

# UCUENCA

## Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

**Propuesta de agroturismo para la Hacienda El Descanso del cantón Sigsig,  
provincia del Azuay**

Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Ingeniera en  
Turismo y Licenciada en Turismo


**Autoras:**

Erika Daniela Lituma Yascaribay

Tania Paola Guailas Sumba

**Directora:**

Sandra Isabel Chicaiza Déleg

**ORCID:**  0000-0003-3581-0022

**Cuenca, Ecuador**

2023-03-27

## Resumen

El presente trabajo de intervención está enfocado en desarrollar una propuesta para la implementación del agroturismo en la Hacienda El Descanso que se encuentra ubicada en la Parroquia Jima del cantón Sigsig, debido a que la hacienda desde hace unos años atrás ha venido recibiendo turistas de manera esporádica; este ha sido el motivo por el cual la actividad agroturística se ha visto como una gran oportunidad para el desarrollo económico, social y ambiental del lugar, ya que adicionalmente la hacienda cuenta con la infraestructura y los recursos indispensables para esta actividad. Actualmente, la hacienda se dedica cien por ciento a la agricultura y ganadería por lo que se espera que el proyecto beneficie y sirva a largo plazo como un ingreso adicional a sus labores diarias. Para la propuesta se han planteado tres objetivos principales a llevarse a cabo: primero, generar una línea base con visión turística de todo lo concerniente a la parroquia de Jima y la Hacienda El Descanso a fin de conocer el entorno donde se llevará a cabo el proyecto; segundo, diseñar un modelo de gestión, el producto agroturístico y el plan financiero que permita conocer la factibilidad en términos generales de la propuesta; y como tercer objetivo, realizar un análisis de la demanda y un plan de marketing que ayuden a impulsar y fortalecer la propuesta agroturística una vez que se lleve a cabo su implementación.

*Palabras clave:* agroturismo, turismo rural, intervención, reactivación turística, Hacienda El Descanso

### Abstract

The present intervention work is focused on developing a proposal for the implementation of agrotourism in the Hacienda El Descanso that is located in the Jima Parish of the Sigüig canton, because the hacienda for a few years ago has been receiving tourists sporadically, this has been the reason why agrotourism activity has been seen as a great opportunity for economic, social and environmental development of the place since additionally the Hacienda has the infrastructure and the indispensable resources for this activity. Currently, the Hacienda is dedicated one hundred percent to agriculture and livestock so it is expected that the project will benefit and serve in the long term as an additional income to their daily work. For the proposal, three main objectives have been proposed to be carried out: first, to generate a baseline with tourist vision of everything related to agrotourism, the parish of Jima and Hacienda El Descanso in order to know the environment where the project will be carried out; second, to design a management model, the agrotourism product and the financial plan that allows to know the feasibility in general terms of the proposal; and as a third objective, to carry out a demand analysis and a marketing plan that help to promote and strengthen the agrotourism proposal once its implementation is carried out.

*Keywords:* agrotourism, rural tourism, intervention, tourist reactivation, Hacienda El Descanso

#### Certificado de Precisión Tur-214

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



\_\_\_\_\_  
guido.abad@ucuenca.edu.ec

Cuenca, 13 de abril de 2022

Elaborado por: GEAV \_\_\_\_\_

cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19.

## Índice de contenido

<b>Resumen.....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>3</b>
<b>Índice de contenido .....</b>	<b>4</b>
<b>Índice de figuras .....</b>	<b>7</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>10</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>12</b>
<b>Dedicatoria .....</b>	<b>14</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>LEVANTAMIENTO DE LA LINEA BASE CON VISIÓN TURÍSTICA.....</b>	<b>17</b>
<b>AGROTURISMO.....</b>	<b>17</b>
Introducción al Agroturismo .....	17
Antecedentes del Agroturismo .....	21
El Agroturismo en el Ecuador.....	27
Consideraciones del Agroturismo .....	34
<b>PARROQUIA JIMA .....</b>	<b>39</b>
Generalidades de la Parroquia Jima .....	39
<b>HACIENDA EL DESCANSO .....</b>	<b>59</b>
Historia de la Hacienda El Descanso .....	60
Ordenamiento Actual .....	62
Recursos Naturales .....	64
Recursos Agrícolas.....	71

