá listo los recursos necesarios. Además se el cliente podrá tomarse fotos mientras realiza dicha actividad.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, recipiente, guantes, y foto de recuerdo.</p>

<p><b>Foto 33</b> <b>Elaborar queso</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de elaborar queso, para lo cual se tendrá listo los recursos necesarios.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, guantes y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 34</b> <b>Recolectar huevos</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la posibilidad de recolectar huevos de gallina, para lo cual se dispondrá de los materiales necesarios.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, recipiente, guantes y foto de recuerdo.</p>

Para el desarrollo adecuado de las actividades adicionales, se tendrá presente el Fascículo 3 Equipo Recomendado para Actividades de Turismo de Aventura y Ecoturismo publicado por la Secretaria de Turismo de México (SECTUR), debido a que proporciona un listado del equipo recomendado para cada actividad y recomendaciones para su uso (SECTUR Fascículo 3, 6).

**Tabla 5 Actividades adicionales**

Actividad adicional	Características
<p><b>Foto 35</b> <b>Caminata</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente disfrutará de una caminata por los márgenes de los cultivos y por los alrededores del lugar de visita. Para el adecuado diseño de los senderos de camina, se consultará Fascículo 5 Guía para el Diseño y Operación de Senderos Interpretativos realizado por la SECTUR, debido a que enseña metodologías específicas adecuadas a diferentes ecosistemas e idiosincrasia local, para el diseño y operación de senderos interpretativos (SECTUR Fascículo 5, 5).</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, agua y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 36</b> <b>Cabalgata</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de cabalgar por los márgenes de los cultivos y por los alrededores del lugar de visita.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, caballo, y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 37</b> <b>Ciclismo</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá disfrutar de la vida al aire libre mediante el ciclismo por los alrededores del lugar de visita.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, bicicleta, agua y foto de recuerdo.</p>

<p><b>Foto 38</b>  <b>Observación de flora y fauna del lugar</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá conocer la flora y fauna del lugar, mediante un recorrido guiado. Para que esta actividad sea más agradable, se recurrirá la texto guía de clase Patrimonio Natural, Educación e Interpretación Ambiental, desarrollado por la profesora Alexandra Galarza Torres, profesora de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, debido a que presenta las directrices necesarias para la elaboración de un plan de educación e interpretación ambiental (Alexandra Galarza, 4).</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, agua y foto de recuerdo.</p>
<p><b>Foto 39</b>  <b>Apadrinar una planta</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá apadrinar una planta que puede ser un frutal, para lo cual se dispondrá de una tarjeta de identificación, además se incluye foto de recuerdo y envió continuo de información acerca de la planta apadrinada.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Tarjeta de identificación, folleto informativo, foto de recuerdo e información constante de la planta apadrinada.</p>
<p><b>Foto 40</b>  <b>Apadrinar un animal</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá apadrinar un animal, para cual se requiere de una tarjeta de identificación, también se incluye foto de recuerdo y envió constante de información acerca del animal apadrinado.</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Tarjeta de identificación, folleto informativo, foto de recuerdo e información constante del animal apadrinado.</p>

<p><b>Foto 41</b> <b>Acampar</b></p>  <p>Autor: Abocanegra</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá acampar en las inmediaciones del lugar de visita, para lo cual se tendrá lista la tienda de campaña. Para el buen desarrollo de esta actividad se consultará el texto guía de clase Animación Turística, Excursionismo, Campamentación y Vida al Aire Libre realizado por Miguel Ángel Galarza Cordero, profesor de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, debido a que enseña técnicas importantes sobre la animación turística (Miguel Galarza, 1).</p> <p><b>Recursos necesarios:</b> Guía, folleto informativo, tienda de campaña, cena, desayuno y foto de recuerdo.</p>
---	--

**Tabla 6 Productos cultivados y/o elaborados**

Productos para la venta	Características
<p><b>Foto 42</b> <b>Verduras</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá comprar verduras en el lugar de visita. Las verduras serán 100% orgánicas.</p>
<p><b>Foto 43 Frutas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la posibilidad de comprar frutas en el lugar de visita. Las frutas serán 100% orgánicas.</p>
<p><b>Foto 44</b> <b>Mermeladas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de comprar mermeladas elaboradas con los productos del lugar visita. Para la elaboración adecuada de las mermeladas se consultará la monografía Propuesta Gastronómica para Innovar la Elaboración de Chutneys Caracterizados como Alimentos de Humedad Intermedia realizado por Carla Patricia Zúñiga Cabrera, debido a que presenta “una propuesta gastronómica mediante la elaboración de chutneys que son alimentos de humedad intermedia, que se caracterizan por ser una forma de conservar las frutas y hortalizas disminuyendo la cantidad de agua” (Carla Zúñiga, 9).</p>

<p><b>Foto 45 Leche</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá comprar leche proveniente del lugar de visita.</p>
<p><b>Foto 46 Quesos</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá elegir y comprar una gran variedad de quesos elaborados artesanalmente. Para mejorar la elaboración de quesos, se tendrá presente la monografía Innovación de las Características Gustativas de los Quesos Artesanales Aplicando Técnicas de Ahumado y Especiado realizado por Mercy Lucía Quezada Pesántez, debido a que con la aplicación de técnicas artesanales de elaboración de quesos y la aplicación de técnicas de ahumado y especiado se puede mejorar las características organolépticas del quesillo (Mercy Quezada, 14).</p>
<p><b>Foto 47 Huevos</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente podrá comprar huevos recolectados en el lugar de visita.</p>

<p><b>Foto 48</b>  <b>Recuerdos del lugar</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la oportunidad de adquirir recuerdos del lugar de visita, que puedes ser fotos y/o artesanías.</p>
--	---

**Tabla 7 Alojamiento**

Alojamiento	Características
<p><b>Foto 49</b>  <b>Alojamiento en cabañas</b></p>  <p>Autor: Ángel Alvarracín</p>	<p><b>Descripción:</b> El cliente tendrá la posibilidad de pernoctar en el lugar de visita, para lo cual tendrá a su disposición cabañas con capacidad para tres personas cada una.</p>

### 3.3.1.2 Ventaja competitiva

La principal ventaja competitiva del proyecto es la diferenciación, debido que a diferencia de otros establecimientos que ofrecen actividades relacionadas con el agroturismo, este proyecto es planificado específicamente para ser proyecto agroturístico, por lo que la implementación de los cultivos se realizará de manera creativa, por ejemplo: en la parroquia Baños se cultivan sambos los mismos que crecen y maduran tendidos en el suelo, una manera atractiva sería que se cultiven suspendidos en el aire. Además ofrece una gran variedad de

productos y servicios relacionados con la cultura de la parroquia Baños, que con el tiempo se irán mejorando y diversificando.

**Foto 50 Ejemplo de cultivo actual**



Autor: Ángel Alvarracín

**Foto 51 Ejemplo de cultivo atractivo**



Autor: Paloma Alajarín.

Por otro lado, la mayoría de los productos ofertados son 100% orgánicos, por lo que contribuyen a la salud y bienestar de los clientes. Para alcanzar este punto, se aplicará el Manual “Una Huerta para Todos” publicado por la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), debido a que enseña sobre la producción de hortalizas de consumo familiar (FAO, 4).

En cuanto a las semillas, estas serán producidas in situ, es decir en los propios cultivos, por lo que significará un ahorro en la adquisición de semillas. Para lograr este punto, se consultará el Manual Técnico Producción Artesanal de Semillas de Hortalizas para la Huerta Familiar realizado por la FAO, debido a



que instruye de manera didáctica y con enfoque práctico la producción in situ de semillas de hortalizas (FAO Manual Técnico, 6).

Otra ventaja competitiva es que el servicio es personalizado, debido a que la bienvenida, presentación del guía y despedida de los clientes, son funciones realizadas por el administrador del proyecto, por lo que los clientes se sentirán valorados y a gusto con el lugar de visita.

Otro punto a favor es la interpretación ambiental realizada por el guía, para lo cual se tomará en cuenta al texto guía de clase Patrimonio Natural, Educación e Interpretación Ambiental realizado por Alexandra Galarza Torres, profesora de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, debido a que contiene las directrices necesarias para la elaboración de un plan de educación e interpretación ambiental (Alexandra Galarza, 4).

Otra ventaja será la animación turística para lo cual se recurrirá al texto guía de clase Animación Turística, Excursionismo, Campamentación y Vida al Aire Libre desarrollado por Miguel Ángel Galarza Cordero, profesor de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, debido a que contiene información y técnicas importantes sobre la animación turística (Miguel Galarza, 1).

Otro punto a favor, será la implantación de entornos e instalaciones accesibles para personas con capacidades diferentes. Para lograr este punto, se considerarán: el Manual para un Entorno Accesible desarrollado por Jesús de Benito Fernández *et al.*; y el Manual de Accesibilidad Universal para Hoteles elaborado por el Real Patronato sobre Discapacidad de España y Paradores de Turismo de España, S.A., debido a que contienen directrices para desarrollar proyectos accesibles para todos (Real Patronato sobre Discapacidad y Paradores de Turismo de España, 7).

Otra ventaja será la implementación de medidas de responsabilidad social, con el fin de ser un proyecto responsable y comprometido con el bienestar de la población local y la conservación del medioambiente. Para lograr este punto, se tomará como guía el Manual de RSE (Responsabilidad Social Empresarial)



para PYMES desarrollado por la Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, debido a que contiene estrategias de responsabilidad social que mejoran la gestión y la obtención de un desarrollo humano sostenible (Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, 2).

### **3.3.1.3 Posicionamiento**

#### **3.3.1.3.1 Imagen corporativa**

La imagen corporativa que se comunicará a los clientes y potenciales clientes, es de un proyecto de agroturismo que ofrece experiencias en actividades agropecuarias en un entorno tranquilo, recreativo, educativo y rodeado de naturaleza, mediante la participación del personal, involucrando a la comunidad local y respetando el medioambiente.

#### **3.3.1.3.2 Internet**

Un importante y económico medio de posicionamiento del producto es el internet, por lo cual se implementará la promoción de los productos a través del mismo, mediante una página web y redes sociales.

#### **3.3.1.3.3 Alianzas estratégicas**

Otro aspecto importante para el posicionamiento del producto es contar con alianzas estratégicas con diferentes empresas como pueden ser las agencias de viajes, operadoras de turismo y oficinas encargadas de brindar información turística, por lo cual se buscará diferentes alianzas estratégicas para captar mayor demanda turística.

#### **3.3.1.3.4 Oferta complementaria**

La oferta complementaria ayuda a que cliente tenga mayores alternativas de productos, por lo que cada determinado tiempo se ofrecerán nuevos productos complementarios y según la demanda de cada producto, se seguirá ofertando o se retirará de la lista de productos ofertados, de esta manera se contará con una gama de productos complementarios preferidos por los clientes.

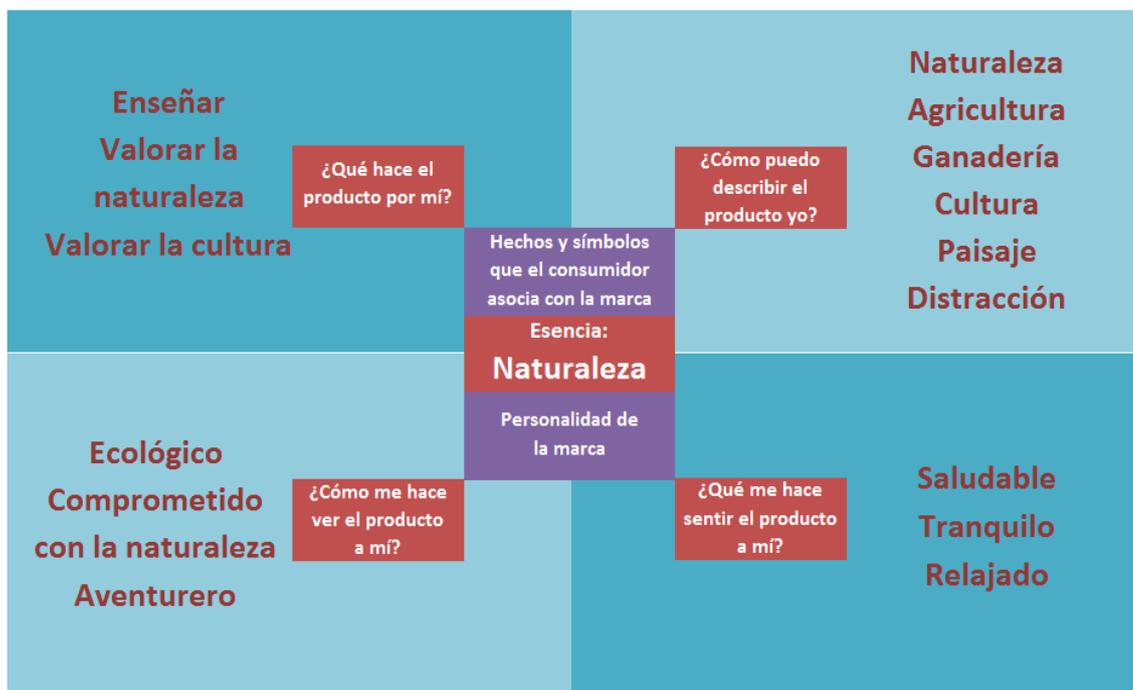
### 3.3.1.4 Marca

“El propósito de la marca consiste en identificar los productos de la empresas mediante un nombre y un logotipo, de forma que permita diferenciarlos de los de la competencia y su identificación por parte de los consumidores” (José Moyano *et al.*, 153).

#### 3.3.1.4.1 Logo

Para el desarrollo del logo, se basará en la matriz para el desarrollo de la marca (Gustavo Iñiguez):

**Ilustración 6 Matriz de desarrollo de marca**



Fuente: Elaboración propia en base a la matriz de desarrollo de marca.

Para el diseño del logo se ha tenido en cuenta que el proyecto está relacionado con la naturaleza, por lo que el logo tiene forma de flor. Se ha utilizado el color rosado y tomate para la flor, el color verde para el tallo y el color café para la raíz. El nombre del proyecto es Santa Ana en honor a la patrona de la ciudad de Cuenca. Además se ha considerado el arado y un toro para transmitir la

idea de agricultura y ganadería; la montaña de fondo representa el exuberante paisaje del lugar.

### Ilustración 7 Logo del proyecto



#### 3.3.1.4.2 Slogan

Con respecto al slogan del proyecto es “En Baños, una distracción natural, saludable y tranquila” que hace referencia al tipo de servicio ofertado, al entorno y a los beneficios.

#### 3.3.1.4.3 Isotipo

El tipo de letra del nombre “Santa Ana” es Calibri (Cuerpo) que es un tipo de letra san serif que denota modernidad; la palabra “Agroturismo” y el slogan están en tipo de letra Maiandra GD que es un tipo de letra serif que denota clasicismo y a la vez es un poco informal que denota aventura.

#### 3.3.1.4.4 Papelería

A continuación se presenta un boceto de la papelería que se usará en el proyecto (Imagen Corporativa.net, 1):

1. Diseño de logotipo
2. Diseño de hoja A4.

3. Diseño de sobre.
4. Diseño de tarjeta de presentación.
5. Diseño de fondo de e-mail.
6. Diseño de carpeta institucional.
7. Diseño de díptico institucional.

### Ilustración 8 Papelería del proyecto



Fuente: Elaboración propia tomando como ejemplo a Imagen Corporativa.net

### 3.3.2 Precio

#### 3.3.2.1 Basado en costos

La fijación de precios requiere del análisis de los costos generados para la elaboración del producto o la prestación del servicio. Uno de los principales métodos de fijación de precios es aquel que se basa en los costos, para lo cual se determina el costo de elaborar un producto o prestar un servicio determinado, y se le suma un valor adicional que corresponde al margen de contribución o utilidad.

La fórmula del coste más el margen que consiste en aplicar un margen de beneficio sobre el coste total unitario (José Moyano, 159):



$$\text{Precio de venta} = \text{Coste total unitario} + \text{Margen} * \text{Coste total unitario}$$

Otra forma de establecer un margen sobre el precio, no sobre el costo (José Moyano, 159):

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Coste total unitario}}{1 - \text{Margen}}$$

De donde despejando:

$$1 - \text{Margen} = \frac{\text{Coste total unitario}}{\text{Precio de venta}}$$

En donde  $1 - \text{Margen}$  es igual al porcentaje de FULL COST (%FC) que es el porcentaje que representa el Coste total unitario o Coste de venta (CV) en el Precio de venta (PV), entonces:

$$\% FC = \frac{CV}{PV}$$

De donde despejando:

$$PV = \frac{CV}{\% FC}$$

O

$$CV = PV * \% FC$$

Para la obtención del costo de venta de los productos ofertados, se ha tenido en cuenta el precio de venta, por lo que se utilizará la siguiente formula:

$$CV = PV * \% FC$$

Considerando el % FC de un 35%.

### 3.3.2.2 Basado en la competencia

Con respecto a la fijación de precios basado en la competencia, se analiza los precios de productos o servicios similares ofrecidos por la competencia con el



propósito de fijar precios de venta que sean competitivos y atractivos para los clientes.

Para la fijación de precios de los productos ofertados, se ha considerado los precios de los productos y servicios similares ofrecidos por diferentes empresas.

**Tabla 8 Productos y servicios ofertados por la competencia**

Producto o servicio	Proveedor	Precio
Cabalgata	Caballo Campana	½ hora: \$10 1 hora: \$20 Guía: \$20
	Tambopaxi	1 hora: \$20
Ciclismo de montaña	Galápagos Experience	1 día: \$90
Adoptar un naranjo	Adopta un Naranjo	1 año: 60 €
Apadrinar a un animal	FAADA	Importe voluntario
Acampar	Tambopaxi	1 noche: \$ 12,50 sin imp.
Verduras	Tía	Mix vegetales sancocho all fresh 500gr: \$1,79
Frutas	Tía	Cítricos surtido malla 10 unidades: \$ 0,99
Mermeladas	Tía	Mermelada SNOB 295 g sab surtidos frasco: \$ 1,59
Leche	Tía	Leche Parmalat 1 lt tetra pack: \$1,19
Quesos	Tía	Queso fresco Reyqueso 250g: \$1,98
Huevos	Tía	Huevos Bioalimentar x 15 unidades: \$2,05
Alojamiento	Tambopaxi	1 noche habitación compartida: \$20 sin imp.



Fuente: Elaboración propia en base a las páginas web de los diferentes competidores.

### **3.3.2.3 Basado en la demanda**

Por otra parte, la fijación de precios basado en la demanda hace referencia a cuanto están dispuesto a pagar los compradores por un determinado producto o servicio; siendo el precio más preferido entre \$5 y \$10 por realizar una actividad agrícola, ganadero o adicional.

### **3.3.2.4 Fijación de precios**

Para la fijación de precios de los productos ofertados, se ha considerado las opiniones de los potenciales clientes, obtenidas en la realización de la encuesta, siendo el precio más preferido entre \$5 y \$10, debido a que de esta manera se captará la mayor parte de la demanda potencial y es posible ofrecer productos y/o servicios diferenciados y con buena relación calidad-precio. A continuación se presenta el precio de cada uno de los productos y servicios ofertados:



**Tabla 9 Precio de productos y servicios ofertados**

Descripción	Precio \$
Siembra	5,00
Cosecha	5,00
Observación de plantas	4,00
Aprender las propiedades nutricionales	5,00
Aprender las propiedades medicinales	5,00
Conocer tradiciones	4,00
Observar animales	4,00
Alimentar animales	5,00
Ordeño	5,00
Elaborar queso	7,00
Recolectar huevos	5,00
Caminata	10,00
Cabalgata	10,00
Ciclismo	10,00
Observación de flora y fauna del lugar	4,00
Apadrinar una planta	10,00
Apadrinar un animal	10,00
Acampar	25,00
Verduras	3,00
Frutas	3,00
Mermeladas	3,00
Leche	3,00
Quesos	4,00
Huevos	3,00
Recuerdos del lugar	3,00
Alojamiento	25,00



### **3.3.3 Plaza**

#### **3.3.3.1 Agencias de viajes y operadoras de turismo**

La distribución de los productos se realizará mediante las agencias de viajes y las operadoras de turismo, debido a que están en constante contacto con los clientes y además las operadoras de turismo arman paquetes turísticos. Para incentivar la distribución de los productos, a través de estos medios, se ofrecerá una comisión del 10% sobre el valor neto del producto.

#### **3.3.3.2 ITur del Centro Histórico de Cuenca e ITur de Baños**

Por otra parte, el ITur de Centro Histórico de Cuenca y el ITur de Baños, constituyen un importante canal de distribución, por lo que se repartirán afiches y trípticos con información y promociones de los productos ofertados.

#### **3.3.3.1 Internet**

El internet constituye un importante canal de distribución a clientes de cualquier parte del mundo, por lo que se implementará una central de reservas online, de esta manera facilitar la distribución de los productos.

#### **3.3.3.4 Oficina**

A futuro se implementará una oficina de ventas en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, con el propósito de llegar al mayor número de clientes.