Recursos Ganaderos .....	84
Recursos para Avicultura .....	88
Crianza de Cuyes y Conejos.....	88
Recursos Apícolas .....	89
Recursos Acuícolas .....	89

## CAPÍTULO II

### **MODELO DE GESTIÓN, PRODUCTO AGROTURÍSTICO Y ANÁLISIS FINANCIERO.....90**

GESTIÓN TURÍSTICA DE LA HACIENDA EL DESCANSO .....	91
Conceptualización.....	91
Modelo de Gestión Turística para la Hacienda El Descanso.....	92
Metodología del Modelo de Gestión .....	94
Diagnóstico Estratégico de la Situación Actual de la Hacienda El Descanso.....	94
Esquema del Modelo de Gestión.....	101
Control y Evaluación del Modelo de Gestión .....	120
DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO .....	121
Producto Agroturístico.....	121
Equipamiento Actual de la Hacienda El Descanso.....	121
Propuestas de Implementación para Servicios Turísticos .....	127
Propuesta de las Actividades Agroturísticas para la Hacienda El Descanso .....	150
Diseño de los paquetes agroturísticos para la Hacienda El Descanso .....	159
FORMALIZACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN .....	168
Estructura Empresarial de la Hacienda El Descanso .....	168
Operación del Producto Agroturístico.....	177
PLAN FINANCIERO DE LA PROPUESTA DE AGROTURISMO .....	187
Estructura Financiera.....	187

Análisis Financiero.....197

## CAPÍTULO III

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PLAN DE MARKETING TURÍSTICO .....203**

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....204

Objetivos del Estudio de Mercado.....205

Segmentación de Mercado .....205

Metodología .....208

Análisis e Interpretación de los Resultados.....211

PLAN DE MARKETING AGROTURÍSTICO .....237

Objetivos del Plan de Marketing.....238

Análisis del Entorno Externo de la Hacienda El Descanso .....238

La Mezcla de Marketing: Las Cuatro Ps del Marketing Aplicadas al Proyecto .....249

Estrategias de Marketing para Promoción y Publicidad.....260

**Conclusiones .....282**

**Recomendaciones .....285**

**Referencias .....287**

**Anexos.....297**

Anexo A Diseño de trabajo de titulación: Propuesta de Agroturismo.....297

Anexo B Mapeo de actores.....315

Anexo C Componentes del plan financiero .....316

Anexo D Modelo de encuesta .....324

Anexo E Propuesta de diseños extras .....328

Anexo F Registro fotográfico.....334

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Parroquia Jima .....	<b>39</b>
<b>Figura 2</b> Área de la cabecera parroquial de Jima, cantón Sigsig .....	<b>40</b>
<b>Figura 3</b> Ubicación geográfica de la parroquia San Miguel de Jima .....	<b>41</b>
<b>Figura 4</b> Iglesia central de Jima.....	<b>45</b>
<b>Figura 5</b> Hostal Jima .....	<b>47</b>
<b>Figura 6</b> Hostal Cochapamba.....	<b>48</b>
<b>Figura 7</b> Mi Tierra Restaurante.....	<b>48</b>
<b>Figura 8</b> Restaurante El Descanso.....	<b>49</b>
<b>Figura 9</b> Restaurante Zuma.....	<b>49</b>
<b>Figura 10</b> Picantería Elizabeth .....	<b>50</b>
<b>Figura 11</b> Compañía de Transporte Jima S.A .....	<b>51</b>
<b>Figura 12</b> Transporte Río Moya S.A. ....	<b>51</b>
<b>Figura 13</b> Bus intraprovincial Jima.....	<b>52</b>
<b>Figura 14</b> Agencia de Viajes b-ESPEJO.....	<b>53</b>
<b>Figura 15</b> Red vial .....	<b>54</b>
<b>Figura 16</b> Hacienda El Descanso .....	<b>60</b>
<b>Figura 17</b> Habitantes de la comunidad de Cuzhig .....	<b>61</b>
<b>Figura 18</b> Propietaria.....	<b>62</b>
<b>Figura 19</b> Ordenamiento actual de la Hacienda El Descanso.....	<b>63</b>
<b>Figura 20</b> Espacios que conforman la Hacienda El Descanso.....	<b>64</b>
<b>Figura 21</b> Bosque.....	<b>69</b>
<b>Figura 22</b> Cascada natural .....	<b>70</b>
<b>Figura 23</b> Reservorio de peces .....	<b>71</b>
<b>Figura 24</b> Ganado vacuno.....	<b>85</b>
<b>Figura 25</b> Ganado ovino.....	<b>86</b>
<b>Figura 26</b> Ganado porcino.....	<b>87</b>
<b>Figura 27</b> Ganado equino.....	<b>87</b>
<b>Figura 28</b> Recursos avícolas .....	<b>88</b>
<b>Figura 29</b> Criadero de cuyes y conejos .....	<b>88</b>
<b>Figura 30</b> Recursos apícolas.....	<b>89</b>
<b>Figura 31</b> Recursos acuícolas .....	<b>89</b>
<b>Figura 32</b> Esquema del modelo de gestión turística .....	<b>101</b>