### **3.3.4 Promoción**

#### **3.3.4.1 Publicidad y medios**

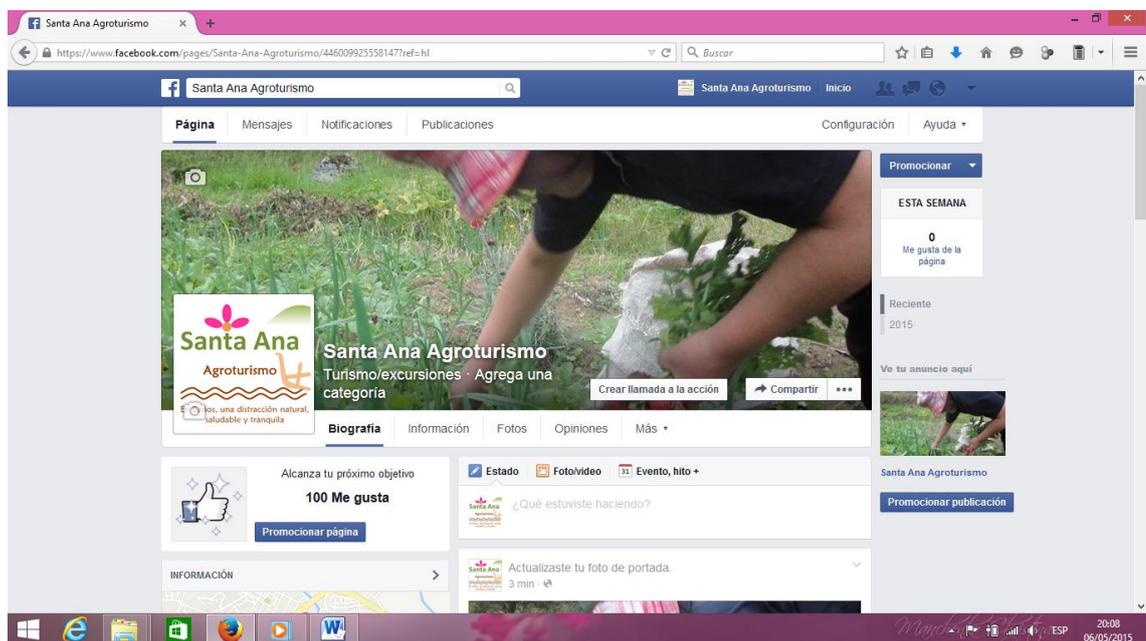
En cuanto a la promoción del proyecto, se presenta el siguiente plan de publicidad y medios que tiene como objetivo dar a conocer los productos y/o servicios ofertados; a continuación se presentan las diferentes estrategias para lograr dicho objetivo.



### 3.3.4.1 Redes sociales

Las redes sociales utilizadas para la promoción de los productos ofertados, serán Facebook y Twitter. Se creará una cuenta y una página en Facebook y una cuenta en Twitter, luego de conectarán estas dos redes sociales, con el fin de ahorrar tiempo en la gestión de las mismas.

### Ilustración 9 Boceto de página en redes sociales



Fuente: Elaboración propia en base a Facebook.

### 3.3.4.2 Página web

La promoción de los productos ofertados se realizará mediante una página web que contendrá información, fotos y promociones de los productos, además presentará el acceso a la central de reservas y links a las redes sociales. A continuación se muestra el esquema general de la página web, que tendrá el dominio: [www.santanagroturismo.com.ec](http://www.santanagroturismo.com.ec).

### Ilustración 10 Boceto de página web



Fuente: Elaboración propia en base a Mozilla Firefox.

#### 3.3.4.3 Televisión

Con respecto a la promoción a través de televisión, por el momento no se hará uso de este medio, debido a su alto costo.

#### 3.3.4.4 Radio

En lo referente a la publicidad en radio, se grabará una cuña comercial y se contratará los servicios de radio Canela, debido a que tiene gran acogida en la provincia del Azuay, en donde se encuentra la mayor parte del mercado meta del proyecto.

#### **Boceto de publicidad en radio:**

“Cansado del trabajo y de hacer lo mismo todos los días, esto es ideal para ti, te invitamos a Baños, en donde encuentras una distracción natural, saludable y tranquila, experimentando la agricultura, la ganadería y la vida en la naturaleza, además podrás adquirir productos artesanales 100% orgánicos. Estamos ubicados en Baños, barrio Sunsun. Visita nuestra página web: [www.santanagroturismo.com.ec](http://www.santanagroturismo.com.ec)”

### 3.3.4.5 Afiches

Por otra parte, los productos ofertados se promocionarán mediante afiches que serán repartidos en las agencias de viajes, operadoras de turismo, ITur del Centro Histórico de Cuenca e ITur de Baños. A continuación se presenta un boceto de un afiche.

#### Ilustración 11 Boceto de afiche

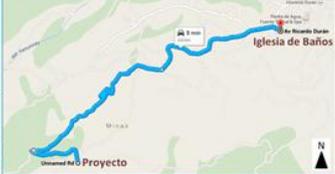


Foto: Ángel Alvarracín.

### 3.3.4.6 Trípticos

Por otro lado, la promoción de los productos también se realizará a través de trípticos que serán distribuidos en las agencias de viajes, operadoras de turismo, ITur del Centro Histórico de Cuenca, ITur de Baños, escuelas y colegios de la parroquia Baños. A continuación se muestra un bosquejo de un tríptico.

**Ilustración 12 Boceto de tríptico página 1**

<p><b>Alojamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 Cabañas con capacidad de 3 personas cada una</li> </ul>  <p><b>Cómo llegar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A 4,8 km desde la Iglesia de Baños</li> </ul> 	<p><b>Recomendaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usar ropa cómoda</li> <li>• Llevar protector solar</li> <li>• Llevar gorra</li> <li>• Cámara de fotos</li> <li>• Estar dispuesto a vivir una gran aventura</li> </ul>  <p>Santa Ana Agroturismo Barrio Sunsun – Baños – Cuenca – Ecuador Teléfono: 0985121778 E-mail: info@santanagroturismo.com.ec www.santanagroturismo.com.ec</p>	 <p><b>Santa Ana</b> Agroturismo</p> <p>En Baños, una distracción natural, saludable y tranquila</p>  <p><b>¡Vive la experiencia!</b></p> <p> <a href="#">f Santana-Agroturismo</a>  <a href="#">t @SantanaAgrot</a> </p> <p>Barrio Sunsun – Baños – Cuenca – Ecuador www.santanagroturismo.com.ec</p>
--	---	--

**Ilustración 13 Boceto de tríptico página 2**

<p><b>Actividades de Agricultura</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sembrar</li> <li>• Cosechar</li> <li>• Observar plantas</li> <li>• Aprender propiedades nutricionales de las plantas</li> <li>• Aprender propiedades medicinales de las plantas</li> <li>• Conocer tradiciones relacionadas con las plantas</li> </ul> 	<p><b>Actividades de Ganadería</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observar animales</li> <li>• Alimentar animales</li> <li>• Ordeñar una vaca</li> <li>• Elaborar queso</li> <li>• Recolectar huevos</li> </ul> 	<p><b>Actividades Adicionales</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata</li> <li>• Cabalgata</li> <li>• Ciclismo</li> <li>• Observación de flora y fauna del lugar</li> <li>• Apadrinar una planta</li> <li>• Apadrinar un animal</li> <li>• Acampar</li> </ul> 
--	--	---

Fuente: Elaboración propia con imagen de ubicación de Google Maps.



### 3.3.4.2 Paquete turístico

#### 3.3.4.2.1 Descripción

#### DESCUBRE EL ENCANTO DEL CAMPO

Dos días y una noche

\$ 45 por persona

Mínimo 3 personas

#### Incluye:

- Desayuno, almuerzo y cena.
- Guía.
- Actividades agrícolas: observación, cosecha, aprender las propiedades nutricionales y medicinales, y conocer las tradiciones relacionadas con las plantas.
- Actividades ganaderas: observación, alimentación de animales, ordeño y elaborar queso.
- Actividad adicional: Cabalgata, observación flora y fauna del lugar y elaboración de mermelada.
- Recursos necesarios para realizar actividades agrícolas, ganaderas y adicionales.
- Alojamiento en cabaña o camping.
- Fotos de recuerdo.

#### No incluye:

- Actividades no especificadas.
- Actividades o gastos adicionales.
- Transporte hacia el lugar de visita.
- Impuestos.

### 3.3.4.2.2 Presentación

#### Ilustración 14 Paquete turístico

**DESCUBRE EL ENCANTO DEL CAMPO**

**Dos días y una noche**  
**\$ 45 por persona**  
**Mínimo 3 personas**



**Santa Ana**  
Agroturismo

En Baños, una distracción natural,  
saludable y tranquila

**Incluye:**

- Alimentación.
- Guía.
- Actividades agrícolas, ganaderas y adicionales.
- Materiales
- Alojamiento en cabaña o camping.
- Fotos de recuerdo.

**No incluye:**

- Actividades no especificadas.
- Actividades o gastos adicionales.
- Transporte hacia el lugar de visita.
- Impuestos.

Santa Ana Agroturismo  
Barrio Sunsun – Baños – Cuenca – Ecuador  
Teléfono: 0985121778  
E-mail: [info@santanagroturismo.com.ec](mailto:info@santanagroturismo.com.ec)  
[www.santanagroturismo.com.ec](http://www.santanagroturismo.com.ec)



### 3.3.4.2.3 Itinerario para el guía

#### Día 1:

9:00 Bienvenida al cliente.

9:10 Presentación del guía.

9:15 Registro del (de los) cliente(s).

9:30 Entrega de materiales de agricultura.

9:45 Salida hacia los cultivos.

10:00 Observación, cosecha, aprender las propiedades nutricionales y medicinales, y conocer las tradiciones relacionadas con las plantas.

11:30 Ayudar en la cocina a preparar el almuerzo.

12:30 Almuerzo.

14:00 Cabalgata y observación flora y fauna del lugar.



17:30 Fin de la cabalgata.

18:00 Observación del anochecer.

19:00 Cena.

21:00 Descanso.

## **Día 2:**

6:00 Ordeño.

7:00 Elaboración de queso.

8:00 Desayuno.

9:30 Observación, alimentación de animales.

12:00 Almuerzo.

14:00 Elaboración de mermelada.

15:30 Visita a la tienda del lugar.

16:30 Evolución de servicios prestados.

16:45 Despedida del (de los) cliente(s).

17:00 Fin del servicio.

### 3.3.4.2.4 Itinerario para el cliente

## **Día 1:**

Inicio a las 9:00

Bienvenida.

Presentación del guía.

Registro.

Entrega de materiales de agricultura

Observación, cosecha, aprender las propiedades nutricionales y medicinales, y conocer las tradiciones relacionadas con las plantas.

Ayudar en la cocina a preparar el almuerzo.

Almuerzo.

Cabalgata y observación flora y fauna del lugar.

Observación del anochecer.

Cena.



## **Día 2:**

Inicio a las 6:00

Ordeño.

Elaboración de queso.

Desayuno.

Observación, alimentación de animales.

Almuerzo.

Elaboración de mermelada.

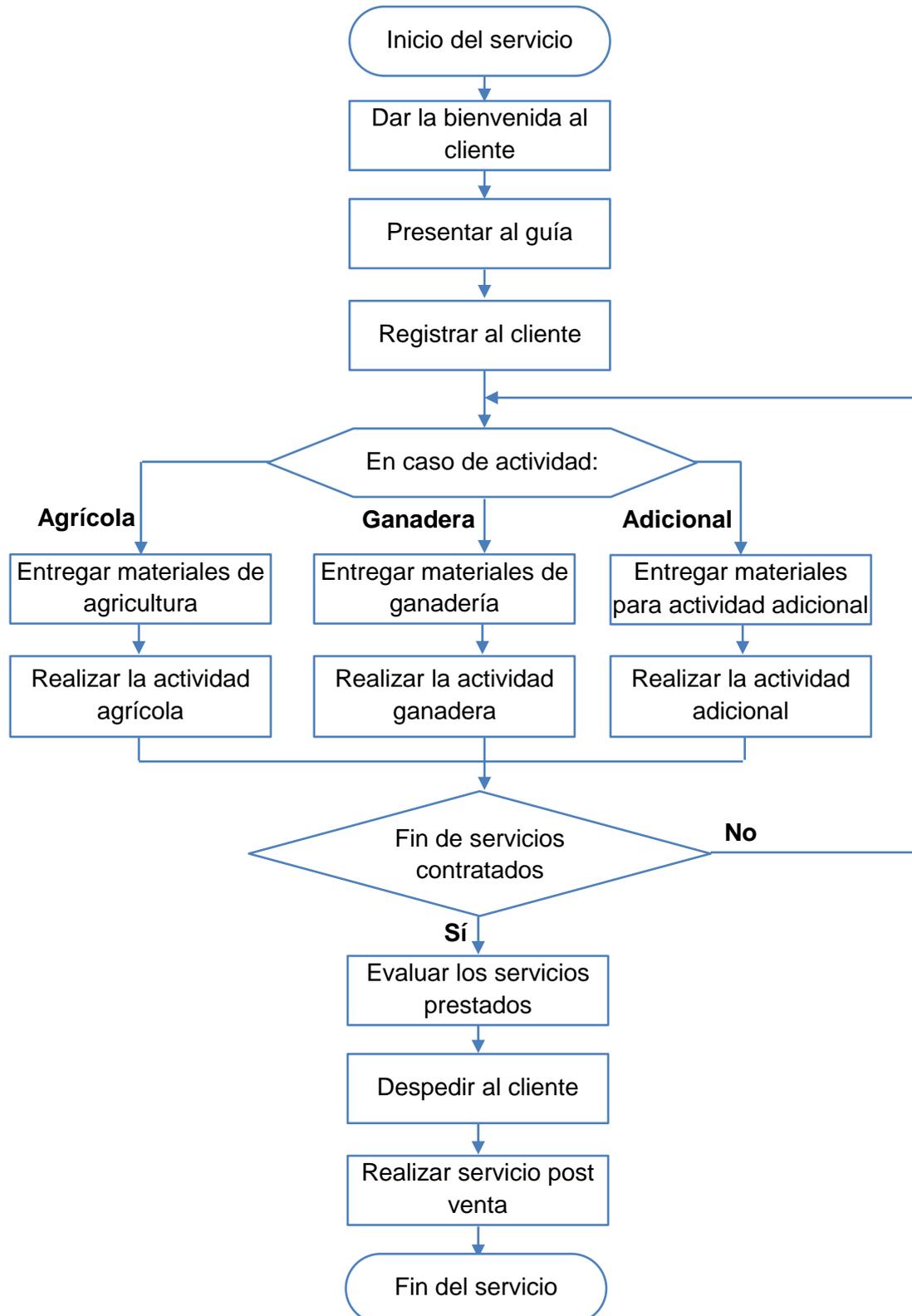
Visita a la tienda del lugar.

Despedida.

## **3.4 Plan operativo**

### **3.4.1 Diagrama de flujo**

**Ilustración 15 Diagrama de flujo**





### 3.4.2 Materia prima

**Tabla 10 Materias primas**

Concepto
Folletos informativos
Plantas
Semillas
Animales
Abono
Agua
Guantes
Tarjetas de identificación
Papel fotográfico
Productos de temporada
Plantas medicinales
Alimentos y bebidas
Amenities
Alimento para animales
Materiales de limpieza

### 3.4.3 Materiales y equipos

**Tabla 11 Materiales y equipos**

Concepto	Cantidad
Azada	3
Pala	3
Tijera de jardinería	3
Oz	3
Recipientes	30
Cestas	3
Equipo de cabalgata	5
Equipo de ciclismo	5
Binoculares	3
Equipo de camping	10
Equipo de cocina	1
Equipos para alojamiento	1
Artículos de baño	1
Equipo de limpieza	1
Botiquín	1
Extintor	1



### 3.4.4 Tecnología

Tabla 12 Tecnología

Concepto	Cantidad
Portátil	1
Equipo para WiFi	1
Cámara de fotos	1
Impresora de fotos	1
Impresora de tarjetas	1
Teléfono	1
Impresora	1

### 3.4.5 Mobiliario

Tabla 13 Mobiliario

Concepto	Cantidad
Muebles de cocina	1
Mobiliario para alojamiento	1

### 3.4.6 Proveedores

Tabla 14 Proveedores

Proveedor	Ubicación	Producto
<p><b>Imagen 5 Mega tienda del sur</b></p>  <p>Fuente: Mega Tienda del Sur</p>	<p>Av. de las Américas y Cornelio Crespo, sector Indurama, Cuenca <a href="http://www.megatiendadelsur.com">www.megatiendadelsur.com</a></p>	<p>Alimentos y bebidas</p>
<p><b>Imagen 6 Supermercados Supermaxi</b></p>  <p>Fuente: Supermaxi</p>	<p>Alfonso Cordero, Cuenca <a href="http://www.supermaxi.com">www.supermaxi.com</a></p>	<p>Alimentos y bebidas</p>
<p><b>Imagen 7 Muebles Colineal</b></p>  <p>Fuente: Colineal</p>	<p>Hermano Miguel 8.58, Cuenca <a href="http://www.colineal.com">www.colineal.com</a></p>	<p>Mobiliario</p>
<p><b>Imagen 8 Almacenes Comandato</b></p>  <p>Fuente: Almacenes Comandato</p>	<p>Gran Colombia, Cuenca <a href="http://www.comandato.com">www.comandato.com</a></p>	<p>Electrodomésticos e implementos para el hogar</p>
<p><b>Imagen 9 Agrosad</b></p>  <p>Fuente: Agrosad</p>	<p>La Italiana Parque Industrial, Cuenca <a href="http://www.agrosad.com.ec">www.agrosad.com.ec</a></p>	<p>Agroquímicos, semillas, veterinaria y herramientas agrícolas</p>



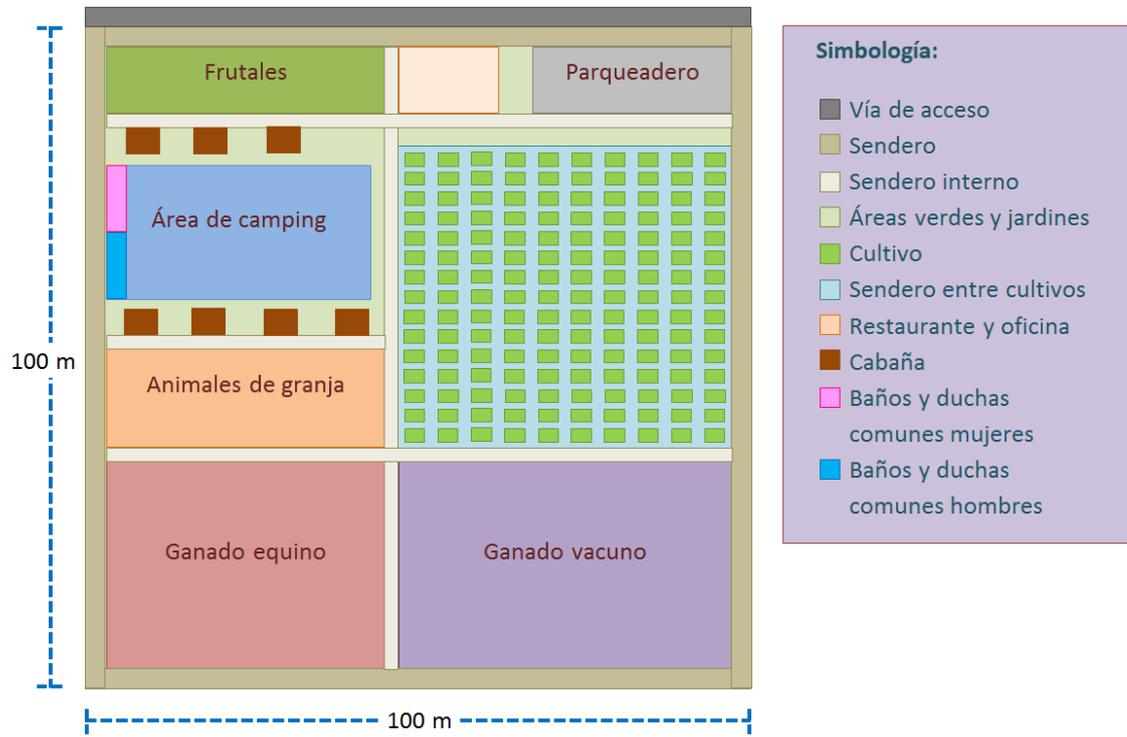
<b>Imagen 10 Imprenta Monsalve Moreno</b>  Fuente: Imprenta Monsalve Moreno	Av. Del Tejar y Calle del Pelileo esq., Cuenca <a href="http://www.imprentamonsalve.com">www.imprentamonsalve.com</a>	Afiches, catálogos, etiquetas. Habladores y carpetas
Feria de Ganado de Cuenca	Camino a Patamarca, Cuenca	Ganado vacuno, equino, entre otros

Fuente: Elaboración propia en base a las páginas web de los distintos proveedores.

### 3.4.7 Lay out

Para el diseño de lay out o plano del proyecto, se ha considerado los productos y servicios ofertados. En cuanto a la implementación del lay out, es importante considerar que en la actualidad hay varias personas con capacidades diferentes que realizan turismo, por lo que un proyecto turístico debe contar con entornos e instalaciones accesibles. Considerando este hecho, se tendrá presente: el Manual para un Entorno Accesible realizado por Jesús de Benito Fernández *et al.*; y el Manual de Accesibilidad Universal para Hoteles elaborado por el Real Patronato sobre Discapacidad de España y Paradores de Turismo de España, S.A. debido a que son documentos de referencia y apoyo en el ámbito de la accesibilidad al medio físico (Jesús Fernández *et al.*, 14). A continuación se muestra el lay out.

**Ilustración 16 Plano del proyecto**



### 3.5 Estructura organizacional

#### 3.5.1 Estructura organizacional

##### 3.5.1.1 Organigrama

El organigrama presenta la estructura jerárquica que tiene el proyecto, para lo cual se ha considerado que el éxito y la rentabilidad del proyecto dependen del cliente, el mismo se ubicará en el primer nivel del organigrama, en el segundo nivel estará el administrador y en el tercer nivel estarán los tres empleados y el guía.

**Ilustración 17 Organigrama**



### 3.5.1.2 Funciones

#### **Cliente:**

- ✚ Da la oportunidad de servirle.
- ✚ De él depende el éxito y la rentabilidad del proyecto.

#### **Administrador:**

- ✚ Dar la bienvenida al cliente.
- ✚ Presentar al guía.
- ✚ Despedir al cliente.
- ✚ Encargado de la parte financiera.
- ✚ Se encargará de la contabilidad.
- ✚ Gestión de alianzas estratégicas.
- ✚ i+I+D
- ✚ Desarrollar promociones.
- ✚ Servicio post venta personalizado.
- ✚ Gestión de reservas.
- ✚ Gestión de redes sociales.
- ✚ Actualización de la página web.



### **Empleado 1:**

- + Se encargará de la alimentación de los clientes.
- + Planificar el menú del día.
- + Elaborar productos alimenticios para la venta.
- + Vender productos a los clientes.
- + Coordinar con el empleado 3 para la cosecha y preparación de productos para la venta.
- + Gestionar el stock adecuado de alimentos y bebidas.

### **Empleado 2:**

- + Se encargará del alojamiento de los clientes.
- + Arreglar las habitaciones.
- + Lavar los blancos del establecimiento.
- + Colocar y/o asistir en la colocación de tiendas de campaña.
- + Desmontar las tiendas de campaña.

### **Empleado 3:**

- + Cuidar de las plantas.
- + Cuidar los animales.
- + Mantenimiento de las instalaciones.
- + Mantenimiento de las áreas verdes y jardines.

### **Guía:**

- + Registrar de los clientes.
- + Entregar los materiales necesarios para la realización de las distintas actividades.
- + Acompañar a los clientes en las distintas actividades.
- + Interpretación ambiental.
- + Evaluar el servicio prestado.
- + Determinar nuevas necesidades y deseos de los clientes.
- + Recomendar mejorar en los productos actuales, al administrador.
- + Recomendar nuevos productos, al administrador



### 3.5.2 Estructura legal

En cuanto a la estructura legal del proyecto, la razón social será Santa Ana Agroturismo Compañía Limitada, el nombre comercial será Santa Ana Agroturismo. Por otra parte, la patente del nombre comercial se solicitará en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

Con respecto al registro del proyecto, se realizará dentro del sector de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos (Servicios del Ministerio de Turismo, 1):

- ✚ Solicitud de registro Alojamiento, Alimento y Bebidas para personas jurídicas.
- ✚ Copia certificada de la Escritura de Constitución.
- ✚ Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina de Registro Mercantil.
- ✚ Copia del Registro Único de Contribuyente (R.U.C.).
- ✚ Copia de la cédula de identidad del Representante Legal.
- ✚ Copia de la última papeleta de votación del Representante Legal.
- ✚ Copia del Contrato de Compra Venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- ✚ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- ✚ Copia de las escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ✚ Original y copia de la lista de precios de los servicios ofertados.
- ✚ Declaración de activos fijos para cancelación de uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo).
- ✚ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.



En lo referente al procedimiento, el propietario o representante legal del establecimiento turístico que gestione el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quien verificarán cada uno de los requisitos. Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, aprobará el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento. Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El Jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo (Servicios del Ministerio de Turismo, 1).

En cuanto a la evaluación, una vez receptada la documentación correspondiente, se procederá a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados en el domicilio del establecimiento, con la presencia del propietario, representante legal o administrador, gestión en la que se determinará: Actividad Turística, Tipo, Capacidad, Categoría, Dirección y Nombre del Propietario. Luego de la evaluación, se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de las cuentas bancarias: si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, el Registro se debe realizar mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística; para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LAF), en el caso de que un establecimiento pertenezca a un Municipio no descentralizado, se deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución (Servicios del Ministerio de Turismo, 1).

Con respecto al costo del registro para Campamentos Turísticos o Camping y para Cabañas, Refugios y Albergues de segunda categoría (tres estrellas), es de \$ 1,89 por plaza. Y en cuanto al tiempo estimado de entrega, es de quince días laborables (Servicios del Ministerio de Turismo, 1).



### 3.6 Estudio financiero

El estudio financiero del proyecto se realizará con una proyección para cinco años, para lo cual se tomarán en cuenta los requerimientos surgidos durante el diseño del proyecto.

#### 3.6.1 Inversiones

Para determinar la inversión se han considerado los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. A continuación se presenta los cuadros de las inversiones. Ver Anexo 5, Inversiones.

**Tabla 15 Inversión**

Concepto	Total
<b>Inversión fija</b>	<b>\$ 39.634,00</b>
Terreno	\$ 10.000,00
Edificios	\$ 14.000,00
Agricultura	\$ 125,00
Ganadería	\$ 59,00
Actividades adicionales	\$ 9.150,00
Venta de productos	\$ 50,00
Restauración	\$ 1.500,00
Alojamiento	\$ 2.500,00
Oficina (equipo cómputo)	\$ 2.250,00
<b>Inversión diferida</b>	<b>\$ 326,20</b>
Gastos de constitución	\$ 326,20
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 6.060,00</b>
Plantas y semillas	\$ 350,00
Animales	\$ 4.000,00
Baño	\$ 200,00
Limpieza	\$ 150,00
Emergencia	\$ 60,00
Puesta en marcha	\$ 800,00
Caja chica	\$ 500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 46.020,20</b>

#### 3.6.2 Ingresos

Para determinar los ingresos se han tenido en cuenta los precios de la competencia y las opiniones de los potenciales clientes, en las encuestas. A



continuación se muestran los cuadros de los ingresos con una proyección para cinco años. Ver anexo 5, Ingresos.

**Tabla 16 Ingresos**

Año	Ingresos
1	\$ 64.869,95
2	\$ 67.464,74
3	\$ 70.163,33
4	\$ 71.566,60
5	\$ 72.282,27

### 3.6.3 Gastos

En cuanto a los gastos, se han tenido en cuenta el precio de venta (35% de FULL COST) y todos los costos incurridos en la producción de los productos y la prestación de los servicios (10% de incremento anual en los sueldos y salarios y el 5% de inflación). A continuación se exponen los gastos con una proyección para cinco años. Ver Anexo 5, Costos.

**Tabla 17 Costos**

Año	Costo
1	\$ 47.013,47
2	\$ 47.801,64
3	\$ 48.723,70
4	\$ 49.298,46
5	\$ 49.747,94

### 3.6.4 Flujo de fondos

Luego de haber estimado las inversiones, ingresos y gastos, a continuación se presenta el flujo de fondos del proyecto, considerando un porcentaje del 12% en el Valor Actual Neto (VAN). Ver Anexo 5, Flujo de fondos.



**Tabla 18 Flujo de fondos**

Año	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	\$ -	\$ 64.869,95	\$ 67.464,74	\$ 70.163,33	\$ 71.566,60	\$ 72.282,27
Costo de producción		\$ 22.704,48	\$ 23.612,66	\$ 24.557,17	\$ 25.048,31	\$ 25.298,79
Costos administrativos		\$ 12.065,96	\$ 13.014,56	\$ 14.046,91	\$ 15.170,85	\$ 16.394,94
Gastos de ventas		\$ 5.520,00	\$ 5.796,00	\$ 6.085,80	\$ 6.390,09	\$ 6.709,59
Gastos financieros		\$ 6.723,03	\$ 5.378,42	\$ 4.033,82	\$ 2.689,21	\$ 1.344,61
<b>Total costos</b>		\$ 47.013,47	\$ 47.801,64	\$ 48.723,70	\$ 49.298,46	\$ 49.747,94
Depreciación		\$ 2.509,56	\$ 2.509,56	\$ 2.509,56	\$ 1.834,56	\$ 1.834,56
Amortización		\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		\$ 15.281,67	\$ 17.088,30	\$ 18.864,83	\$ 20.368,34	\$ 20.634,53
Participación de trabajadores		\$ 2.292,25	\$ 2.563,25	\$ 2.829,73	\$ 3.055,25	\$ 3.095,18
Impuesto a la renta		\$ 2.987,57	\$ 3.195,51	\$ 3.527,72	\$ 3.808,88	\$ 3.858,66
<b>Utilidad neta</b>		\$ 10.001,85	\$ 11.329,54	\$ 12.507,39	\$ 13.504,21	\$ 13.680,69
Inversión fija	\$ 39.634,00					
Inversión diferida	\$ 326,20					
Capital de trabajo	\$ 6.060,00					
Valor de salvamento						\$ 2.963,40
Recuperación de capital de trabajo						\$ 6.060,00
Depreciación		\$ 2.509,56	\$ 2.509,56	\$ 2.509,56	\$ 1.834,56	\$ 1.834,56
Amortización		\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24
<b>Flujo neto</b>	\$ -46.020,20	\$ 12.576,65	\$ 13.904,34	\$ 15.082,19	\$ 15.404,01	\$ 24.603,89

### 3.6.5 Indicadores financieros

Los indicadores financieros son muy importantes para determinar el grado de rentabilidad del proyecto, por lo que se han calculado los tres principales indicadores financieros que se muestran a continuación.

#### 3.6.5.1 VAN

El valor actual neto (VAN) determina el valor presente que tiene el proyecto. Si es mayor a cero, el proyecto genera recursos; si es igual a cero, el proyecto alcanza a cubrir la inversión; pero si es menor a cero, el proyecto no es viable. A continuación se presenta el VAN del proyecto.

$$\text{VAN} = \$ 10.779,05$$

#### 3.6.5.2 TIR

La tasa interna de retorno (TIR) determina la tasa de retorno de la inversión. Si es mayor a la tasa de comparación (tasa de interés que dan los bancos por el depósito a plazo fijo), el proyecto es viable; si es menor a la tasa de comparación, se recomienda no invertir en el proyecto y colocar el dinero a



plazo fijo en el banco, debido a que es mayor la tasa de interés del banco. Para el cálculo de la TIR del proyecto, se ha considerado una tasa de comparación del 12%, a continuación se presenta la TIR del proyecto.

$$\text{TIR} = 20,14 \%$$

### 3.6.5.3 BC

El beneficio costo (BC) establece si la inversión inicial del proyecto, se recupera o no. Si es mayor a uno se recupera la inversión y se obtiene utilidad; si es igual a uno, se recupera la inversión; pero si es menor a uno, no se recupera la inversión y por tanto no es viable el proyecto (Agroproyectos, 1). A continuación se muestra el beneficio costo del proyecto.

$$\text{Actualización} = 12 \%$$

$$\text{BC} = 1,13$$



## Conclusiones

El desarrollo del presente tema ha tenido resultados satisfactorios. Se ha recolectado datos relevantes de la parroquia Baños que han sido aprovechados en la determinación de la factibilidad del desarrollo del agroturismo; se ha investigado información acerca del agroturismo; y se ha diseñado adecuadamente el proyecto.

En cuanto a la factibilidad del agroturismo en Baños, se ha determinado que sí es factible, debido a que la parroquia dispone de recursos aprovechables para el agroturismo y además la mayoría de los visitantes sí están dispuestos a participar en actividades agroturísticas.

En Baños se puede diversificar la oferta turística median el desarrollo de diferentes productos, sin embargo, un producto turístico recomendado es el agroturismo, debido a que contribuye en la conservación de los cultivos ancestrales y ayuda en la revalorización de la cultura local.

Por otro lado, el diseño del proyecto ha sido exitoso. Se ha determinado que sí es factible la implementación del proyecto, debido a que tiene un alto nivel de acogida y se han planteado actividades de acuerdo a los gustos y preferencias de los potenciales visitantes, además se ha realizado el estudio financiero que da como resultado que sí es viable el proyecto, pues se recupera la inversión y se obtiene utilidades.

A continuación se presentan las recomendaciones a tener en cuenta para cuando se ponga en marcha el proyecto y para futuros planteamientos de proyectos similares.

### 4.1 Recomendaciones

Se recomienda que:

- ✚ Se realice la diversificación de la oferta turística de la parroquia Baños.



- ✚ Se deben tomar medidas que ayuden en la conservación de varios cultivos ancestrales que han disminuido en su cultivo o que están a punto de desaparecer.
- ✚ Es adecuado el desarrollo del agroturismo en le parroquia Baños, que permitirá diversificar la oferta y contribuir en la conservación de varias plantas que están en peligro de extinción.
- ✚ El agroturismo se debe ofertar como un producto complementario al turismo recreativo (aguas termales).
- ✚ En cuanto al proyecto, se recomienda que se recurra a fuentes de financiamiento estatal, debido a que ofrecen considerables facilidades de pago.
- ✚ Para el apoyo del proyecto se recomienda acudir al Gobierno Provincial y al Municipio de Cuenca, debido a que el país está sustentando su desarrollo bajo el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, que prioriza el turismo y la diversificación de la producción.
- ✚ Además se puede acudir a financiamiento de fondos externos como el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM) de las Naciones Unidas.
- ✚ Ofrecer productos y/o servicios con buena relación calidad-precio, a fin de satisfacer y sobrepasar las expectativas de los visitantes.
- ✚ Evitar la competencia de precios, debido a que disminuye el margen de contribución y por ende disminuye la utilidad.
- ✚ Enfocarse en la estrategia de diferenciación, para generar mayor ventaja competitiva en el ámbito del agroturismo.
- ✚ Generar un buen ambiente interno de trabajo, a fin de que el personal se sienta satisfecho y tenga un buen desempeño laboral.
- ✚ Promover una cultura de servicio de acorde a las necesidades y deseos de los visitantes, a fin de que el cliente se sienta completamente satisfecho.
- ✚ Desarrollar un adecuado servicio post venta personalizado, con el propósito de mantener files a los clientes ya existentes.



- ✚ Innovar constantemente con el objetivo de generar nuevos productos y/o servicios para que sigan generando interés en los visitantes.

Por otra parte, se recomienda a futuros diseños de proyectos similares:

- ✚ Se ha determinado que sí es factible el desarrollo del agroturismo en Baños, por lo que es buena idea plantear proyectos en este ámbito.
- ✚ Por otro lado, en el estudio de la demanda, realizar un grupo focal, debido que es necesario conocer más a fondo los gustos y preferencias de los potenciales visitantes.
- ✚ Innovar la oferta de productos y/o servicios, con el fin de mejorar los existentes y generar nuevos.
- ✚ Generar alianzas estratégicas, con el propósito de llegar de mejor manera a los potenciales visitantes.
- ✚ Considerar el empleo de un mayor número de personas en la estructura organizacional, con el objetivo de especializar el trabajo y ofrecer mayor calidad.
- ✚ En el estudio financiero, considerar una inversión más alta, con un plazo de diez años para su financiamiento.
- ✚ Investigar sobre nuevos producto y/ servicios de agroturismo ofertados a rededor del mundo, para ofrecer nuevas y mejores alternativas.



## Bibliografía

### Textos

Alonso Almeida, M.<sup>a</sup> del Mar y Juan Ignacio Martín Castilla. *Dirección Estratégica en el Sector Turístico*. Madrid, Editorial Síntesis, S. A., 2009.

Álvarez Cajas, Gilberto, Sayda Paola Sánchez Oviedo y Yadira Janneth Uchuari Paredes. *Manual Técnico para el Cultivo de Jícama (Smallanthus sonchifolius) en Loja*. Loja, s. ed. 2012.

Amaya Robles, Julio E. y José L. Julca Hashimoto. *Arracacha (Arracacia xanthorrhiza Bancroft)*. Trujillo, s. ed., 2006.

Brito, Emma. *Ensueños del Alama*. Cuenca, s. ed., sfe.

Carranza, Juan Fernando. *Marketing Gastronomía*. Diapositivas presentadas en clase. Cuenca, s. ed., 2013.

Confederación de la Producción y del Comercio de Chile. *Manual de RSE para PYMES*. Santiago de Chile, Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, 2006.

Contento Minga, Lidia Esther. *Memoria, Saberes y Usos Sociales de los Huertos en las Edificaciones Patrimoniales del Azuay*. Cuenca, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2012.

Eljuri, María Isabel. *Atención al Cliente*. Diapositivas presentadas en clase. Cuenca, s. ed., 2013.

Fernández, Jesús de Benito, et al. *Manual para un Entorno Accesible*. Madrid, Real Patronato sobre Discapacidad, 2005.

Galarza Cordero, Miguel Ángel. *Animación Turística, Excursionismo, Campamentación y Vida al Aire Libre*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2009.



- Galarza Torres, Alexandra. *Patrimonio Natural, Educación e Interpretación Ambiental*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2012.
- Iñiguez Márquez, Gustavo. *Diseño y Gestión del Producto*. Diapositivas presentadas en clase. Cuenca, s. ed., 2012.
- ITur de Baños. *Número de visitantes*. Consulta. Cuenca, s. ed., 2015.
- Kotler, Philip. *Los 80 Conceptos Esenciales de Marketing de la A a la Z*. Madrid, Person Educación, 2003.
- Martínez A., Homero E. *Diccionario de Hospitalidad*. Quito, Gráficas Cobos, 2008.
- Moyano Fuentes, José, et al. *Administración de Empresas Un Enfoque Teórico-Práctico*. Madrid, Pearson Educación S. A., 2011.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. *Manual "Una Huerta para Todos"*. Antioquia, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2009.
- \_\_\_\_\_. *La Papa Año Internacional de la Papa 2008*. Roma, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Manual Técnico Producción de Semillas de Hortalizas para la Huerta Familiar*. Roma, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2011.
- Ponti, Franc y Xavier Ferràs. *Pasión por Innovar*. Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2008.
- Porter, Michael E. *Estrategia Competitiva*. México, Grupo Editorial Patria, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Ventaja Competitiva*. México, Grupo Editorial Patria, 2007.
- Rainforest Alliance. *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*. Guatemala, Rainforest Alliance, 2008.



Real Patronato sobre Discapacidad y Paradores de Turismo de España. *Manual de Accesibilidad Universal para Hoteles*. Madrid, Real Patronato sobre Discapacidad, 2007.

Secretaria de Turismo de México. *Turismo Alternativo Una nueva Forma de Hacer Turismo*. Fascículo 1. México D. F., Secretaría de Turismo de México, 2004.

\_\_\_\_\_. *Equipo Recomendado para Actividades de Turismo de Aventura y Ecoturismo*. Fascículo 3. México D.F., Secretaria de Turismo de México, sfe.

\_\_\_\_\_. *Guía para el Diseño y Operación de Senderos Interpretativos*. Fascículo 5. México D.F., Secretaria de Turismo de México, 2004.

UCODEP. *Quinoa, Amaranto, Melloco y Chocho Un Regalo Andino para el Mundo*. Cotacachi, s. ed., sfe.

Vanegas, Tito. *Investigación de Mercados*. Diapositivas presentadas en clase. Cuenca, s. ed., 2012.

## **Tesis**

Arévalo Ordóñez, Josafath Andrés. *Centro Turístico & Hostería para la Parroquia Baños-Cuenca*. Tesis de Arquitectura. Director: Orellana Alvear, Boris. Cuenca, s.ed., 2012.

Auquilla Quizhpe, Lourdes Elizabeth, Edwin Heriberto Barros Gómez. *Incidencia de la Actividad Turística en el Desarrollo Local de la Parroquia Baños, Cantón Cuenca Año 2009*. Tesis previa para la obtención del título de Economista. Director: Pozo, Santiago. Cuenca, s. ed., 2010.

Bermeo Cando, Franklin Alfredo y Vanessa Alexandra Morales Mariño. *Ruta del Maíz: Una Estrategia Cultural para el Desarrollo del Turismo y la Gastronomía Cuencana*. Monografía previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo. Directora: Galarza Torres, Marcela Alexandra. Cuenca, s. ed., 2013.



Herrera Clavijo, María Verónica. *Utilización del Ají Rocoto (Capsicum pubescen) y Ají Colorado en la Gastronomía Cuencana*. Monografía previa a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía, Alimentos y Bebidas. Director: Sandoval, Darwin. Cuenca, s. ed., 2012.

Icaza Samaniego, Valeria Leonor y Gisela María Zambrano Romero. *Propuesta de Aplicabilidad Gastronómica de la Mashua y de la Oca en la pastelería Azuaya Usando Técnicas Profesionales*. Monografía previa a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía y Servicio de Alimentos y Bebidas. Director: Esparza Villamarín, Marcelo Paúl. Cuenca, s. ed., 2014.

Loja Minchalo, Esthela del Rocío. *Los Campamentos Turísticos con Enfoque Bioclimático como Alternativa para la Actividad Turística en la Parroquia Baños del Cantón Cuenca*. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo. Directora: Astudillo, Silvana. Cuenca, s. ed., 2012.

Quezada Pesántez, Mercy Lucía. *Innovación de las Características Gustativas de los Quesos Artesanales Aplicando Técnicas de Ahumado y Especiado*. Monografía previa a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía y Servicio de Alimentos y Bebidas. Director: Sandoval, Darwin. Cuenca, s. ed., 2011.

Zúñiga Cabrera, Carla Patricia. *Propuesta Gastronómica para Innovar la Elaboración de Chutneys Caracterizados como Alimentos de Humedad Intermedia*. Monografía previa para la obtención del título de Licenciado en Gastronomía y Servicio de Alimentos y Bebidas. Director: Carpio, Santiago. Cuenca, s. ed., 2012.

### **Internet**

Adopta un Naranja. Precio. Internet. <http://www.adoptaunnaranja.es/adopcion-adopt-a-un-naranja-regala-vida/alias.html>. Acceso: 5 febrero 2015.



- Agroproyectos. *Relación Beneficio Costo (R B/C)*. Internet.  
<http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costo.html>.  
Acceso: 5 febrero 2015.
- Asociación de Agroturismo de Navarra ABELORE. *Las Casas Rurales de Agroturismo de Navarra*. Internet. <http://www.agroturismosnavarra.com/>.  
Acceso: 9 febrero 2015.
- “Aumenta Visitas de Turistas Extranjeros a Cuenca”. *El Tiempo*. (14 enero 2015). Internet. <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/155962-cuenca-duplica-visitas-de-turistas-extranjeros/>. Acceso: 29 abril 2015.
- Blanco M., Marvin y Hernando Riveros S. *El Agroturismo como Diversificación de la Actividad Agropecuaria y Agroindustrial*. Internet. [http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documentos%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/El%20agroturismo%20como%20diversificaci%C3%B3n%20de%20la%20actividad\\_e.pdf](http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documentos%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/El%20agroturismo%20como%20diversificaci%C3%B3n%20de%20la%20actividad_e.pdf). Acceso: 24 marzo 2015.
- “Cuenca Espera la Llegada de 50 Mil Turistas por sus Fiestas”. *El Telégrafo*. (28 octubre 2014). Internet. <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/cuenca-espera-la-llegada-de-50-mil-turistas-por-sus-fiestas.html>. Acceso: 4 mayo 2015.
- FAADA. *Apadrina*. Internet. <http://faada.org/apadrina>. Acceso: 5 febrero 2015.
- Facebook Inc. *Santa Ana Agroturismo*. Internet. <https://www.facebook.com/pages/Santa-Ana-Agroturismo/446009925558147?ref=hl>. Acceso: 6 mayo 2015.
- Fundación de Turismo para Cuenca. *Portal de Servicio Turísticos*. Internet. <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/>. Acceso: 8 enero 2015.
- GAD Parroquia Rural de Baños. *División Política*. Internet. <http://www.parroquiabanos.gob.ec/parroquia/division-politica/>. Acceso: 17 noviembre 2014.