<b>Figura 33</b>	Dependencias de la casa principal .....	<b>122</b>
<b>Figura 34</b>	Dependencias de la casa secundaria .....	<b>125</b>
<b>Figura 35</b>	Distribución espacial actual de las plazas de alojamiento.....	<b>128</b>
<b>Figura 36</b>	Distribución espacial propuesta para las plazas de alojamiento .....	<b>129</b>
<b>Figura 37</b>	Propuesta y diseño para las habitaciones .....	<b>130</b>
<b>Figura 38</b>	Propuesta y diseño para baños .....	<b>133</b>
<b>Figura 39</b>	Propuesta y diseños para cocina y comedor .....	<b>134</b>
<b>Figura 40</b>	Propuesta y diseño para la tienda agroturística .....	<b>136</b>
<b>Figura 41</b>	Propuesta y diseño para la zona de parrillas .....	<b>138</b>
<b>Figura 42</b>	Propuesta y diseño para el área social y recepción.....	<b>139</b>
<b>Figura 43</b>	Propuesta y diseño para la bodega .....	<b>140</b>
<b>Figura 44</b>	Propuesta y diseño para la zona de parqueadero .....	<b>141</b>
<b>Figura 45</b>	Propuesa para la zona del reservorio de peces.....	<b>142</b>
<b>Figura 46</b>	Adecuación del espacio para la fogata .....	<b>143</b>
<b>Figura 47</b>	Corrales de animales .....	<b>144</b>
<b>Figura 48</b>	Estancias complementarias.....	<b>145</b>
<b>Figura 49</b>	Distribución final de las zonas de la hacienda .....	<b>146</b>
<b>Figura 50</b>	Propuesta y diseños de señalética .....	<b>147</b>
<b>Figura 51</b>	Poste para la señalética .....	<b>149</b>
<b>Figura 52</b>	Poste informativo para la ruta agroturística .....	<b>150</b>
<b>Figura 53</b>	Organigrama horizontal.....	<b>174</b>
<b>Figura 54</b>	Diagrama de proceso de venta y desarrollo de la actividad agroturística .....	<b>183</b>
<b>Figura 55</b>	Género .....	<b>211</b>
<b>Figura 56</b>	Edad.....	<b>212</b>
<b>Figura 57</b>	Estado civil.....	<b>212</b>
<b>Figura 58</b>	Nivel de instrucción .....	<b>213</b>
<b>Figura 59</b>	Ocupación.....	<b>214</b>
<b>Figura 60</b>	Ingresos mensuales .....	<b>215</b>
<b>Figura 61</b>	Número de integrantes de la familia .....	<b>215</b>
<b>Figura 62</b>	Turismo interno .....	<b>216</b>
<b>Figura 63</b>	Viajes programados o espontáneos .....	<b>216</b>
<b>Figura 64</b>	Principal atractivo .....	<b>217</b>
<b>Figura 65</b>	Principales motivos para viajar .....	<b>218</b>
<b>Figura 66</b>	Días que prefieren viajar .....	<b>218</b>



<b>Figura 67</b> Número de días de viaje.....	<b>219</b>
<b>Figura 68</b> Número de personas con las que viajan.....	<b>220</b>
<b>Figura 69</b> Aspectos que los turistas consideran importantes de los lugares turísticos .....	<b>220</b>
<b>Figura 70</b> Medio de transporte .....	<b>221</b>
<b>Figura 71</b> Medio por el cual obtienen información sobre los lugares turísticos .....	<b>222</b>
<b>Figura 72</b> Redes sociales.....	<b>222</b>
<b>Figura 73</b> Conocimiento sobre agroturismo.....	<b>223</b>
<b>Figura 74</b> Apoyo al emprendimiento agroturístico .....	<b>224</b>
<b>Figura 75</b> Preferencias: ir por cuenta propia o contratar paquetes turísticos .....	<b>224</b>
<b>Figura 76</b> Aspectos que consideran a la hora de elegir una hacienda agroturística .....	<b>225</b>
<b>Figura 77</b> Servicios adicionales.....	<b>226</b>
<b>Figura 78</b> Actividades.....	<b>226</b>
<b>Figura 79</b> La necesidad detrás de la motivación para visitar una hacienda agroturística.....	<b>227</b>
<b>Figura 80</b> Precio sugerido: paquete full day .....	<b>228</b>
<b>Figura 81</b> Precio sugerido: paquete de dos días .....	<b>229</b>
<b>Figura 82</b> Precio sugerido: paquete de tres días .....	<b>229</b>
<b>Figura 83</b> Interés por rutas agroturísticas .....	<b>230</b>
<b>Figura 84</b> Fuerzas de Porter.....	<b>239</b>
<b>Figura 85</b> Matriz PEST .....	<b>245</b>
<b>Figura 86</b> Logotipo de la marca.....	<b>251</b>
<b>Figura 87</b> Isologo de la marca.....	<b>252</b>
<b>Figura 88</b> Imagotipo de la marca.....	<b>252</b>
<b>Figura 89</b> Slogan.....	<b>253</b>
<b>Figura 90</b> Marca final.....	<b>253</b>
<b>Figura 91</b> Perfil de empresa en Facebook.....	<b>262</b>
<b>Figura 92</b> Perfil de empresa en Instagram.....	<b>263</b>
<b>Figura 93</b> Página web .....	<b>263</b>
<b>Figura 94</b> Perfil en la página del Ministerio de Turismo "Viaja Ecuador" .....	<b>266</b>
<b>Figura 95</b> Perfil de empresa en WhatsApp.....	<b>267</b>
<b>Figura 96</b> Códigos QR.....	<b>267</b>
<b>Figura 97</b> Diseños de publicidad tradicional .....	<b>270</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Cereales de la Hacienda El Descanso .....	<b>72</b>
<b>Tabla 2</b> Leguminosas de la Hacienda El Descanso .....	<b>73</b>
<b>Tabla 3</b> Hortalizas de la Hacienda El Descanso .....	<b>74</b>
<b>Tabla 4</b> Frutas de la Hacienda el Descanso .....	<b>77</b>
<b>Tabla 5</b> Tubérculos de la Hacienda El Descanso.....	<b>80</b>
<b>Tabla 6</b> Plantas medicinales de la Hacienda El Descanso.....	<b>81</b>
<b>Tabla 7</b> Matriz FODA, diagnóstico estratégico de la situación actual de la hacienda .....	<b>95</b>
<b>Tabla 8</b> Matriz de problemas, causas, soluciones estratégicas y objetivos .....	<b>98</b>
<b>Tabla 9</b> Acciones para la organización de la estructura empresarial.....	<b>103</b>
<b>Tabla 10</b> Acciones para la creación del producto agroturístico .....	<b>107</b>
<b>Tabla 11</b> Acciones para la comercialización del producto agroturístico .....	<b>110</b>
<b>Tabla 12</b> Acciones para la creación de alianzas estratégicas .....	<b>112</b>
<b>Tabla 13</b> Fortalecimiento de la organización empresarial .....	<b>115</b>
<b>Tabla 14</b> Estrategia para potenciar el producto agroturístico .....	<b>117</b>
<b>Tabla 15</b> Estrategia de ventas .....	<b>118</b>
<b>Tabla 16</b> Estrategia de sostenibilidad .....	<b>119</b>
<b>Tabla 17</b> Control y evaluación del modelo de gestión .....	<b>120</b>
<b>Tabla 18</b> Distribución actual de las plazas en las habitaciones.....	<b>127</b>
<b>Tabla 19</b> Distribución propuesta para las plazas en las habitaciones .....	<b>128</b>
<b>Tabla 20</b> Actividades agroturísticas propuestas.....	<b>151</b>
<b>Tabla 21</b> Itinerario, paquete agroturístico "Hacienda El Descanso full day" .....	<b>159</b>
<b>Tabla 22</b> Itinerario, paquete agroturístico "Agroturismo 2 días y 1 noche" .....	<b>161</b>
<b>Tabla 23</b> Itinerario, paquete "Agroturismo Vivencial de 3 días y 2 noches" .....	<b>163</b>
<b>Tabla 24</b> Itinerario, ruta agroturística "Naturaleza y Vida" .....	<b>166</b>
<b>Tabla 25</b> Organigrama matricial de la Hacienda El Descanso .....	<b>172</b>
<b>Tabla 26</b> Plan operativo por mano de obra, materia prima y funciones .....	<b>175</b>
<b>Tabla 27</b> Tarifario, paquete full day.....	<b>179</b>
<b>Tabla 28</b> Tarifario, paquete 2 días y 1 noche.....	<b>180</b>
<b>Tabla 29</b> Tarifario, paquete 3 días y 2 noches .....	<b>180</b>
<b>Tabla 30</b> Tarifario, ruta agroturística .....	<b>181</b>
<b>Tabla 31</b> Infraestructura y edificios .....	<b>188</b>