Galápagos Experience. *Ciclismo de Montaña*. Internet.  
<http://www.galapagosexperience.net/es/ecuador-adventure-tours-4/ecuador-biking-tours-2/mountain-biking-tours-ecuador-2.html>. Acceso: 5 febrero 2015.

Girón, Xochitl y Rosaura Yazbek. *Agroturismo: una Fuente de Progreso*. Internet.  
<http://www.uca.edu.sv/virtual/comunica/archivo/jun162005/notas/nota4.htm>. Acceso: 24 marzo 2015.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Baños. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Baños*. Internet.  
<http://www.parroquiabanos.gob.ec/gad-parroquial/pdot/>. Acceso: 10 noviembre 2014.

Google Inc. *Google Maps, Cómo llegar*. Internet.  
<https://www.google.com.ec/maps/dir/-2.9372613,-79.0874608/-2.9233335,-79.0661768/@-2.9300364,-79.0748287,15z/data=!4m9!4m8!1m5!3m4!1m2!1d-79.0920894!2d-2.9359165!3s0x91cd239718ed7775:0x7e6c3bbe34423c8d!1m0!3e0>. Acceso: 7 enero 2015.

\_\_\_\_\_. *Google Maps*. Internet. <https://www.google.com.ec/maps/@-2.9368649,-79.0872914,1566m/data=!3m1!1e3>. Acceso: 15 diciembre 2014.

Hacienda Caballo Campana. *Hacienda Caballo Campana*. Internet.  
<http://www.caballocampana.com/>. Acceso: 8 enero 2014.

Hacienda Uzhupud. *Descubre Uzhupud*. Internet. <http://www.uzhupud.com/>. Acceso: 8 enero 2015.

Hostería Dos Chorreras. *Hostería Dos Chorreras*. Internet.  
<http://lamotora.org/hosteriosdoschorreras.com/es/>. Acceso: 8 enero 2015.



- Imagen Corporativa.net. *Desarrollo de Marca y sub marcas para Ecoquimic Balear*. Internet. <http://www.imagencorporativa.net/imagen2.html>. Acceso: 20 marzo 2015.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *Fascículo Provincial Azuay*. Internet. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>. Acceso: 19 noviembre 2014.
- \_\_\_\_\_. *Población y Demografía*. Internet. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Acceso: 19 noviembre 2014.
- Ministerio de Turismo. *Principales Indicadores de Turismo*. Boletín N° 1. Enero 2015. Internet. <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/quito-en-cifras>. Acceso: 8 mayo 2015.
- Mozilla Foundation. *Firefox 34.0*. Software para Microsoft Windows 8. Internet. <http://www.mozilla.org/>. Acceso: 30 diciembre 2014.
- Organización de la Naciones Unidas. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Internet. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>. Acceso: 4 mayo 2015.
- Organización Mundial del Turismo. *World Tourism Barometer*. Volumen 13. Abril 2015. Internet. [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom15\\_02\\_april\\_excerpt\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom15_02_april_excerpt_0.pdf). Acceso: 8 mayo 2014.
- Sancho, Amparo et al. *Introducción al Turismo*. Internet. <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT.pdf>. Acceso: 8 mayo 2015.
- San Juan Pamba. *La Hacienda*. Internet. <http://www.sanjuanpamba.com.ec/la-hacienda>. Acceso: 8 enero 2015.



Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Internet.

<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>. Acceso: 8 mayo 2015.

Servicios del Ministerio de Turismo. *Registro de Establecimientos Turísticos*. Internet.

[http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com\\_content&view=article&id=120](http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=120). Acceso: 5 febrero 2015.

Tambopaxi. *Tarifas*. Internet.

<http://www.tambopaxi.com/es/reservaciones/tarifas.html>. Acceso: 5 febrero 2015.

Tía S.A. *Productos* Tía S.A. Internet.

<http://www.tia.com.ec/proveedor/producto/lista>. Acceso: 5 febrero 2015.

Viajeros.com. *Agroturismo: viaje a la naturaleza*. Internet.

<http://www.viajeros.com/articulos/847-agroturismo-viaje-a-la-naturaleza>. Acceso: 25 noviembre 2014.

## Imágenes y fotos

Abocanegra. *Especialidad: el arte de acampar*. Foto. Internet.

<https://guiaextremo.wordpress.com/category/especialidades/>. Acceso: 6 enero 2015.

Agrosad. *Productos*. Imagen. Internet. <http://www.agrosad.com.ec/>. Acceso: 8 enero 2015.

Alajarín, Paloma. *Una Huerta para Cada Espacio*. Foto. Internet.

<https://brotte.wordpress.com/2014/05/>. Acceso: 12 marzo 2015.

Almacenes Comandato. *Inicio*. Imagen. Internet. <http://www.comandato.com/>.

Acceso: 8 enero 2015.



Askalo. *¡Descubre Azuay!* Imagen. Internet. <http://azuay.askalo.com.ec/>.  
Acceso: 17 diciembre 2014.

Colineal. *Inicio*. Imagen. Internet. <http://www.colineal.com/home.html>. Acceso: 8  
enero 2015.

Imprenta Monsalve Moreno Cía. Ltda. *Inicio*. Imagen. Internet.  
<http://www.imprentamonsalve.com/default.htm>. Acceso: 14 enero 2015.

Mega Tienda del Sur. *Novedades*. Imagen. Internet.  
<http://www.megatiendadelsur.com/>. Acceso: 8 enero 2015.

Municipalidad de Cuenca. *División Política Territorial del Cantón Cuenca*.  
Imagen. Internet. [http://www.cuenca.gov.ec/?q=page\\_divisionpolitica](http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_divisionpolitica).  
Acceso: 15 diciembre 2014.

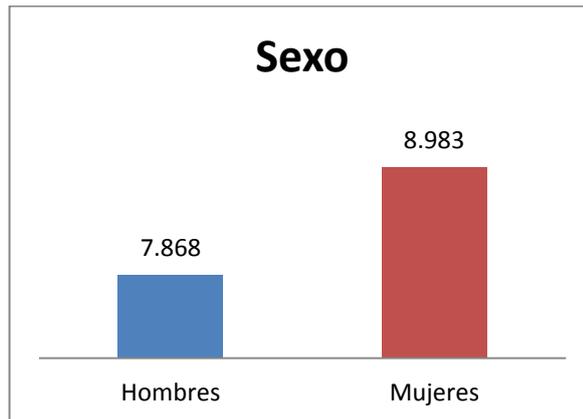
Saberia.com. *Mapa político de Ecuador mudo*. Imagen. Internet.  
<http://www.saberia.com/mapas-del-mundo/ecuador/mapa-politico-mudo/>.  
Acceso: 17 diciembre 2014.

Supermaxi. *Inicio*. Imagen. Internet.  
<http://www.supermaxi.com/portal/es/web/supermaxi/inicio>. Acceso: 8  
enero 2015.

## Anexos

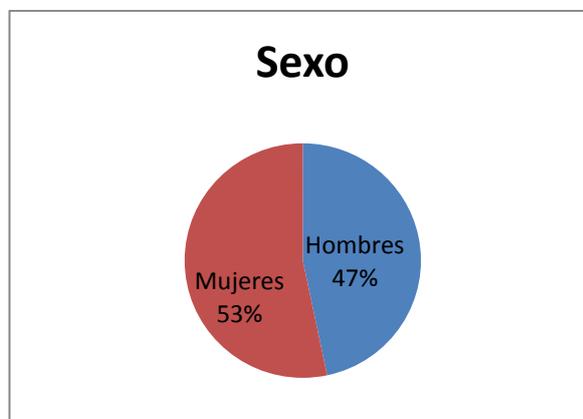
### Anexo 1 Gráficos sobre demografía de la parroquia Baños.

**Gráfico 1 Sexo, población de Baños**



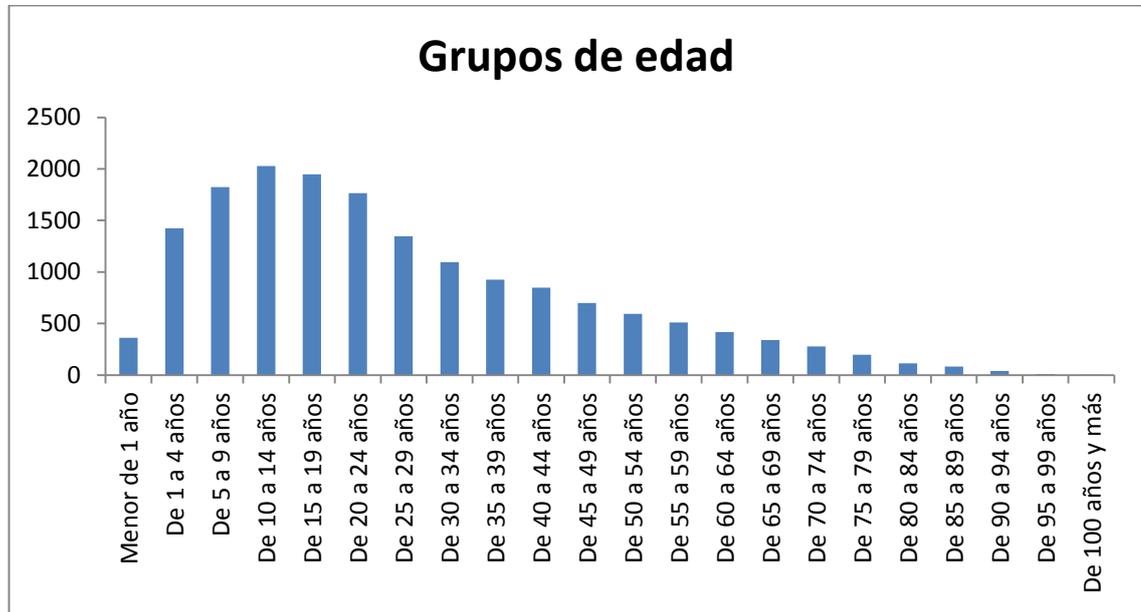
Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 2 Sexo, población de Baños**



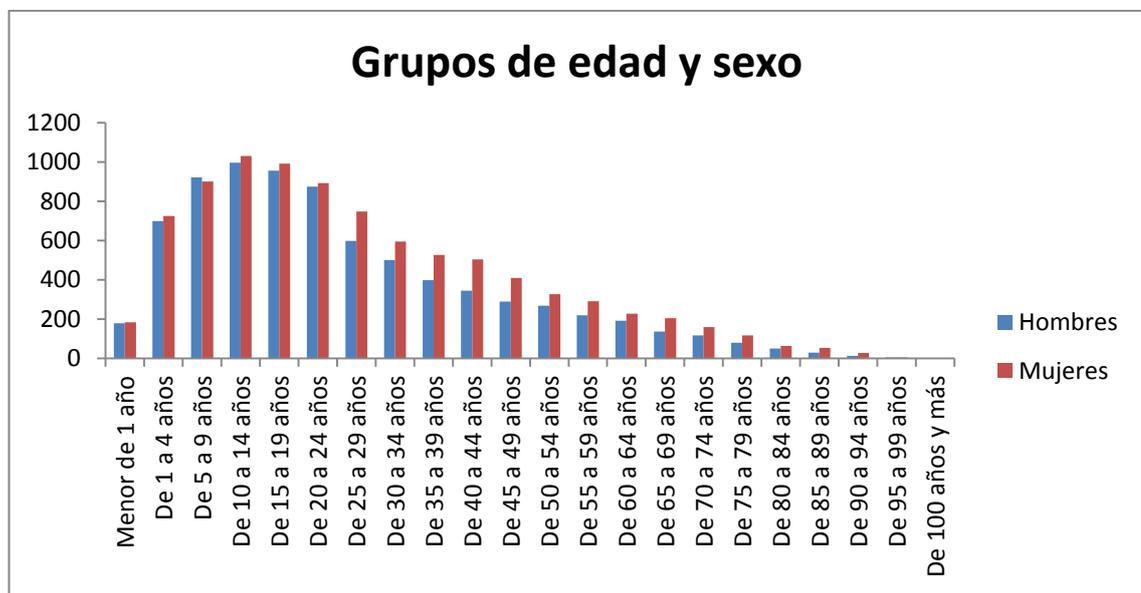
Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 3 Grupos de edad, población de Baños**



Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 4 Grupos de edad y sexo, población de Baños**



Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 5 Analfabetismo, población de Baños**



Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 6 Analfabetismo por grupos de edad, población de Baños**



Fuente: Elaboración propia en base al INEC.

**Gráfico 7 Ocupación, población del Azuay**



Fuente: Elaboración propia en base al Fascículo Provincial Azuay realizado por el INEC.



## **Anexo 2 Entrevista**

### **Entrevista sobre agricultura en la parroquia Baños**

Entrevista a la familia Alvarracín Guamanrrigra.

#### **¿Qué plantas se cultivaban antiguamente?**

En antes sembrábamos toda planta, penco, todo. Maíz, trigo, habas.

Mellocos hay rojos, blancos, murungos son babosos. Murunguitos son buen melloco.

#### **¿Para qué se utilizaban las plantas?**

Capulís sembramos para tomar dulce.

Penco se daba para ganado, dan más leche.

Cebada sirve para hacer machica, arroz de cebada.

#### **¿Cómo se cultivaban las plantas?**

Arando, piquiando, así sembrábamos.

#### **¿En qué épocas del año se cultivan?**

6 meses, maíz siémbra en noviembre, en agosto ya cosechamos.

#### **¿Qué plantas han desaparecido?**

Ahora ya desaparecido penco, haciendo carretero todito ha desaparecido, ha virado, ya no hay nada, ahora hay que sembrar de nuevo.

Ahora siembran más reinas, gullanes.

Zanahoria blanca ya ido perdiendo.

### **Entrevista sobre ganadería en la parroquia Baños**

Entrevista a la familia Alvarracín Guamanrrigra.



**¿Qué animales se criaban antiguamente?**

Borregos, chanchos, caballos, vacas.

**¿Para qué se utilizaban los animales?**

Para vender.

**¿Cómo se criaban los animales?**

Teníamos una vaquita iba aumentando aumentando.

**¿Qué animales han desaparecido?**

No si hay de todo, de todo mismo hay animales, animales no se ha perdido, de todo hay.



### Anexo 3 Encuesta

## UNIVERSIDAD DE CUENCA ESCUELA DE TURISMO

### Desarrollo de Agroturismo en la parroquia Baños

Agradecemos su participación al contestar esta encuesta. La información será utilizada en el diseño de un proyecto de Agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.

#### Parte 1

Sexo: Femenino  Masculino

Edad: \_\_\_\_\_

Nacionalidad: \_\_\_\_\_

Provincia de procedencia: \_\_\_\_\_

Marque con una X

1. ¿Visitaría un lugar tranquilo, rodeado de naturaleza, en donde pueda observar y realizar actividades agrícolas y/o ganaderas?

5. Sí	4. Quizás	3. No sé	2. Tal vez no	1. No

(Fin de encuesta)

#### Parte 2

2. ¿Qué tan interesado está en realizar las siguientes actividades agrícolas?

	5. Mucho	4. Bastante	3. Algo	2. Poco	1. Nada
Sembrar					
Cosechar					
Observar plantas					



Aprender las propiedades nutricionales de las plantas					
Aprender las propiedades medicinales de las plantas					
Conocer tradiciones relacionadas con las plantas					
Otro: _____					

**3. ¿Cuánto le gustaría realizar las siguientes actividades ganaderas?**

	5. Mucho	4. Bastante	3. Algo	2. Poco	1. Nada
Observar animales					
Alimentar animales					
Ordeñar					
Elaborar queso					
Recolectar Huevos					
Otro: _____					

**4. ¿Qué tanto le gustaría realizar las siguientes actividades adicionales?**

	5. Mucho	4. Bastante	3. Algo	2. Poco	1. Nada
Caminata					
Cabalgata					
Observación de flora y fauna del lugar					
Apadrinar una planta					
Apadrinar un animal					
Acampar					



Otro: _____					
-------------	--	--	--	--	--

5. ¿Cuánto pagaría por realizar una actividad agrícola, ganadera o adicional en un ambiente tranquilo y rodeado de naturaleza?

\$ 5 – \$ 10	\$ 11 – \$ 15	\$ 16 – \$ 20	\$ 21 – \$ 25	Más de \$ 25

6. ¿Le gustaría pernoctar (quedarse a dormir) en el lugar de visita?

Sí

No

7. ¿Cuánto pagaría por permanecer dos días y una noche, con desayuno, almuerzo y cena y realizar actividades agrícolas, ganaderas y adicionales en un ambiente relajado, rodeado de naturaleza y con una excelente vista?

\$ 30 – \$ 35	\$ 36 – \$ 40	\$ 41 – \$ 45	\$ 46 – \$ 50	Más de \$ 50

8. ¿Le gustaría comprar productos cultivado y/o elaborados en el lugar de visita?

Sí

No  Pase a la pregunta 10

9. ¿Qué tanto le gustaría comprar los siguientes productos?

	5. Mucho	4. Bastante	3. Algo	2. Poco	1. Nada
Verduras					
Frutas					
Mermeladas					
Leche					
Quesos					
Huevos					



Recuerdos del lugar					
Otro: _____					

**10. ¿Por qué medios le gustaría obtener información acerca de este proyecto?**

- Página web
- Redes sociales
- Código QR
- Periódico
- Televisión
- Radio

**Gracias por su valiosa colaboración.**



#### Anexo 4 Gráficos de los resultados de la encuesta.

Gráfico 8 Sexo, resultado de la encuesta

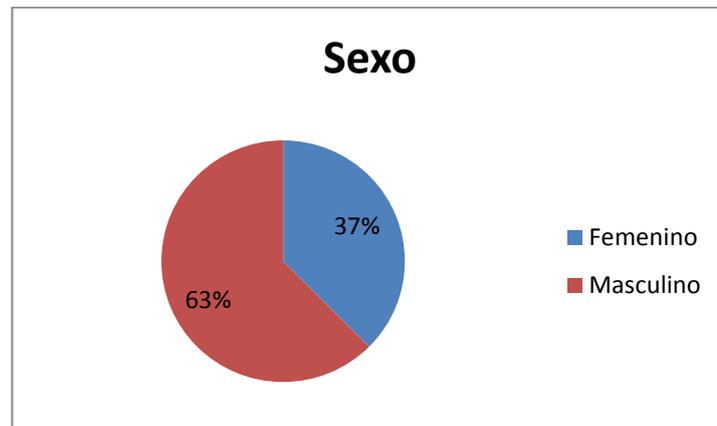
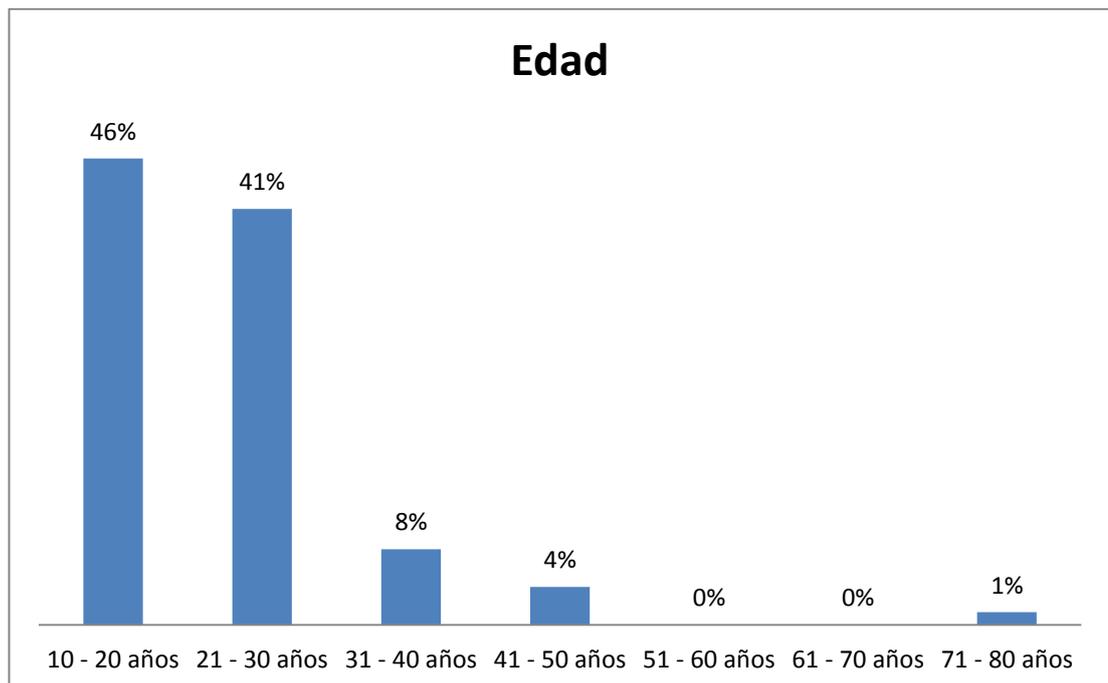
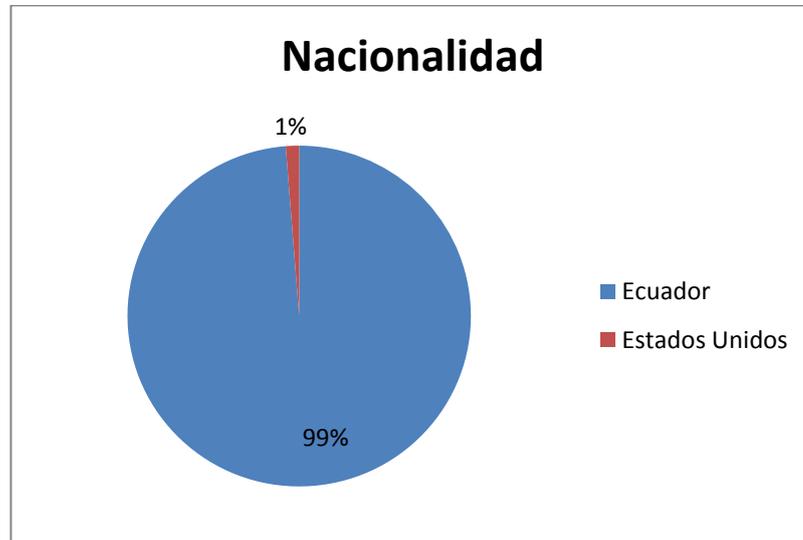


Gráfico 9 Edad, resultado de la encuesta

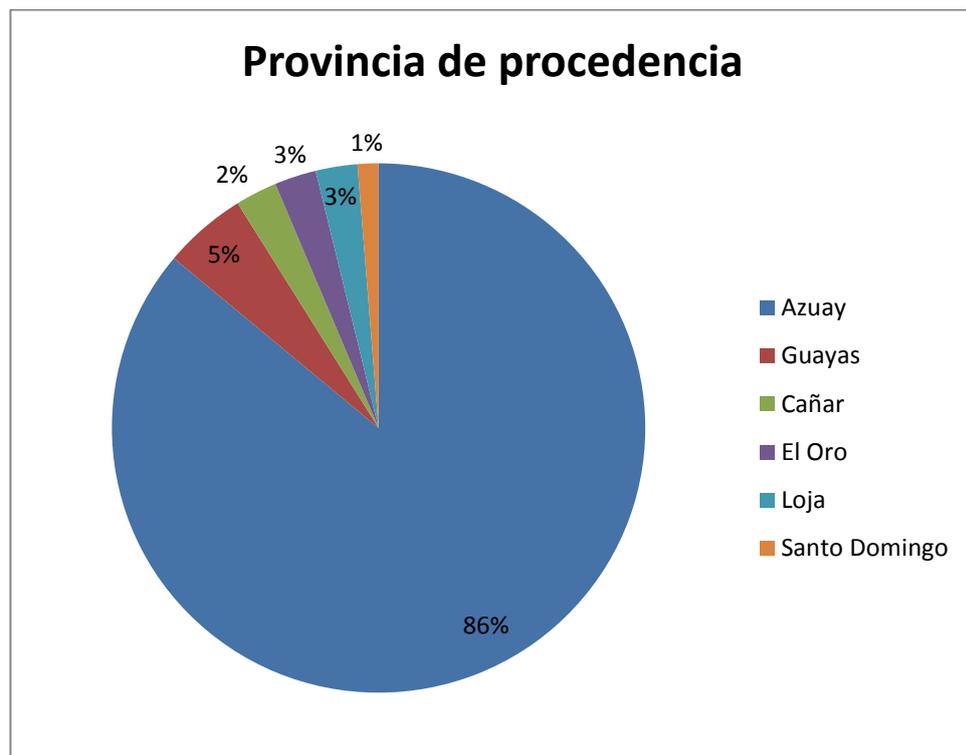




**Gráfico 10 Nacionalidad, resultado de la encuesta**

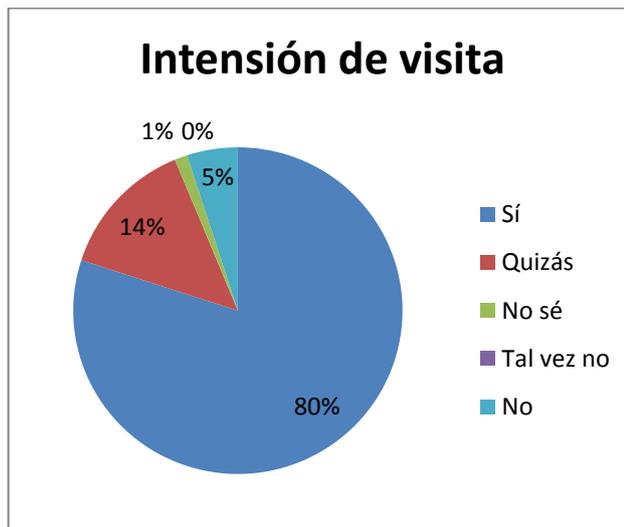


**Gráfico 11 Provincia de procedencia, resultado de la encuesta**



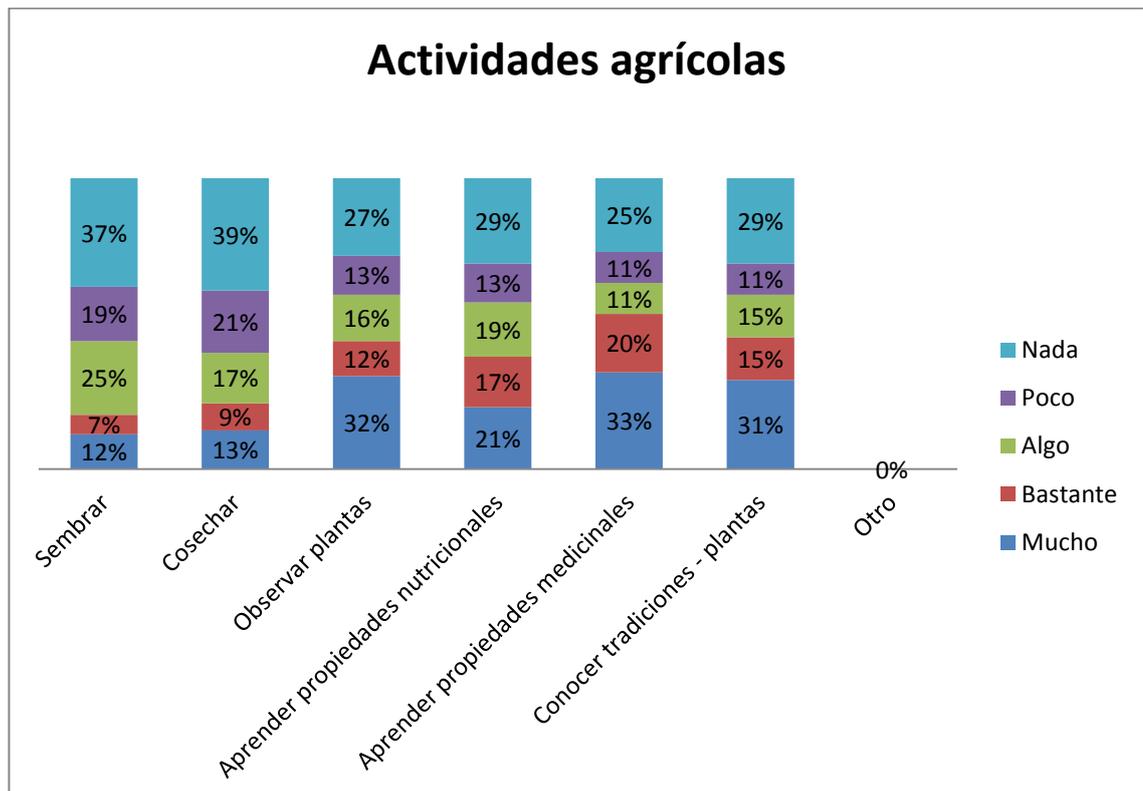
**Gráfico 12**

1. ¿Visitaría un lugar tranquilo, rodeado de naturaleza, en donde pueda observar y realizar actividades agrícolas y/o ganaderas?



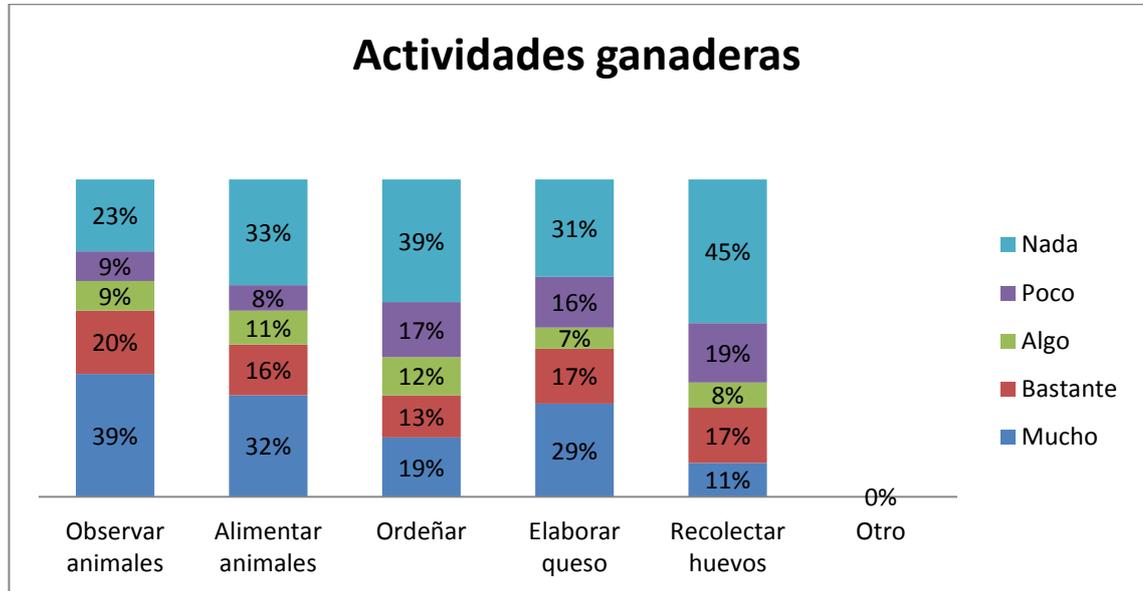
**Gráfico 13**

2. ¿Qué tan interesado está en realizar las siguientes actividades agrícolas?



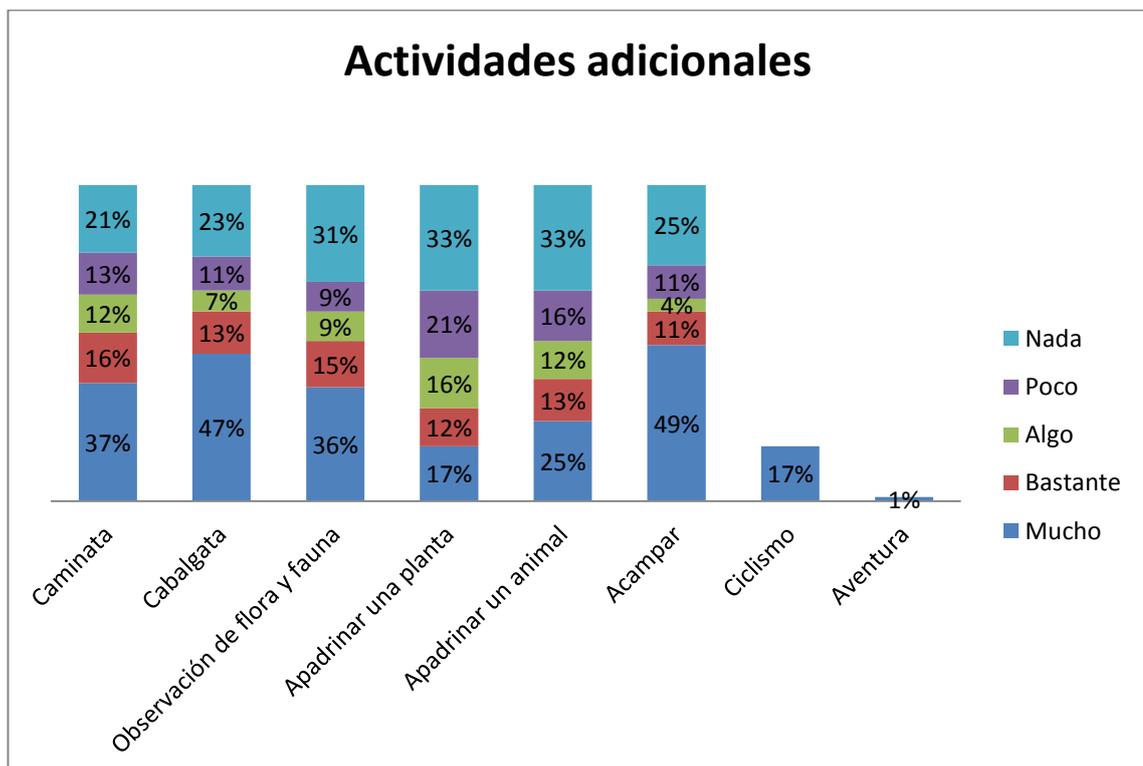
**Gráfico 14**

3. ¿Cuánto le gustaría realizar las siguientes actividades ganaderas?



**Gráfico 15**

4. ¿Qué tanto le gustaría realizar las siguientes actividades adicionales?



**Gráfico 16**

5. ¿Cuánto pagaría por realizar una actividad agrícola, ganadera o adicional en un ambiente tranquilo y rodeado de naturaleza?



**Gráfico 17**

¿Le gustaría pernoctar (quedarse a dormir) en el lugar de visita?



**Gráfico 18**

7. ¿Cuánto pagaría por permanecer dos días y una noche, con desayuno, almuerzo y cena y realizar actividades agrícolas, ganaderas y adicionales en un ambiente relajado, rodeado de naturaleza y con una excelente vista?

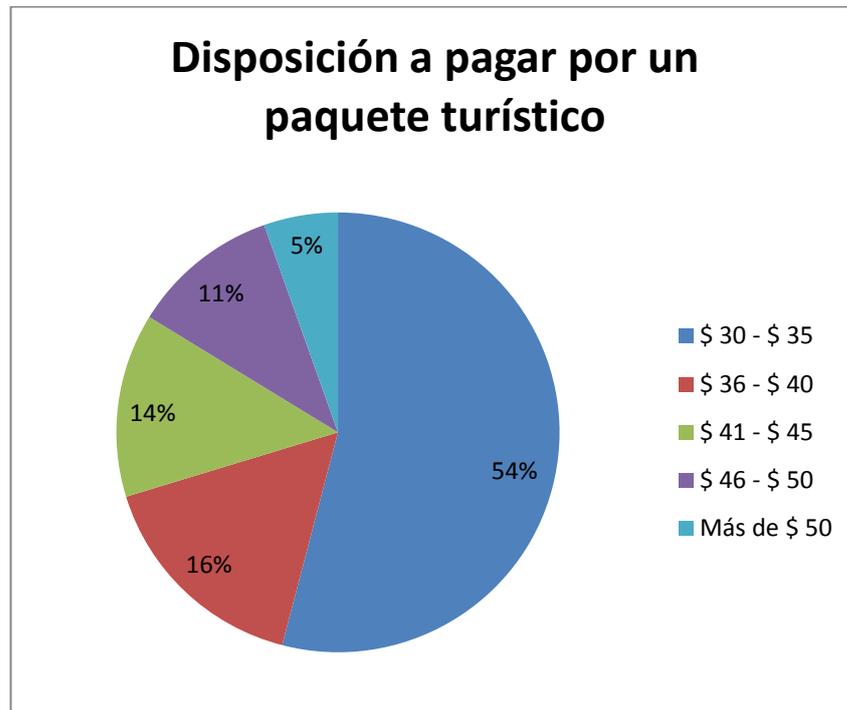


Gráfico 19

8. ¿Le gustaría comprar productos cultivado y/o elaborados en el lugar de visita?

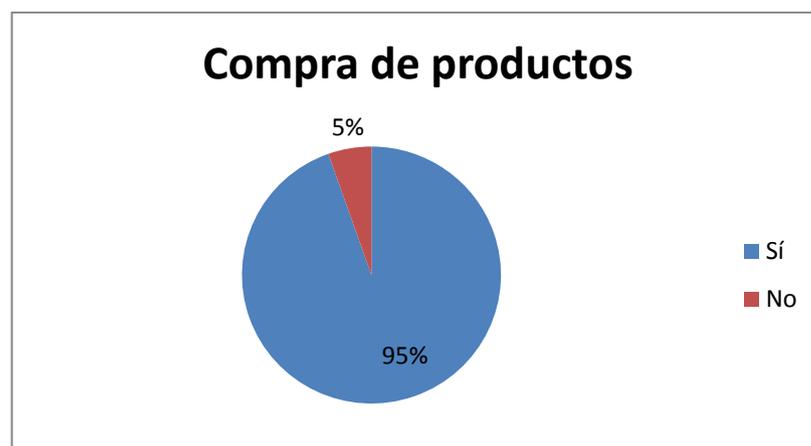
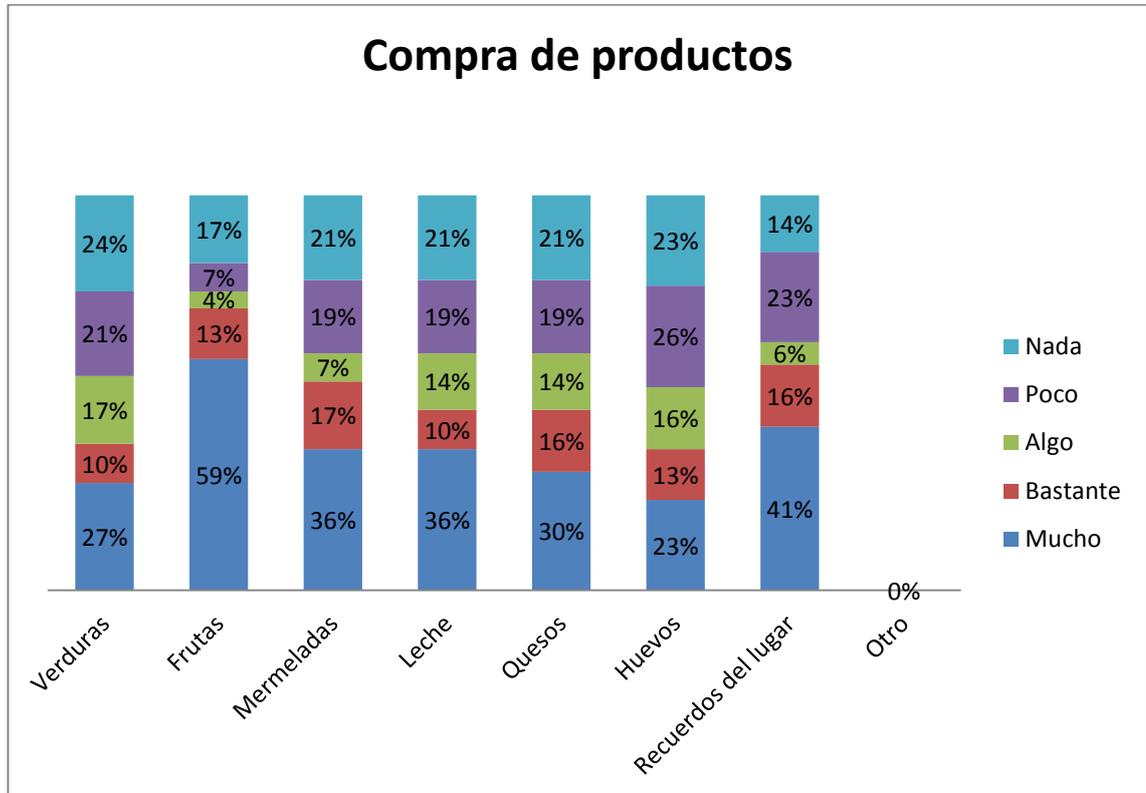


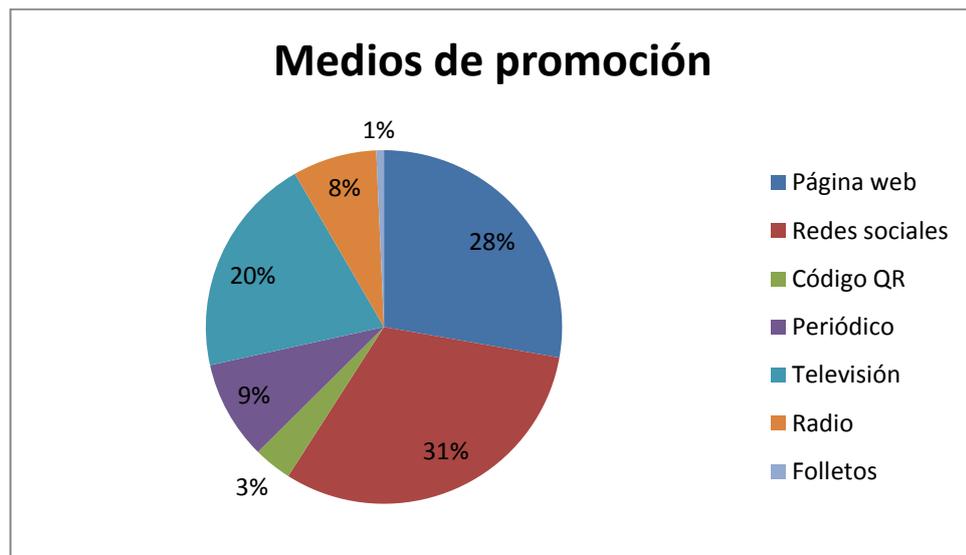
Gráfico 20

9. ¿Qué tanto le gustaría comprar los siguientes productos?



**Gráfico 21**

10. ¿Por qué medios le gustaría obtener información acerca de este proyecto?