<b>Tabla 32</b> Maquinaria y equipos .....	<b>189</b>
<b>Tabla 33</b> Muebles, enseres y menaje .....	<b>189</b>
<b>Tabla 34</b> Equipo de cómputo .....	<b>191</b>
<b>Tabla 35</b> Gastos de constitución.....	<b>191</b>
<b>Tabla 36</b> Estudio de mercado .....	<b>192</b>
<b>Tabla 37</b> Capital de trabajo.....	<b>192</b>
<b>Tabla 38</b> Inversión .....	<b>193</b>
<b>Tabla 39</b> Financiamiento .....	<b>194</b>
<b>Tabla 40</b> Proyección de costos.....	<b>195</b>
<b>Tabla 41</b> Proyección de ingresos.....	<b>196</b>
<b>Tabla 42</b> Flujo de fondos .....	<b>197</b>
<b>Tabla 43</b> Indicador financiero: VAN .....	<b>199</b>
<b>Tabla 44</b> Indicador financiero: TIR.....	<b>200</b>
<b>Tabla 45</b> Punto de equilibrio .....	<b>201</b>
<b>Tabla 46</b> Mercado total .....	<b>206</b>
<b>Tabla 47</b> Mercado objetivo .....	<b>207</b>
<b>Tabla 48</b> Mercado meta.....	<b>208</b>
<b>Tabla 49</b> Cronograma de encuestas.....	<b>210</b>
<b>Tabla 50</b> Perfil del turista potencial post pandemia.....	<b>230</b>
<b>Tabla 51</b> Indicadores nacionales .....	<b>247</b>
<b>Tabla 52</b> Definición y propósito de la hacienda agroturística .....	<b>250</b>
<b>Tabla 53</b> Necesidades por segmento de mercado .....	<b>254</b>
<b>Tabla 54</b> Lista de precios venta al público (PVP) de los paquetes agroturísticos.....	<b>258</b>
<b>Tabla 55</b> Presupuesto mensual y anual para marketing .....	<b>260</b>
<b>Tabla 56</b> Relaciones públicas .....	<b>268</b>
<b>Tabla 57</b> Alianzas estratégicas con influencers locales .....	<b>269</b>
<b>Tabla 58</b> Programación de marketing .....	<b>280</b>

### Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta aquí y cumplir una meta más.

Agradezco a mis padres María Sumba y Luis Guallas por apoyarme en todo momento tanto en lo profesional como personal, gracias por haberme permitido llegar hasta aquí.

Agradezco a mis tías Rosa y Teresa por haber cuidado a mi hijo mientras yo acudía a la universidad; a mi prima Mercedes, gracias por las felicitaciones y los regaños que me permitieron crecer.

Agradezco la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, los profesores por sus enseñanzas que me formaron como profesional, en especial a Sandra Chicaiza nuestra tutora gracias por toda su ayuda.

Agradezco a mi compañera Erika Daniela gracias por apoyarme y regañarme en todo momento.

Agradezco a la familia Fernández- Duchitanga, Doña Melania, Oscar, Olger, Sonia, gracias por abrirme las puertas y ser la base de este proyecto que Dios les pague y les bendiga.

Oscar te doy las infinitas gracias por tu apoyo en los buenos y los malos momentos, tu ayuda en todos estos años, que Dios llene tu vida de bendiciones.

***Tania Paola Guallas Sumba***

### Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios por la vida y por haberme dado la oportunidad de terminar mis estudios.

Agradezco a toda mi familia, especialmente a mis padres Rodrigo y Sara, a mis hermanas Nelly, Mónica y Cumandá y a mi cuñada Irma, que siempre han estado pendientes de mí tanto en los buenos como en los malos momentos.

Agradezco también a nuestra directora de tesis, Mg. Sandra Chicaiza, gracias por su tiempo, su compromiso y apoyo para culminar este proyecto. Así como a la Sra. Melania D. y al Sr. Ángel F., dueños de la Hacienda El Descanso, gracias por abrirnos las puertas de su hacienda.

Quiero agradecer también a todos mis profesores y mis amigas/os de la universidad. Los momentos compartidos han sido una linda etapa en mi vida.

Y, por último, agradezco a Tania mi compañera de tesis. Gracias por tu amistad, tu confianza y por impulsarme a seguir siempre adelante. Este logro es de las dos.

***Erika Daniela Lituma Yascaribay***

## Dedicatoria

A mi hijo Anthony Fernández todo esto, todo lo que soy, es por y para ti, eres el pilar fundamental de todo lo que hago hijo te amo para siempre.

A mi mamá María Sumba su vida no fue fácil pero siempre será la mejor madre para mí, gracias por darme la vida, gracias por enseñarme a trabajar, a ser fuerte, ser perseverante, gracias por las risas y los llantos siempre la apoyaré mi viejita.

A mi papá Luis Guallas por su apoyo incondicional, por ser un maravilloso padre, por creer ciegamente en mí, por enseñarme la responsabilidad, la gratitud, el respeto, a pesar de la distancia lo amo mucho y espero algún día tener la dicha de abrazarlo.

***Tania Paola Guallas Sumba***

Este trabajo se lo dedico con mucho amor a mis papás Rodrigo y Sara.

***Erika Daniela Lituma Yascaribay***

## Introducción

En los últimos años el agroturismo se ha expandido a lo largo del país como alternativa o estrategia de desarrollo local, turístico y económico de las zonas rurales, ya que permite integrar la actividad turística con la actividad agropecuaria y generar un nicho de mercado llamativo para aquellas personas que aman conocer y viajar a lugares campestres, agrícolas, rodeados de naturaleza, flora y fauna. En términos ambientales Eshun et al. (2014) mencionan que “el agroturismo es una estrategia sostenible que busca incrementar la conciencia ambiental, reducir la contaminación y procurar el buen vivir de las comunidades que se desenvuelven a su alrededor” (p.9).