## Anexo 5 Tablas del estudio financiero

### Inversiones

Tabla 19 Inversión fija

Concepto	Cantidad	Precio	Total
<b>Terreno</b>			<b>\$ 10.000,00</b>
Hectárea	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
<b>Edificios</b>			<b>\$ 14.000,00</b>
Restaurante y oficina	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Cabaña	7	\$ 1.000,00	\$ 7.000,00
Baños y duchas comunes	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
<b>Agricultura</b>			<b>\$ 125,00</b>
Azada	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Pala	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Tijera de jardinería	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Oz	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Recipientes	10	\$ 5,00	\$ 50,00
<b>Ganadería</b>			<b>\$ 59,00</b>
Cestas	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Recipientes	10	\$ 5,00	\$ 50,00
<b>Actividades adicionales</b>			<b>\$ 9.150,00</b>
Equipo de cabalgata	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00
Equipo de ciclismo	5	\$ 700,00	\$ 3.500,00
Binoculares	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Equipo de camping	10	\$ 300,00	\$ 3.000,00
<b>Venta de productos</b>			<b>\$ 50,00</b>
Recipientes	10	\$ 5,00	\$ 50,00
<b>Restauración</b>			<b>\$ 1.500,00</b>
Equipo de cocina	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Muebles de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Alojamiento</b>			<b>\$ 2.500,00</b>
Mobiliario	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Equipos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Oficina (equipo cómputo)</b>			<b>\$ 2.250,00</b>
Portátil	1	\$ 700,00	\$ 700,00
WiFi	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cámara de fotos	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Impresora de fotos	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Impresora de tarjetas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Teléfono	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Total</b>			<b>\$ 39.634,00</b>



**Tabla 20 Inversión diferida**

Concepto	Cantidad	Precio	Total
<b>Gastos de constitución</b>			<b>\$ 326,20</b>
RUC	1	\$ -	\$ -
Formulario Patente	1	\$ 2,35	\$ 2,35
Patente municipal	1	\$ 15,35	\$ 15,35
IEPI registro fonético	1	\$ 16,00	\$ 16,00
IEPI registro de marca	1	\$ 116,00	\$ 116,00
Bomberos	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Ministerio de Salud	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Registro en el Mintur	50	\$ 1,89	\$ 94,50
<b>Total</b>			<b>\$ 326,20</b>

**Tabla 21 Capital de trabajo**

Concepto	Cantidad	Precio	Total
<b>Plantas y semillas</b>			<b>\$ 350,00</b>
Plantas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Semillas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Animales</b>			<b>\$ 4.000,00</b>
Ganado vacuno	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Ganado equino	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00
Animales de granja	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Baño</b>			<b>\$ 200,00</b>
Artículos de baño	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Limpieza</b>			<b>\$ 150,00</b>
Equipo de limpieza	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Emergencia</b>			<b>\$ 60,00</b>
Botiquín	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extintor	1	\$ 35,00	\$ 35,00
<b>Puesta en marcha</b>			<b>\$ 800,00</b>
Decoración	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Promoción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Página web	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Caja chica</b>			<b>\$ 500,00</b>
Caja chica	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Total</b>			<b>\$ 6.060,00</b>



## Ingresos

Tabla 22 Crecimiento anual

Año	Crecimiento
1	
2	4%
3	4%
4	2%
5	1%

Tabla 23 Visitas anuales

Año	Visitas
1	9.000
2	9.360
3	9.734
4	9.929
5	10.028
	<b>9.610</b>
	<b>Promedio</b>

Tabla 24 Ingresos año 1

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Precio \$	Total \$
Siembra	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	115	\$ 5,00	\$ 573,78
Cosecha	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	116	\$ 5,00	\$ 580,61
Observación de plantas	29	29	29	35	29	29	31	34	29	29	35	29	367	\$ 4,00	\$ 1.469,96
Aprender las propiedades nutricionales	23	23	23	28	23	23	25	27	23	23	28	23	296	\$ 5,00	\$ 1.482,26
Aprender las propiedades medicinales	34	34	34	41	34	34	36	39	34	34	41	34	429	\$ 5,00	\$ 2.144,83
Conocer tradiciones	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	363	\$ 4,00	\$ 1.453,57
Observar animales	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	489	\$ 4,00	\$ 1.956,31
Alimentar animales	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	365	\$ 5,00	\$ 1.823,79
Ordeño	15	15	15	18	15	15	16	17	15	15	18	15	187	\$ 5,00	\$ 935,80
Elaborar queso	26	26	26	32	26	26	28	31	26	26	32	26	335	\$ 7,00	\$ 2.342,92
Recolectar huevos	8	8	8	10	8	8	8	9	8	8	10	8	100	\$ 5,00	\$ 498,64
Caminata	36	36	36	44	36	36	38	42	36	36	44	36	455	\$ 10,00	\$ 4.549,23
Cabalgata	41	41	41	49	41	41	43	47	41	41	49	41	514	\$ 10,00	\$ 5.136,67
Ciclismo	14	14	14	17	14	14	15	16	14	14	17	14	178	\$ 10,00	\$ 1.775,98
Observación de flora y fauna del lugar	32	32	32	38	32	32	33	37	32	32	38	32	399	\$ 4,00	\$ 1.595,65
Apadrinar una planta	15	15	15	18	15	15	16	17	15	15	18	15	189	\$ 10,00	\$ 1.885,27
Apadrinar un animal	22	22	22	26	22	22	23	25	22	22	26	22	273	\$ 10,00	\$ 2.732,27
Acampar	40	40	40	48	40	40	42	46	40	40	48	40	505	\$ 25,00	\$ 12.636,75
Verduras	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	306	\$ 3,00	\$ 917,75
Frutas	51	51	51	62	51	51	54	59	51	51	62	51	645	\$ 3,00	\$ 1.936,50
Mermeladas	34	34	34	41	34	34	35	39	34	34	41	34	426	\$ 3,00	\$ 1.277,82
Leche	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	397	\$ 3,00	\$ 1.190,00
Quesos	30	30	30	36	30	30	32	35	30	30	36	30	379	\$ 4,00	\$ 1.516,41
Huevos	22	22	22	27	22	22	23	25	22	22	27	22	278	\$ 3,00	\$ 834,32
Recuerdos del lugar	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	487	\$ 3,00	\$ 1.462,25
Alojamiento	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	406	\$ 25,00	\$ 10.160,63
<b>Total</b>													<b>9.000</b>		<b>\$ 64.869,95</b>



**Tabla 25 Ingresos año 2**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Precio \$	Total \$
Siembra	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	119	\$ 5,00	\$ 596,73
Cosecha	10	10	10	12	10	10	10	11	10	10	12	10	121	\$ 5,00	\$ 603,83
Observación de plantas	30	30	30	37	30	30	32	35	30	30	37	30	382	\$ 4,00	\$ 1.528,76
Aprender las propiedades nutricionales	24	24	24	30	24	24	26	28	24	24	30	24	308	\$ 5,00	\$ 1.541,55
Aprender las propiedades medicinales	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	446	\$ 5,00	\$ 2.230,63
Conocer tradiciones	30	30	30	36	30	30	31	35	30	30	36	30	378	\$ 4,00	\$ 1.511,71
Observar animales	40	40	40	49	40	40	42	47	40	40	49	40	509	\$ 4,00	\$ 2.034,56
Alimentar animales	30	30	30	36	30	30	32	35	30	30	36	30	379	\$ 5,00	\$ 1.896,74
Ordeño	15	15	15	19	15	15	16	18	15	15	19	15	195	\$ 5,00	\$ 973,23
Elaborar queso	28	28	28	33	28	28	29	32	28	28	33	28	348	\$ 7,00	\$ 2.436,64
Recolectar huevos	8	8	8	10	8	8	9	10	8	8	10	8	104	\$ 5,00	\$ 518,58
Caminata	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	473	\$ 10,00	\$ 4.731,20
Cabalgata	42	42	42	51	42	42	45	49	42	42	51	42	534	\$ 10,00	\$ 5.342,13
Ciclismo	15	15	15	18	15	15	15	17	15	15	18	15	185	\$ 10,00	\$ 1.847,01
Observación de flora y fauna del lugar	33	33	33	40	33	33	35	38	33	33	40	33	415	\$ 4,00	\$ 1.659,47
Apadrinar una planta	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	196	\$ 10,00	\$ 1.960,68
Apadrinar un animal	22	22	22	27	22	22	24	26	22	22	27	22	284	\$ 10,00	\$ 2.841,56
Acampar	42	42	42	50	42	42	44	48	42	42	50	42	526	\$ 25,00	\$ 13.142,22
Verduras	25	25	25	30	25	25	27	29	25	25	30	25	318	\$ 3,00	\$ 954,46
Frutas	53	53	53	64	53	53	56	62	53	53	64	53	671	\$ 3,00	\$ 2.013,96
Mermeladas	35	35	35	42	35	35	37	41	35	35	42	35	443	\$ 3,00	\$ 1.328,94
Leche	33	33	33	40	33	33	34	38	33	33	40	33	413	\$ 3,00	\$ 1.237,60
Quesos	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	394	\$ 4,00	\$ 1.577,07
Huevos	23	23	23	28	23	23	24	27	23	23	28	23	289	\$ 3,00	\$ 867,69
Recuerdos del lugar	40	40	40	49	40	40	42	46	40	40	49	40	507	\$ 3,00	\$ 1.520,74
Alojamiento	33	33	33	41	33	33	35	39	33	33	41	33	423	\$ 25,00	\$ 10.567,05
<b>Total</b>													<b>9.360</b>		<b>\$ 67.464,74</b>

**Tabla 26 Ingresos año 3**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Precio \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	10	11	10	10	12	10	124	\$ 5,00	\$ 620,60
Cosecha	10	10	10	12	10	10	10	12	10	10	12	10	126	\$ 5,00	\$ 627,98
Observación de plantas	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	397	\$ 4,00	\$ 1.589,91
Aprender las propiedades nutricionales	25	25	25	31	25	25	27	29	25	25	31	25	321	\$ 5,00	\$ 1.603,21
Aprender las propiedades medicinales	37	37	37	44	37	37	39	43	37	37	44	37	464	\$ 5,00	\$ 2.319,85
Conocer tradiciones	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	393	\$ 4,00	\$ 1.572,18
Observar animales	42	42	42	51	42	42	44	48	42	42	51	42	529	\$ 4,00	\$ 2.115,94
Alimentar animales	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	395	\$ 5,00	\$ 1.972,61
Ordeño	16	16	16	19	16	16	17	19	16	16	19	16	202	\$ 5,00	\$ 1.012,16
Elaborar queso	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	362	\$ 7,00	\$ 2.534,10
Recolectar huevos	9	9	9	10	9	9	9	10	9	9	10	9	108	\$ 5,00	\$ 539,33
Caminata	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	492	\$ 10,00	\$ 4.920,45
Cabalgata	44	44	44	53	44	44	46	51	44	44	53	44	556	\$ 10,00	\$ 5.555,82
Ciclismo	15	15	15	18	15	15	16	18	15	15	18	15	192	\$ 10,00	\$ 1.920,90
Observación de flora y fauna del lugar	34	34	34	41	34	34	36	40	34	34	41	34	431	\$ 4,00	\$ 1.725,85
Apadrinar una planta	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	204	\$ 10,00	\$ 2.039,10
Apadrinar un animal	23	23	23	28	23	23	25	27	23	23	28	23	296	\$ 10,00	\$ 2.955,22
Acampar	43	43	43	52	43	43	46	50	43	43	52	43	547	\$ 25,00	\$ 13.667,91
Verduras	26	26	26	32	26	26	28	30	26	26	32	26	331	\$ 3,00	\$ 992,64
Frutas	55	55	55	67	55	55	58	64	55	55	67	55	698	\$ 3,00	\$ 2.094,51
Mermeladas	36	36	36	44	36	36	38	42	36	36	44	36	461	\$ 3,00	\$ 1.382,09
Leche	34	34	34	41	34	34	36	39	34	34	41	34	429	\$ 3,00	\$ 1.287,11
Quesos	32	32	32	39	32	32	34	38	32	32	39	32	410	\$ 4,00	\$ 1.640,15
Huevos	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	301	\$ 3,00	\$ 902,40
Recuerdos del lugar	42	42	42	51	42	42	44	48	42	42	51	42	527	\$ 3,00	\$ 1.581,57
Alojamiento	35	35	35	42	35	35	37	40	35	35	42	35	440	\$ 25,00	\$ 10.989,74
<b>Total</b>													<b>9.734</b>		<b>\$ 70.163,33</b>



**Tabla 27 Ingresos año 4**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Precio \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	127	\$ 5,00	\$ 633,01
Cosecha	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	128	\$ 5,00	\$ 640,54
Observación de plantas	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	405	\$ 4,00	\$ 1.621,71
Aprender las propiedades nutricionales	26	26	26	31	26	26	27	30	26	26	31	26	327	\$ 5,00	\$ 1.635,27
Aprender las propiedades medicinales	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	473	\$ 5,00	\$ 2.366,25
Conocer tradiciones	32	32	32	38	32	32	33	37	32	32	38	32	401	\$ 4,00	\$ 1.603,62
Observar animales	43	43	43	52	43	43	45	49	43	43	52	43	540	\$ 4,00	\$ 2.158,26
Alimentar animales	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	402	\$ 5,00	\$ 2.012,06
Ordeño	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	206	\$ 5,00	\$ 1.032,41
Elaborar queso	29	29	29	35	29	29	31	34	29	29	35	29	369	\$ 7,00	\$ 2.584,79
Recolectar huevos	9	9	9	11	9	9	9	10	9	9	11	9	110	\$ 5,00	\$ 550,11
Caminata	40	40	40	48	40	40	42	46	40	40	48	40	502	\$ 10,00	\$ 5.018,86
Cabalgata	45	45	45	54	45	45	47	52	45	45	54	45	567	\$ 10,00	\$ 5.666,94
Ciclismo	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	196	\$ 10,00	\$ 1.959,31
Observación de flora y fauna del lugar	35	35	35	42	35	35	37	40	35	35	42	35	440	\$ 4,00	\$ 1.760,37
Apadrinar una planta	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	208	\$ 10,00	\$ 2.079,89
Apadrinar un animal	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	301	\$ 10,00	\$ 3.014,33
Acampar	44	44	44	53	44	44	46	51	44	44	53	44	558	\$ 25,00	\$ 13.941,27
Verduras	27	27	27	32	27	27	28	31	27	27	32	27	337	\$ 3,00	\$ 1.012,49
Frutas	56	56	56	68	56	56	59	65	56	56	68	56	712	\$ 3,00	\$ 2.136,40
Mermeladas	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	470	\$ 3,00	\$ 1.409,74
Leche	35	35	35	42	35	35	36	40	35	35	42	35	438	\$ 3,00	\$ 1.312,85
Quesos	33	33	33	40	33	33	35	38	33	33	40	33	418	\$ 4,00	\$ 1.672,95
Huevos	24	24	24	29	24	24	26	28	24	24	29	24	307	\$ 3,00	\$ 920,45
Recuerdos del lugar	43	43	43	52	43	43	45	49	43	43	52	43	538	\$ 3,00	\$ 1.613,20
Alojamiento	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	448	\$ 25,00	\$ 11.209,53
<b>Total</b>													<b>9.929</b>		<b>\$ 71.566,60</b>

**Tabla 28 Ingresos año 5**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Precio \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	128	\$ 5,00	\$ 639,34
Cosecha	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	129	\$ 5,00	\$ 646,95
Observación de plantas	32	32	32	39	32	32	34	38	32	32	39	32	409	\$ 4,00	\$ 1.637,93
Aprender las propiedades nutricionales	26	26	26	32	26	26	28	30	26	26	32	26	330	\$ 5,00	\$ 1.651,63
Aprender las propiedades medicinales	38	38	38	46	38	38	40	44	38	38	46	38	478	\$ 5,00	\$ 2.389,91
Conocer tradiciones	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	405	\$ 4,00	\$ 1.619,66
Observar animales	43	43	43	52	43	43	45	50	43	43	52	43	545	\$ 4,00	\$ 2.179,84
Alimentar animales	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	406	\$ 5,00	\$ 2.032,18
Ordeño	17	17	17	20	17	17	17	19	17	17	20	17	209	\$ 5,00	\$ 1.042,73
Elaborar queso	30	30	30	36	30	30	31	34	30	30	36	30	373	\$ 7,00	\$ 2.610,63
Recolectar huevos	9	9	9	11	9	9	9	10	9	9	11	9	111	\$ 5,00	\$ 555,62
Caminata	40	40	40	49	40	40	42	46	40	40	49	40	507	\$ 10,00	\$ 5.069,04
Cabalgata	45	45	45	55	45	45	48	52	45	45	55	45	572	\$ 10,00	\$ 5.723,61
Ciclismo	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	198	\$ 10,00	\$ 1.978,91
Observación de flora y fauna del lugar	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	444	\$ 4,00	\$ 1.777,97
Apadrinar una planta	17	17	17	20	17	17	18	19	17	17	20	17	210	\$ 10,00	\$ 2.100,69
Apadrinar un animal	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	304	\$ 10,00	\$ 3.044,47
Acampar	45	45	45	54	45	45	47	52	45	45	54	45	563	\$ 25,00	\$ 14.080,68
Verduras	27	27	27	33	27	27	28	31	27	27	33	27	341	\$ 3,00	\$ 1.022,62
Frutas	57	57	57	69	57	57	60	66	57	57	69	57	719	\$ 3,00	\$ 2.157,77
Mermeladas	38	38	38	45	38	38	40	44	38	38	45	38	475	\$ 3,00	\$ 1.423,83
Leche	35	35	35	42	35	35	37	41	35	35	42	35	442	\$ 3,00	\$ 1.325,98
Quesos	33	33	33	40	33	33	35	39	33	33	40	33	422	\$ 4,00	\$ 1.689,68
Huevos	25	25	25	30	25	25	26	28	25	25	30	25	310	\$ 3,00	\$ 929,65
Recuerdos del lugar	43	43	43	52	43	43	45	50	43	43	52	43	543	\$ 3,00	\$ 1.629,34
Alojamiento	36	36	36	43	36	36	38	42	36	36	43	36	453	\$ 25,00	\$ 11.321,63
<b>Total</b>													<b>10.028</b>		<b>\$ 72.282,27</b>



## Costos

Tabla 29 Full cost

% FC
35%

Tabla 30 Costos año 1

Concepto	Costo
Costo de producción	\$ 22.704,48
Costo administrativo	\$ 12.065,96
Costo de venta	\$ 5.520,00
Costo financiero	\$ 6.723,03
<b>Total</b>	<b>\$ 47.013,47</b>

Tabla 31 Costos de producción año 1

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Costo \$	Total \$
Siembra	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	115	\$ 1,75	\$ 200,82
Cosecha	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	116	\$ 1,75	\$ 203,21
Observación de plantas	29	29	29	35	29	29	31	34	29	29	35	29	367	\$ 1,40	\$ 514,49
Aprender las propiedades nutricionales	23	23	23	28	23	23	25	27	23	23	28	23	296	\$ 1,75	\$ 518,79
Aprender las propiedades medicinales	34	34	34	41	34	34	36	39	34	34	41	34	429	\$ 1,75	\$ 750,69
Conocer tradiciones	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	363	\$ 1,40	\$ 508,75
Observar animales	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	489	\$ 1,40	\$ 684,71
Alimentar animales	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	365	\$ 1,75	\$ 638,33
Ordeño	15	15	15	18	15	15	16	17	15	15	18	15	187	\$ 1,75	\$ 327,53
Elaborar queso	26	26	26	32	26	26	28	31	26	26	32	26	335	\$ 2,45	\$ 820,02
Recolectar huevos	8	8	8	10	8	8	8	9	8	8	10	8	100	\$ 1,75	\$ 174,52
Caminata	36	36	36	44	36	36	38	42	36	36	44	36	455	\$ 3,50	\$ 1.592,23
Cabalgata	41	41	41	49	41	41	43	47	41	41	49	41	514	\$ 3,50	\$ 1.797,83
Ciclismo	14	14	14	17	14	14	15	16	14	14	17	14	178	\$ 3,50	\$ 621,59
Observación de flora y fauna del lugar	32	32	32	38	32	32	33	37	32	32	38	32	399	\$ 1,40	\$ 558,48
Apadrinar una planta	15	15	15	18	15	15	16	17	15	15	18	15	189	\$ 3,50	\$ 659,84
Apadrinar un animal	22	22	22	26	22	22	23	25	22	22	26	22	273	\$ 3,50	\$ 956,29
Acampar	40	40	40	48	40	40	42	46	40	40	48	40	505	\$ 8,75	\$ 4.422,86
Verduras	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	306	\$ 1,05	\$ 321,21
Frutas	51	51	51	62	51	51	54	59	51	51	62	51	645	\$ 1,05	\$ 677,77
Mermeladas	34	34	34	41	34	34	35	39	34	34	41	34	426	\$ 1,05	\$ 447,24
Leche	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	397	\$ 1,05	\$ 416,50
Quesos	30	30	30	36	30	30	32	35	30	30	36	30	379	\$ 1,40	\$ 530,74
Huevos	22	22	22	27	22	22	23	25	22	22	27	22	278	\$ 1,05	\$ 292,01
Recuerdos del lugar	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	487	\$ 1,05	\$ 511,79
Alojamiento	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	406	\$ 8,75	\$ 3.556,22
<b>Total</b>													<b>9.000</b>		<b>\$ 22.704,48</b>



**Tabla 32 Costos administrativos año 1**

Concepto	Costo
Sueldos y salario	\$ 7.265,96
Servicios básicos	\$ 1.320,00
Suministros y materiales	\$ 3.120,00
Mantenimiento	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 12.065,96</b>

**Tabla 33 Sueldos y salarios año 1**

Concepto	Unidad	Sueldo	IESS	XIII	XIV	Vacaciones	Valor mensual	Valor anual
Administrador	1	\$ 355,00	\$ 33,19	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 388,19	\$ 1.453,19
Empleados	3	\$ 355,00	\$ 33,19	\$ 1.065,00	\$ 1.065,00	\$ 1.065,00	\$ 1.164,58	\$ 4.359,58
Guía	1	\$ 355,00	\$ 33,19	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 388,19	\$ 1.453,19
<b>Total</b>								<b>\$ 7.265,96</b>