Así también, en relación a la pandemia que surgió a finales del año 2019, el agroturismo juega un papel importante en el desarrollo rural, ya que el turismo en zonas rurales ofrece oportunidades para la recuperación no solo económica sino social, debido a que los turistas en la actualidad buscan visitar destinos que ofrezcan actividades preferentemente al aire libre, es decir, sin una extensa capacidad de carga como medida de seguridad, protección y bienestar.

Por su parte, la Hacienda El Descanso posee una extensión de 25 hectáreas, está ubicada a una hora treinta minutos de la ciudad de Cuenca en la parroquia Jima, comunidad Cuzhig, sector El Descanso. Posee recursos naturales para realizar actividades turísticas y de recreación propios de las áreas rurales, como por ejemplo: la siembra y cosecha de alimentos, ordeño de leche, elaboración de conservas, participación en las actividades de la vida cotidiana, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales, etc.; estos trabajos de campo combinados con caminatas, avistamiento de aves, cabalgatas, pesca, visita a lagunas, cascadas y ríos, entre otras actividades de recreación al aire libre, hacen de la hacienda un lugar idóneo para el desarrollo agroturístico.

En consecuencia, el proyecto va dirigido a que se aprovechen todos estos recursos que hasta la actualidad no están siendo gestionados, con el fin de que los turistas se beneficien con cada experiencia genuina y de calidad en este lugar, además de que represente un beneficio económico adicional para los propietarios y habitantes del lugar, ya que se espera que el agroturismo beneficie a toda la comunidad de Cuzhig.

De esta manera el presente trabajo se compone de tres partes o capítulos: En el primer capítulo se abordan las principales definiciones de agroturismo, sus antecedentes y generalidades; luego se abordará todo lo concerniente a la parroquia Jima y la comunidad de Cuzhig, es decir, se detallarán los datos generales, la historia, planta turística, infraestructura y superestructura turística del lugar en donde se llevará a cabo el proyecto; y se finalizará el capítulo con una revisión de todos los recursos naturales, ganaderos, agrícolas presentes en la hacienda el Descanso. En el segundo capítulo se presenta el diseño de un modelo de gestión para la Hacienda El Descanso, así como el producto agroturístico que se comercializará y se concluirá con el análisis financiero que nos permitirá conocer el beneficio-costo del proyecto. En el tercer y último capítulo se presenta el análisis de la demanda y el plan de marketing turístico con el cual se trabajará a largo plazo para promover y potenciar el emprendimiento.

Finalmente, los resultados obtenidos de la propuesta de agroturismo esperan beneficiar a todos los actores involucrados, a la comunidad en general, propietarios y turistas que opten por el agroturismo como una alternativa de recreación y el turismo, ya que la hacienda posee muchas cualidades y recursos para ser gestionados dentro de la industria turística.



## CAPÍTULO I

### LEVANTAMIENTO DE LA LINEA BASE CON VISIÓN TURÍSTICA DE LA HACIENDA

#### “EL DESCANSO”

En el presente capítulo, se abordará en primera instancia el campo del Agroturismo desde un enfoque general, revisando las principales definiciones que han surgido a lo largo del tiempo; luego trataremos los antecedentes históricos tanto a nivel mundial como en el Ecuador para tener un conocimiento integral del tema, así como de algunas connotaciones importantes de esta actividad.

Posteriormente, se presentan las generalidades de la Parroquia Jima y la Comunidad de Cuzhig, lugar en el cual se encuentra ubicada la Hacienda El Descanso, a fin de dar a conocer la infraestructura, planta turística y la superestructura turística del lugar y así poder comprender mejor el entorno donde se va a llevar a cabo el proyecto. Para finalizar, se expone todo lo concerniente a la hacienda, su historia y los recursos que dispone en la actualidad.

#### **Agroturismo**

##### ***Introducción al Agroturismo***

Para adentrarnos en el estudio del Agroturismo, su origen y a qué hace referencia es importante comenzar por destacar que el agroturismo forma parte del turismo rural conjuntamente con el turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, turismo de salud, entre otros; entendiendo como turismo rural a “la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas” (Riveros y Blanco, 2003, p. 12).