**Tabla 34 Servicios básicos año 1**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$ 35,00	\$ 420,00
Luz	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.320,00</b>

**Tabla 35 Suministros y materiales año 1**

Concepto	Unidades mes	Valor U	Valor mensual	Valor anual
Plantas	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Semillas	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Animales	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Abono	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Alimento para animales	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Amenities	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Materiales de limpieza	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Total</b>				<b>\$ 3.120,00</b>

**Tabla 36 Costo de venta año 1**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Seguros	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Total</b>		<b>\$ 5.520,00</b>



**Tabla 37 Publicidad año 1**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Redes sociales	\$ 50,00	\$ 600,00
Página web	\$ 60,00	\$ 720,00
Radio	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Afiches	\$ 20,00	\$ 240,00
Trípticos	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Total</b>		<b>\$ 4.320,00</b>

**Tabla 38 Costos año 2**

Concepto	Costo
Costo de producción	\$ 23.612,66
Costo administrativo	\$ 13.014,56
Costo de venta	\$ 5.796,00
Costo financiero	\$ 5.378,42
<b>Total</b>	<b>\$ 47.801,64</b>

**Tabla 39 Costo de producción año 2**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Costo \$	Total \$
Siembra	9	9	9	11	9	9	10	11	9	9	11	9	119	\$ 1,75	\$ 208,85
Cosecha	10	10	10	12	10	10	10	11	10	10	12	10	121	\$ 1,75	\$ 211,34
Observación de plantas	30	30	30	37	30	30	32	35	30	30	37	30	382	\$ 1,40	\$ 535,07
Aprender las propiedades nutricionales	24	24	24	30	24	24	26	28	24	24	30	24	308	\$ 1,75	\$ 539,54
Aprender las propiedades medicinales	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	446	\$ 1,75	\$ 780,72
Conocer tradiciones	30	30	30	36	30	30	31	35	30	30	36	30	378	\$ 1,40	\$ 529,10
Observar animales	40	40	40	49	40	40	42	47	40	40	49	40	509	\$ 1,40	\$ 712,10
Alimentar animales	30	30	30	36	30	30	32	35	30	30	36	30	379	\$ 1,75	\$ 663,86
Ordeño	15	15	15	19	15	15	16	18	15	15	19	15	195	\$ 1,75	\$ 340,63
Elaborar queso	28	28	28	33	28	28	29	32	28	28	33	28	348	\$ 2,45	\$ 852,82
Recolectar huevos	8	8	8	10	8	8	9	10	8	8	10	8	104	\$ 1,75	\$ 181,50
Caminata	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	473	\$ 3,50	\$ 1.655,92
Cabalgata	42	42	42	51	42	42	45	49	42	42	51	42	534	\$ 3,50	\$ 1.869,75
Ciclismo	15	15	15	18	15	15	15	17	15	15	18	15	185	\$ 3,50	\$ 646,46
Observación de flora y fauna del lugar	33	33	33	40	33	33	35	38	33	33	40	33	415	\$ 1,40	\$ 580,82
Apadrinar una planta	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	196	\$ 3,50	\$ 686,24
Apadrinar un animal	22	22	22	27	22	22	24	26	22	22	27	22	284	\$ 3,50	\$ 994,55
Acampar	42	42	42	50	42	42	44	48	42	42	50	42	526	\$ 8,75	\$ 4.599,78
Verduras	25	25	25	30	25	25	27	29	25	25	30	25	318	\$ 1,05	\$ 334,06
Frutas	53	53	53	64	53	53	56	62	53	53	64	53	671	\$ 1,05	\$ 704,88
Mermeladas	35	35	35	42	35	35	37	41	35	35	42	35	443	\$ 1,05	\$ 465,13
Leche	33	33	33	40	33	33	34	38	33	33	40	33	413	\$ 1,05	\$ 433,16
Quesos	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	394	\$ 1,40	\$ 551,97
Huevos	23	23	23	28	23	23	24	27	23	23	28	23	289	\$ 1,05	\$ 303,69
Recuerdos del lugar	40	40	40	49	40	40	42	46	40	40	49	40	507	\$ 1,05	\$ 532,26
Alojamiento	33	33	33	41	33	33	35	39	33	33	41	33	423	\$ 8,75	\$ 3.698,47
<b>Total</b>													<b>9.360</b>		<b>\$ 23.612,66</b>



**Tabla 40 Costo administrativo año 2**

Concepto	Costo
Sueldos y salario	\$ 7.992,56
Servicios básicos	\$ 1.386,00
Suministros y materiales	\$ 3.276,00
Mantenimiento	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 13.014,56</b>

**Tabla 41 Sueldos y salarios año 2**

Concepto	Unidad	Sueldo	IESS	XIII	XIV	Vacaciones	Valor mensual	Valor anual
Administrador	1	\$ 390,50	\$ 36,51	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 427,01	\$ 1.598,51
Empleados	3	\$ 390,50	\$ 36,51	\$ 1.171,50	\$ 1.171,50	\$ 1.171,50	\$ 1.281,04	\$ 4.795,54
Guía	1	\$ 390,50	\$ 36,51	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 427,01	\$ 1.598,51
<b>Total</b>								<b>\$ 7.992,56</b>

**Tabla 42 Servicios básicos año 2**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$ 36,75	\$ 441,00
Luz	\$ 26,25	\$ 315,00
Teléfono	\$ 21,00	\$ 252,00
Internet	\$ 31,50	\$ 378,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.386,00</b>

**Tabla 43 Suministros y materiales año 2**

Concepto	Unidades mes	Valor U	Valor mensual	Valor anual
Plantas	1	\$ 31,50	\$ 31,50	\$ 378,00
Semillas	1	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 252,00
Animales	1	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 630,00
Abono	1	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 630,00
Alimento para animales	1	\$ 63,00	\$ 63,00	\$ 756,00
Amenities	1	\$ 31,50	\$ 31,50	\$ 378,00
Materiales de limpieza	1	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 252,00
<b>Total</b>				<b>\$ 3.276,00</b>

**Tabla 44 Costo de venta año 2**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 378,00	\$ 4.536,00
Seguros	\$ 105,00	\$ 1.260,00
<b>Total</b>		<b>\$ 5.796,00</b>



**Tabla 45 Publicidad año 2**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Redes sociales	\$ 52,50	\$ 630,00
Página web	\$ 63,00	\$ 756,00
Radio	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Afiches	\$ 21,00	\$ 252,00
Trípticos	\$ 31,50	\$ 378,00
<b>Total</b>		<b>\$ 4.536,00</b>

**Tabla 46 Costos año 3**

Concepto	Costo
Costo de producción	\$ 24.557,17
Costo administrativo	\$ 14.046,91
Costo de venta	\$ 6.085,80
Costo financiero	\$ 4.033,82
<b>Total</b>	<b>\$ 48.723,70</b>

**Tabla 47 Costo de producción año 3**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Costo \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	10	11	10	10	12	10	124	\$ 1,75	\$ 217,21
Cosecha	10	10	10	12	10	10	10	12	10	10	12	10	126	\$ 1,75	\$ 219,79
Observación de plantas	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	397	\$ 1,40	\$ 556,47
Aprender las propiedades nutricionales	25	25	25	31	25	25	27	29	25	25	31	25	321	\$ 1,75	\$ 561,12
Aprender las propiedades medicinales	37	37	37	44	37	37	39	43	37	37	44	37	464	\$ 1,75	\$ 811,95
Conocer tradiciones	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	393	\$ 1,40	\$ 550,26
Observar animales	42	42	42	51	42	42	44	48	42	42	51	42	529	\$ 1,40	\$ 740,58
Alimentar animales	31	31	31	38	31	31	33	36	31	31	38	31	395	\$ 1,75	\$ 690,41
Ordeño	16	16	16	19	16	16	17	19	16	16	19	16	202	\$ 1,75	\$ 354,26
Elaborar queso	29	29	29	35	29	29	30	33	29	29	35	29	362	\$ 2,45	\$ 886,94
Recolectar huevos	9	9	9	10	9	9	9	10	9	9	10	9	108	\$ 1,75	\$ 188,76
Caminata	39	39	39	47	39	39	41	45	39	39	47	39	492	\$ 3,50	\$ 1.722,16
Cabalgata	44	44	44	53	44	44	46	51	44	44	53	44	556	\$ 3,50	\$ 1.944,54
Ciclismo	15	15	15	18	15	15	16	18	15	15	18	15	192	\$ 3,50	\$ 672,31
Observación de flora y fauna del lugar	34	34	34	41	34	34	36	40	34	34	41	34	431	\$ 1,40	\$ 604,05
Apadrinar una planta	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	204	\$ 3,50	\$ 713,69
Apadrinar un animal	23	23	23	28	23	23	25	27	23	23	28	23	296	\$ 3,50	\$ 1.034,33
Acampar	43	43	43	52	43	43	46	50	43	43	52	43	547	\$ 8,75	\$ 4.783,77
Verduras	26	26	26	32	26	26	28	30	26	26	32	26	331	\$ 1,05	\$ 347,42
Frutas	55	55	55	67	55	55	58	64	55	55	67	55	698	\$ 1,05	\$ 733,08
Mermeladas	36	36	36	44	36	36	38	42	36	36	44	36	461	\$ 1,05	\$ 483,73
Leche	34	34	34	41	34	34	36	39	34	34	41	34	429	\$ 1,05	\$ 450,49
Quesos	32	32	32	39	32	32	34	38	32	32	39	32	410	\$ 1,40	\$ 574,05
Huevos	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	301	\$ 1,05	\$ 315,84
Recuerdos del lugar	42	42	42	51	42	42	44	48	42	42	51	42	527	\$ 1,05	\$ 553,55
Alojamiento	35	35	35	42	35	35	37	40	35	35	42	35	440	\$ 8,75	\$ 3.846,41
<b>Total</b>													<b>9.734</b>		<b>\$ 24.557,17</b>



**Tabla 48 Costo administrativo año 3**

Concepto	Costo
Sueldos y salario	\$ 8.791,81
Servicios básicos	\$ 1.455,30
Suministros y materiales	\$ 3.439,80
Mantenimiento	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 14.046,91</b>

**Tabla 49 Sueldos y salarios año 3**

Concepto	Unidad	Sueldo	IESS	XIII	XIV	Vacaciones	Valor mensual	Valor anual
Administrador	1	\$ 429,55	\$ 40,16	\$ 429,55	\$ 429,55	\$ 429,55	\$ 469,71	\$ 1.758,36
Empleados	3	\$ 429,55	\$ 40,16	\$ 1.288,65	\$ 1.288,65	\$ 1.288,65	\$ 1.409,14	\$ 5.275,09
Guía	1	\$ 429,55	\$ 40,16	\$ 429,55	\$ 429,55	\$ 429,55	\$ 469,71	\$ 1.758,36
<b>Total</b>								<b>\$ 8.791,81</b>

**Tabla 50 Servicios básicos año 3**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$ 38,59	\$ 463,05
Luz	\$ 27,56	\$ 330,75
Teléfono	\$ 22,05	\$ 264,60
Internet	\$ 33,08	\$ 396,90
<b>Total</b>		<b>\$ 1.455,30</b>

**Tabla 51 Suministros y materiales año 3**

Concepto	Unidades mes	Valor U	Valor mensual	Valor anual
Plantas	1	\$ 33,08	\$ 33,08	\$ 396,90
Semillas	1	\$ 22,05	\$ 22,05	\$ 264,60
Animales	1	\$ 55,13	\$ 55,13	\$ 661,50
Abono	1	\$ 55,13	\$ 55,13	\$ 661,50
Alimento para animales	1	\$ 66,15	\$ 66,15	\$ 793,80
Amenities	1	\$ 33,08	\$ 33,08	\$ 396,90
Materiales de limpieza	1	\$ 22,05	\$ 22,05	\$ 264,60
<b>Total</b>				<b>\$ 3.439,80</b>

**Tabla 52 Costo de venta año 3**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 396,90	\$ 4.762,80
Seguros	\$ 110,25	\$ 1.323,00
<b>Total</b>		<b>\$ 6.085,80</b>



**Tabla 53 Publicidad año 3**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Redes sociales	\$ 55,13	\$ 661,50
Página web	\$ 66,15	\$ 793,80
Radio	\$ 220,50	\$ 2.646,00
Afiches	\$ 22,05	\$ 264,60
Trípticos	\$ 33,08	\$ 396,90
<b>Total</b>		<b>\$ 4.762,80</b>

**Tabla 54 Costos año 4**

Concepto	Costo
Costo de producción	\$ 25.048,31
Costo administrativo	\$ 15.170,85
Costo de venta	\$ 6.390,09
Costo financiero	\$ 2.689,21
<b>Total</b>	<b>\$ 49.298,46</b>

**Tabla 55 Costo de producción año 4**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Costo \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	127	\$ 1,75	\$ 221,55
Cosecha	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	128	\$ 1,75	\$ 224,19
Observación de plantas	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	405	\$ 1,40	\$ 567,60
Aprender las propiedades nutricionales	26	26	26	31	26	26	27	30	26	26	31	26	327	\$ 1,75	\$ 572,35
Aprender las propiedades medicinales	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	473	\$ 1,75	\$ 828,19
Conocer tradiciones	32	32	32	38	32	32	33	37	32	32	38	32	401	\$ 1,40	\$ 561,27
Observar animales	43	43	43	52	43	43	45	49	43	43	52	43	540	\$ 1,40	\$ 755,39
Alimentar animales	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	402	\$ 1,75	\$ 704,22
Ordeño	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	206	\$ 1,75	\$ 361,34
Elaborar queso	29	29	29	35	29	29	31	34	29	29	35	29	369	\$ 2,45	\$ 904,68
Recolectar huevos	9	9	9	11	9	9	9	10	9	9	11	9	110	\$ 1,75	\$ 192,54
Caminata	40	40	40	48	40	40	42	46	40	40	48	40	502	\$ 3,50	\$ 1.756,60
Cabalgata	45	45	45	54	45	45	47	52	45	45	54	45	567	\$ 3,50	\$ 1.983,43
Ciclismo	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	196	\$ 3,50	\$ 685,76
Observación de flora y fauna del lugar	35	35	35	42	35	35	37	40	35	35	42	35	440	\$ 1,40	\$ 616,13
Apadrinar una planta	16	16	16	20	16	16	17	19	16	16	20	16	208	\$ 3,50	\$ 727,96
Apadrinar un animal	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	301	\$ 3,50	\$ 1.055,01
Acampar	44	44	44	53	44	44	46	51	44	44	53	44	558	\$ 8,75	\$ 4.879,44
Verduras	27	27	27	32	27	27	28	31	27	27	32	27	337	\$ 1,05	\$ 354,37
Frutas	56	56	56	68	56	56	59	65	56	56	68	56	712	\$ 1,05	\$ 747,74
Mermeladas	37	37	37	45	37	37	39	43	37	37	45	37	470	\$ 1,05	\$ 493,41
Leche	35	35	35	42	35	35	36	40	35	35	42	35	438	\$ 1,05	\$ 459,50
Quesos	33	33	33	40	33	33	35	38	33	33	40	33	418	\$ 1,40	\$ 585,53
Huevos	24	24	24	29	24	24	26	28	24	24	29	24	307	\$ 1,05	\$ 322,16
Recuerdos del lugar	43	43	43	52	43	43	45	49	43	43	52	43	538	\$ 1,05	\$ 564,62
Alojamiento	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	448	\$ 8,75	\$ 3.923,34
<b>Total</b>													<b>9.929</b>		<b>\$ 25.048,31</b>



**Tabla 56 Costo administrativo año 4**

Concepto	Costo
Sueldos y salario	\$ 9.671,00
Servicios básicos	\$ 1.528,07
Suministros y materiales	\$ 3.611,79
Mantenimiento	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 15.170,85</b>

**Tabla 57 Sueldos y salarios año 4**

Concepto	Unidad	Sueldo	IESS	XIII	XIV	Vacaciones	Valor mensual	Valor anual
Administrador	1	\$ 472,51	\$ 44,18	\$ 472,51	\$ 472,51	\$ 472,51	\$ 516,68	\$ 1.934,20
Empleados	3	\$ 472,51	\$ 44,18	\$ 1.417,52	\$ 1.417,52	\$ 1.417,52	\$ 1.550,05	\$ 5.802,60
Guía	1	\$ 472,51	\$ 44,18	\$ 472,51	\$ 472,51	\$ 472,51	\$ 516,68	\$ 1.934,20
<b>Total</b>								<b>\$ 9.671,00</b>

**Tabla 58 Servicios básicos año 4**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$ 40,52	\$ 486,20
Luz	\$ 28,94	\$ 347,29
Teléfono	\$ 23,15	\$ 277,83
Internet	\$ 34,73	\$ 416,75
<b>Total</b>		<b>\$ 1.528,07</b>

**Tabla 59 Suministros y materiales año 4**

Concepto	Unidades mes	Valor U	Valor mensual	Valor anual
Plantas	1	\$ 34,73	\$ 34,73	\$ 416,75
Semillas	1	\$ 23,15	\$ 23,15	\$ 277,83
Animales	1	\$ 57,88	\$ 57,88	\$ 694,58
Abono	1	\$ 57,88	\$ 57,88	\$ 694,58
Alimento para animales	1	\$ 69,46	\$ 69,46	\$ 833,49
Amenities	1	\$ 34,73	\$ 34,73	\$ 416,75
Materiales de limpieza	1	\$ 23,15	\$ 23,15	\$ 277,83
<b>Total</b>				<b>\$ 3.611,79</b>

**Tabla 60 Costo de venta año 4**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 416,75	\$ 5.000,94
Seguros	\$ 115,76	\$ 1.389,15
<b>Total</b>		<b>\$ 6.390,09</b>



**Tabla 61 Publicidad año 4**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Redes sociales	\$ 57,88	\$ 694,58
Página web	\$ 69,46	\$ 833,49
Radio	\$ 231,53	\$ 2.778,30
Afiches	\$ 23,15	\$ 277,83
Trípticos	\$ 34,73	\$ 416,75
<b>Total</b>		<b>\$ 5.000,94</b>

**Tabla 62 Costos año 5**

Concepto	Costo
Costo de producción	\$ 25.298,79
Costo administrativo	\$ 16.394,94
Costo de venta	\$ 6.709,59
Costo financiero	\$ 1.344,61
<b>Total</b>	<b>\$ 49.747,94</b>

**Tabla 63 Costo de producción año 5**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Suma	Costo \$	Total \$
Siembra	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	128	\$ 1,75	\$ 223,77
Cosecha	10	10	10	12	10	10	11	12	10	10	12	10	129	\$ 1,75	\$ 226,43
Observación de plantas	32	32	32	39	32	32	34	38	32	32	39	32	409	\$ 1,40	\$ 573,27
Aprender las propiedades nutricionales	26	26	26	32	26	26	28	30	26	26	32	26	330	\$ 1,75	\$ 578,07
Aprender las propiedades medicinales	38	38	38	46	38	38	40	44	38	38	46	38	478	\$ 1,75	\$ 836,47
Conocer tradiciones	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	405	\$ 1,40	\$ 566,88
Observar animales	43	43	43	52	43	43	45	50	43	43	52	43	545	\$ 1,40	\$ 762,94
Alimentar animales	32	32	32	39	32	32	34	37	32	32	39	32	406	\$ 1,75	\$ 711,26
Ordeño	17	17	17	20	17	17	17	19	17	17	20	17	209	\$ 1,75	\$ 364,96
Elaborar queso	30	30	30	36	30	30	31	34	30	30	36	30	373	\$ 2,45	\$ 913,72
Recolectar huevos	9	9	9	11	9	9	9	10	9	9	11	9	111	\$ 1,75	\$ 194,47
Caminata	40	40	40	49	40	40	42	46	40	40	49	40	507	\$ 3,50	\$ 1.774,17
Cabalgata	45	45	45	55	45	45	48	52	45	45	55	45	572	\$ 3,50	\$ 2.003,26
Ciclismo	16	16	16	19	16	16	16	18	16	16	19	16	198	\$ 3,50	\$ 692,62
Observación de flora y fauna del lugar	35	35	35	43	35	35	37	41	35	35	43	35	444	\$ 1,40	\$ 622,29
Apadrinar una planta	17	17	17	20	17	17	18	19	17	17	20	17	210	\$ 3,50	\$ 735,24
Apadrinar un animal	24	24	24	29	24	24	25	28	24	24	29	24	304	\$ 3,50	\$ 1.065,56
Acampar	45	45	45	54	45	45	47	52	45	45	54	45	563	\$ 8,75	\$ 4.928,24
Verduras	27	27	27	33	27	27	28	31	27	27	33	27	341	\$ 1,05	\$ 357,92
Frutas	57	57	57	69	57	57	60	66	57	57	69	57	719	\$ 1,05	\$ 755,22
Mermeladas	38	38	38	45	38	38	40	44	38	38	45	38	475	\$ 1,05	\$ 498,34
Leche	35	35	35	42	35	35	37	41	35	35	42	35	442	\$ 1,05	\$ 464,09
Quesos	33	33	33	40	33	33	35	39	33	33	40	33	422	\$ 1,40	\$ 591,39
Huevos	25	25	25	30	25	25	26	28	25	25	30	25	310	\$ 1,05	\$ 325,38
Recuerdos del lugar	43	43	43	52	43	43	45	50	43	43	52	43	543	\$ 1,05	\$ 570,27
Alojamiento	36	36	36	43	36	36	38	42	36	36	43	36	453	\$ 8,75	\$ 3.962,57
<b>Total</b>													<b>10.028</b>		<b>\$ 25.298,79</b>



**Tabla 64 Costo administrativo año 5**

Concepto	Costo
Sueldos y salario	\$ 10.638,10
Servicios básicos	\$ 1.604,47
Suministros y materiales	\$ 3.792,38
Mantenimiento	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 16.394,94</b>

**Tabla 65 Sueldo y salarios año 5**

Concepto	Unidad	Sueldo	IESS	XIII	XIV	Vacaciones	Valor mensual	Valor anual
Administrador	1	\$ 519,76	\$ 48,60	\$ 519,76	\$ 519,76	\$ 519,76	\$ 568,35	\$ 2.127,62
Empleados	3	\$ 519,76	\$ 48,60	\$ 1.559,27	\$ 1.559,27	\$ 1.559,27	\$ 1.705,06	\$ 6.382,86
Guía	1	\$ 519,76	\$ 48,60	\$ 519,76	\$ 519,76	\$ 519,76	\$ 568,35	\$ 2.127,62
<b>Total</b>								<b>\$ 10.638,10</b>

**Tabla 66 Servicios básicos año 5**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$ 42,54	\$ 510,51
Luz	\$ 30,39	\$ 364,65
Teléfono	\$ 24,31	\$ 291,72
Internet	\$ 36,47	\$ 437,58
<b>Total</b>		<b>\$ 1.604,47</b>

**Tabla 67 Suministros y materiales año 5**

Concepto	Unidades mes	Valor U	Valor mensual	Valor anual
Plantas	1	\$ 36,47	\$ 36,47	\$ 437,58
Semillas	1	\$ 24,31	\$ 24,31	\$ 291,72
Animales	1	\$ 60,78	\$ 60,78	\$ 729,30
Abono	1	\$ 60,78	\$ 60,78	\$ 729,30
Alimento para animales	1	\$ 72,93	\$ 72,93	\$ 875,16
Amenities	1	\$ 36,47	\$ 36,47	\$ 437,58
Materiales de limpieza	1	\$ 24,31	\$ 24,31	\$ 291,72
<b>Total</b>				<b>\$ 3.792,38</b>

**Tabla 68 Costo de venta año 5**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 437,58	\$ 5.250,99
Seguros	\$ 121,55	\$ 1.458,61
<b>Total</b>		<b>\$ 6.709,59</b>



**Tabla 69 Publicidad año 5**

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Redes sociales	\$ 60,78	\$ 729,30
Página web	\$ 72,93	\$ 875,16
Radio	\$ 243,10	\$ 2.917,22
Afiches	\$ 24,31	\$ 291,72
Trípticos	\$ 36,47	\$ 437,58
<b>Total</b>		<b>\$ 5.250,99</b>

**Flujo de fondos**

**Tabla 70 Financiamiento**

Concepto	Valor	Aporte propio	Aporte externo
<b>Inversión fija</b>	<b>\$ 39.634,00</b>	<b>\$ 700,00</b>	<b>\$ 38.934,00</b>
Terreno	\$ 10.000,00		\$ 10.000,00
Edificios	\$ 14.000,00		\$ 14.000,00
Agricultura	\$ 125,00		\$ 125,00
Ganadería	\$ 59,00		\$ 59,00
Actividades adicionales	\$ 9.150,00		\$ 9.150,00
Venta de productos	\$ 50,00		\$ 50,00
Restauración	\$ 1.500,00		\$ 1.500,00
Alojamiento	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00
Oficina (equipo cómputo)	\$ 2.250,00	\$ 700,00	\$ 1.550,00
<b>Inversión diferida</b>	<b>\$ 326,20</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 326,20</b>
Gastos de constitución	\$ 326,20		\$ 326,20
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 6.060,00</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 5.560,00</b>
Plantas y semillas	350		\$ 350,00
Animales	4000		\$ 4.000,00
Baño	\$ 200,00		\$ 200,00
Limpieza	\$ 150,00		\$ 150,00
Emergencia	\$ 60,00		\$ 60,00
Puesta en marcha	\$ 800,00	\$ 500,00	\$ 300,00
Caja chica	\$ 500,00		\$ 500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 46.020,20</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 44.820,20</b>
<b>Porcentaje financiamiento</b>	<b>100%</b>	<b>3%</b>	<b>97%</b>

**Tabla 71 Datos para tabla de amortización**

Capital	\$ 44.820,20
Tasa interés	15%
Años	5



**Tabla 72 Tabla de amortización**

Años	Capital	Intereses	Amortización	Servicio-deuda	Amortización acumulada
0	\$ 44.820,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 44.820,20	\$ 6.723,03	\$ 8.964,04	\$ 15.687,07	\$ 8.964,04
2	\$ 35.856,16	\$ 5.378,42	\$ 8.964,04	\$ 14.342,46	\$ 17.928,08
3	\$ 26.892,12	\$ 4.033,82	\$ 8.964,04	\$ 12.997,86	\$ 26.892,12
4	\$ 17.928,08	\$ 2.689,21	\$ 8.964,04	\$ 11.653,25	\$ 35.856,16
5	\$ 8.964,04	\$ 1.344,61	\$ 8.964,04	\$ 10.308,65	\$ 44.820,20

**Tabla 73 Depreciación parte 1**

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Edificios	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00
Agricultura	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25
Ganadería	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31	\$ 5,31
Actividades adicionales	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50	\$ 823,50
Venta de productos	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Restauración	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
Alojamiento	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Oficina (equipo cómputo)	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 675,00							
<b>Total</b>	<b>\$ 2.509,56</b>	<b>\$ 2.509,56</b>	<b>\$ 2.509,56</b>	<b>\$ 1.834,56</b>						

**Tabla 74 Depreciación parte 2**

Año	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Edificios	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00
Agricultura										
Ganadería										
Actividades adicionales										
Venta de productos										
Restauración										
Alojamiento										
Oficina (equipo cómputo)										
<b>Total</b>	<b>\$ 630,00</b>									

**Tabla 75 Amortización**

Año	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24	\$ 65,24
<b>Total</b>	<b>\$ 65,24</b>				



## Beneficio Costo

Tabla 76 Beneficio Costo

Año	Ingresos	Costos	Ingresos actua.	Costos actua.
0	\$ -	\$ 46.020,20	\$ -	\$ 46.020,20
1	\$ 64.869,95	\$ 47.013,47	\$ 57.919,59	\$ 41.976,32
2	\$ 67.464,74	\$ 47.801,64	\$ 53.782,48	\$ 38.107,18
3	\$ 70.163,33	\$ 48.723,70	\$ 49.940,88	\$ 34.680,57
4	\$ 71.566,60	\$ 49.298,46	\$ 45.481,87	\$ 31.330,06
5	\$ 72.282,27	\$ 49.747,94	\$ 41.014,90	\$ 28.228,32
<b>Total</b>			<b>\$ 248.139,72</b>	<b>\$ 220.342,64</b>



## **Anexo 6 Diseño de Monografía**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE TURISMO**

**ESQUEMA PARA LA PRESENTACIÓN DE LA MONOGRAFÍA PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE FIN DE CARRERA**

**ADAPTACIÓN DEL MODELO DE LA DIUC PARA LA PRESENTACIÓN DE  
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1. TÍTULO DE LA MONOGRAFÍA**

Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.

### **2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

Ángel Rodrigo Alvarracín Sigua. E-mail: angel\_rodri\_a@hotmail.es

### **3. RESUMEN DEL DISEÑO DE LA MONOGRAFÍA**

En la parroquia Baños del cantón Cuenca existe una gran variedad de plantas que se han cultivado desde hace varias décadas atrás y que juegan un papel fundamental en el desarrollo de la vida cotidiana de los Bañenses. Sin embargo, dichas plantas se están dejando de consumir, por lo que los cultivos han desaparecido o disminuido en el mejor de los casos. Este tema de investigación pretende difundir información a través de un proyecto de agroturismo con el propósito de contribuir a la conservación de los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.

El objetivo de este tema de investigación es diseñar un proyecto de agroturismo en la parroquia Baños, mediante el análisis de la situación de la parroquia, levantamiento de datos de los cultivos ancestrales y la investigación de los gustos y preferencias de los visitantes que servirá como referencia para el planteamiento del proyecto.



El proceso de la investigación se desarrollará utilizando metodologías cualitativas y cuantitativas. Las metodologías cualitativas permitirán recopilar información acerca de las características de la parroquia Baños y los cultivos ancestrales; mientras que, las metodologías cuantitativas permitirán investigar datos científicos del turismo en la parroquia.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE MONOGRAFÍA

La globalización mediante el incremento de los medios de transporte ha facilitado la comercialización de productos agrícolas, siendo posible que los productos agrícolas de un lugar específico se comercialicen en diferentes lugares. Esto ha provocado que crezca enormemente la oferta de productos foráneos y que las personas tengan más alternativas para elegir, por lo que el consumo de productos agrícolas locales ha disminuido considerablemente. Este hecho se ve reflejado en la disminución o pérdida de los cultivos locales.

En otro contexto, los cultivos conformados por diferentes plantas que se han mantenido durante varias generaciones, forman parte importante de la cultura local, debido a que están asociados a diversos saberes y costumbres de la población. Las plantas cultivadas por un largo periodo de tiempo, también conocidas como plantas ancestrales, requieren de conocimientos para su cultivo y consumo, por lo tanto es necesario documentar y difundir dicha información.

Por otra parte, la parroquia Baños del cantón Cuenca posee un gran número de plantas ancestrales que se están dejando de cultivar, debido a la falta de tiempo o al desconocimiento de sus propiedades alimenticias y/o medicinales. Por lo que es necesario adoptar medidas que ayuden a la conservación de dichas plantas.

En respuesta a estos requerimientos, el presente trabajo de investigación pretende diseñar un proyecto de agroturismo en el que se difunda información, con el propósito de contribuir a la conservación de los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.



## 5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

El diseño de un proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca, requiere del conocimiento del territorio en donde se ubicará el proyecto, por lo que se consultará el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Baños publicado por la Ilustre Municipalidad de Cuenca, que contiene información relevante de la parroquia Baños. El libro Baños Ensueños del Alma, escrito por Emma Brito, en el cual se encuentra parte de la historia de Baños, así como las fiestas y los lugares más llamativos. La revista Un Vistazo a Baños realizada por la Junta Parroquial de Baños, presenta información de los atractivos más conocidos de la parroquia.

En cuanto a la información sobre las plantas, su cultivo y usos, el libro Memoria, Saberes y Usos Sociales de los Huertos en las Edificaciones Patrimoniales del Azuay escrito por Lidia Esther Contento Minga, presenta fichas con información botánica y cultural de 146 plantas medicinales, alimenticias, ornamentales y frutales existentes en la provincia del Azuay.

Con respecto al cultivo de las plantas, el Manual “Una Huerta para Todos” publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), enseña sobre la producción de hortalizas de consumo familiar y está dirigido a pequeños agricultores, maestros de escuelas rurales, niños y pobladores urbanos y sub-urbanos, por lo que es de fácil comprensión y aplicación. El Manual Técnico Producción Artesanal de Semillas de Hortalizas para la Huerta Familiar publicado por la FAO, instruye de manera didáctica sobre la producción in situ de semillas de hortalizas con el objetivo de producir y conservar de manera rápida y sencilla las semillas de hortalizas cultivadas habitualmente.

En lo referente a la interpretación ambiental, el texto guía de clase Patrimonio Natural, Educación e Interpretación Ambiental realizado por Alexandra Galarza Torres, profesora de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, enseña sobre la elaboración de un plan de educación



e interpretación ambiental y la determinar las funciones, responsabilidades y características de la interpretación ambiental.

Con respecto al diseño del proyecto, el texto Como Desarrollar un Proyecto de Ecoturismo publicado por la Secretaria de Turismo de México, presenta elementos básicos que guían en la elaboración de proyectos turísticos alternativos. El Manual de Señalización Turística realizado por el Ministerio de Turismo de Ecuador, muestra el sistema de señalización turística que es de gran utilidad para la orientación de los visitantes. El libro Planificación del Espacio Turístico escrito por Roberto Boullón, enseña metodológicamente acerca del aprovechamiento adecuado del espacio territorial disponible para el proyecto turístico.

En cuanto a las buenas prácticas para el proyecto, la guía Buenas Prácticas para Turismo Sostenible publicado por Rainforest Alliance, presenta ejemplos de compañías exitosas que han implementado buenas prácticas convirtiéndose en empresas sostenibles y rentables. El texto guía de clase Prácticas de Sostenibilidad en Hotelería escrito por Alexandra Galarza, profesora de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, expone casos exitosos en el Ecuador que han aplicado prácticas amigables y han obtenido certificaciones internacionales de calidad. El Manual de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para PYMES desarrollado por la Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, contiene estrategias de responsabilidad social que mejoran la gestión y la obtención de un desarrollo humano sostenible.

En lo que respecta a la investigación de mercados, la revista Fundamentos de Investigación de Mercados publicado por Leader Summaries, describe sobre cómo investigar las principales motivaciones de un consumidor y los mensajes que le hacen decidirse a comprar.

En lo referente a animación, el texto guía de clase Animación Turística, Excursionismo, Campamentación y Vida al Aire Libre escrito por Miguel Ángel Galarza Cordero, profesor de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la



Universidad de Cuenca, contiene información relevante sobre las técnicas de animación que pueden ser aplicadas a cualquier tipo de proyecto turístico. La tesis La Animación Turística y su Incidencia en la Prestación de Servicios Turísticos desarrollada por Andrea Cristina Mogrovejo Merchán, presenta los elementos fundamentales para lograr que la actividad turística sea más dinámica mediante la inclusión de la animación turística. La tesis El Rescate de los Juegos Populares Ecuatorianos y su Aplicación en la Animación Turística realizada por José Fernando Parra Buestan, muestra una recopilación de los principales juegos ecuatorianos. La tesis La Música Tradicional como Nuevo Atractivo de los Principales Destinos Turísticos de la Provincia del Azuay desarrollada por Diego Javier Zamora Mendieta, muestra a la música tradicional ecuatoriana como un elemento de desarrollo turístico.

En cuanto a la parte legal, el texto guía de clase Legislación Turística y Medioambiental realizado por Miguel Ángel Galarza Cordero, profesor de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, enseña sobre las normas y requisitos necesarios para la implementación y puesta en marcha de proyectos turísticos.

Finalmente, la obra Manual de Escritura Académica escrita por Raúl Vallejo, presenta las pautas necesarias para la elaboración de la bibliografía de los textos consultados.

## 6. OBJETIVOS

### Objetivo General

Diseñar un proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.

### Objetivos Específicos

- Analizar la situación de la parroquia Baños del cantón Cuenca.
- Recopilar información de los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.
- Investigar los gustos y preferencias de la demanda turística de la parroquia Baños.



## 7. METAS

- Elaborar una propuesta de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.

## 8. TRANSFERENCIA Y DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La transferencia y difusión de los resultados obtenidos con la realización de la monografía, se realizará en la Universidad de Cuenca, mediante la entrega de un informe escrito que contendrá el proyecto de agroturismo.

## 9. IMPACTOS

El principal impacto que tendrá la realización de la monografía será social-económico, debido a que el levantamiento, análisis y difusión de la información a través de un proyecto de agroturismo, permitirán el conocimiento, valoración y conservación de los cultivos ancestrales que representan una parte importante de la cultura de la parroquia Baños.

## 10. TÉCNICAS DE TRABAJO

Para el desarrollo investigativo del presente tema, se usará la metodología cualitativa, a través del método investigación participativa, usando la técnica de observación la cual servirá para el levantamiento de la información relacionada con los cultivos ancestrales de la parroquia Baños.

En el estudio se empleará la metodología cuantitativa a través del método de encuesta, utilizando la técnica de cuestionarios que permitirán la recopilación de datos que posteriormente serán tabulados y finalmente se presentará la información que será tomada en cuenta al momento de diseñar el proyecto de agroturismo.



## 11. BIBLIOGRAFÍA

Brito, Emma. *Baños Ensueños del Alma*. Cuenca, s. ed., 2005.

Boullón, Roberto C. *Planificación del Espacio Turístico*. México, Trillas, 2004.

Confederación de la Producción y del Comercio de Chile. *Manual de RSE para PYMES*. Santiago de Chile, Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, 2006.

Contento Minga, Lidia Esther. *Memoria, saberes y usos sociales de los huertos en las edificaciones patrimoniales del Azuay*. Cuenca, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2012.

Galarza Torres, Alexandra. *Patrimonio Natural, Educación e Interpretación Ambiental*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2012.

\_\_\_\_\_. *Prácticas de Sostenibilidad en Hotelería*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2014.

Galarza Cordero, Miguel Ángel. *Animación Turística, Excursionismo, Campamentación y Vida al Aire Libre*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2009.

\_\_\_\_\_. *Legislación Turística y Medioambiental*. Texto guía de clase. Cuenca, s. ed., 2013.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Baños. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Baños*. Cuenca, Ilustre Municipalidad de Cuenca, 2011.

Junta Parroquial de Baños. *Un Vistazo a Baños*. Cuenca, Junta Parroquial de Baños, 2013.

Leader Summaries. *Fundamentos de Investigación de Mercados*. Sld, Leader Summaries, 2006.



Ministerio de Turismo de Ecuador. *Manual de Señalización Turística*. Sld, Ministerio de Turismo de Ecuador, sfe.

Mogrovejo Merchán, Andrea Cristina. *La Animación Turística y su Incidencia en la Prestación de Servicios Turísticos*. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo. Directora: Galarza Torres, Marcela Alexandra. Cuenca, s. ed., 2010.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. *Manual "Una Huerta para Todos"*. Antioquia, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2009.

\_\_\_\_\_. *Manual Técnico Producción Artesanal de Semillas de Hortalizas para la Huerta Familiar*. Santiago de Chile, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2011.

Parra Buestan, José Fernando. *El Rescate de los Juegos Populares Ecuatorianos y su Aplicación en la Animación Turística*. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo. Director: Galarza Cordero, Miguel Ángel. Cuenca, s. ed., 2010.

Rainforest Alliance. *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*. Guatemala, Rainforest Alliance, 2008.

Secretaría de Turismo de México. *Como Desarrollar un Proyecto de Ecoturismo*. Fascículo 2. México D. F., Secretaría de Turismo de México, 2004.

Vallejo, Raúl. *Manual de Escritura Académica*. Quito, Corporación Editora Nacional, 2006.

Zamora Mendieta, Diego Javier. *La Música Tradicional como Nuevo Atractivo de los Principales Destinos Turísticos de la Provincia del Azuay*. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo. Directora: Galarza Torres, Marcela Alexandra. Cuenca, s. ed., 2012.



## 12. RECURSOS HUMANOS

Recurso	Dedicación	Valor Total
Director	4 horas / semana / 12 meses	600,00
Estudiante	20 horas semana / 12 meses	4.800,00
Total		5.400,00

## 13. RECURSOS MATERIALES

Cantidad	Rubro	Valor Total
1	Resma de papel A4	4,00
200	Impresiones	6,00
2	Carpetas	0,50
5	Esferos	1,75
100	Fotocopias	2,00
30	Escaneados	9,00
3	CD	1,50
3	Carátulas de CD	4,50
1	Cámara de fotos	200,00
1	Videocámara	450,00
1	Computadora	500,00
1	GPS	350,00
TOTAL		1.529,25



#### 14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca  
 Octubre de 2014 - Septiembre de 2015.

ACTIVIDAD	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Presentación del diseño de investigación	X											
2. Recolección y organización de la información	X	X	X									
3. Discusión y análisis de la información			X	X								
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos					X							
5. Redacción del trabajo						X	X	X	X			
6. Revisión final										X	X	
7. Impresión y anillado del trabajo												X



## 15. PRESUPUESTO

Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca

<b>Concepto</b>	<b>Aporte del estudiante</b>	<b>Otros aportes</b>	<b>Valor total</b>
<b>Recursos Humanos</b>			
Director		600,00	
Investigador	4.800,00		5.400,00
<b>Gastos de Movilización</b>			
Transporte	250,00		
Viáticos y subsistencias	300,00		550,00
<b>Gastos de la investigación</b>			
Insumos	6,00		
Material de escritorio	23,25		
Bibliografía	50,00		
Internet	30,00	50,00	159,25
<b>Equipos, laboratorios y maquinaria</b>			
Laboratorios	150,00		
Computador y accesorios	1.150,00		
Máquinas	350,00		1.650,00
<b>Otros</b>	100,00		100,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.209,25</b>	<b>650,00</b>	<b>7.859,25</b>



## 16. ESQUEMA

### Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

### **Capítulo 1** Parroquia Baños del cantón Cuenca

1.1 Ubicación geográfica

1.2 División política

1.3 Demografía

1.4 Actividad económica

### **Capítulo 2** Agroturismo

2.1 Definición

2.2 Características

2.3 Actividades

### **Capítulo 3** Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca

3.1 Análisis del proyecto

3.1.1 Ubicación

3.1.2 Misión

3.1.3 Visión

3.1.4 Valores

3.1.5 Objetivos

3.1.6 Estrategias

3.1.7 Análisis FODA

3.1.8 Factores clave de éxito

3.2 Análisis del mercado

3.2.1 Estudio de la demanda

3.2.2 Estudio de la oferta

3.3 Plan de marketing



- 3.3.1 Producto
- 3.3.2 Precio
- 3.3.3 Plaza
- 3.3.4 Promoción
- 3.4 Plan operativo
  - 3.4.1 Materia prima
  - 3.4.2 Equipos
  - 3.4.3 Tecnología
  - 3.4.4 Proveedores
  - 3.4.5 Lay out
- 3.5 Estructura organizacional
  - 3.5.1 Estructura organizacional
  - 3.5.2 Estructura legal
- 3.6 Estudio financiero
  - 3.6.1 Inversiones
  - 3.6.2 Ingresos
  - 3.6.3 Egresos
  - 3.6.4 Flujo de fondos
  - 3.6.5 Indicadores financieros
    - 3.6.5.1 VAN
    - 3.6.5.2 TIR
    - 3.6.5.3 Beneficio y costo

## **Conclusiones**

- 4.1 Recomendaciones

## **Bibliografía**

## **Anexos**