El agroturismo por lo tanto es una modalidad, tipología o nicho del turismo rural que tiene su origen en Europa en los años cincuenta, posterior a la segunda guerra mundial.

El término *agroturismo* es la unión de dos palabras: *Agro* que corresponde a un prefijo griego que hace referencia al *campo* o la *tierra propia del cultivo agrícola* (Veschi, 2019); que a su vez involucra la agricultura, cuya actividad implica el cultivo y manejo de la tierra y el suelo con el fin de producir alimentos como vegetales, cereales, frutos, entre otros, destinados para el consumo o para el comercio a sectores aledaños (Morales, 2013); y *turismo* que hace referencia a la actividad turística como tal, por lo cual se puede deducir que estamos hablando de la actividad turística llevada a cabo en zonas agrícolas y ganaderas.

En otras palabras, es el tipo de turismo en el cual la vida de campo, las actividades agrícolas, agropecuarias y ganaderas son el principal atractivo, contrastando con otros tipos de turismo donde la naturaleza es el atractivo mas no la actividad agrícola como tal. Al agroturismo también se lo llama Turismo Agrícola, Agroecoturismo o Agriturismo y al tipo de turista, agro turista. Ahora bien, entre las principales definiciones para el agroturismo tenemos:

Según la Organización Mundial del Turismo (como se citó en Pumares, 2019, p.46) el agroturismo “es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios”.

Por su parte Riveros y Blanco (2003) definen que el agroturismo “es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos” (p.12).

Mientras que una de las primeras definiciones creada en 1994 por El Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística ([CEFAT], como se citó en Morales, 2013, p. 28), define:

El agroturismo es un segmento de turismo rural, con la peculiaridad de que se ubica en granjas preferentemente activas, pudiendo hacer partícipe al turista en las diferentes actividades agropecuarias. Según las regiones, este término se identifica con turismo rural, aunque técnicamente ha de entenderse como una modalidad.

Por último, en el Diccionario de Hospitalidad se conceptualiza al agroturismo de la siguiente manera:

Es un tipo de turismo destinado a áreas agrícolas, fincas y otro tipo de instalaciones agrícolas, hortícolas o de agroindustria, con el propósito de participar en sus actividades productivas, en un entorno recreativo y educativo. Los visitantes tienen la oportunidad de realizar trabajos junto a agricultores reales o de meterse en el agua para acompañar a pescadores que viven de su labor. (Martínez, 2008, definición 1)

En resumen, recopilando los conceptos previos podemos decir que el agroturismo es una modalidad del turismo rural que se basa en la visita o el desplazamiento de turistas hacia zonas agrícolas, pudiendo ser estas principalmente fincas, haciendas, granjas, villas o casas de campo. Aquí, los dueños que en su mayoría son agricultores y campesinos, comparten de manera directa las labores cotidianas y estilo de vida con los visitantes, permitiéndoles participar en todas las tareas agrícolas, ganaderas, acuícolas, gastronómicas, silvestres y más, debido a que el principal objetivo y motivación de este nicho turístico es la experiencia vivencial de las actividades agropecuarias y la vida del campo. Por ello, para cumplir con este propósito todas estas actividades deben ser acompañadas con la prestación de servicios como el alojamiento, alimentación, guianza, transporte y servicios de recreación.

Ahora bien, el agroturismo puede surgir de manera espontánea como es el caso de las haciendas que gracias a sus estilos arquitectónicos, historia y sus vistosos huertos frutales, llaman la atención de las personas de manera genuina, haciendo que éstas sin previa anticipación decidan recorrer dichos huertos y así, con la réplica de esta dinámica las haciendas un día se ven incorporando visitas a sus predios; o puede ser planificada tomando en cuenta las bondades de las áreas rurales potencialmente turísticas, en ambos casos es un hecho que beneficia económicamente a los agricultores dueños de las fincas, haciendas, villas, casas de campo y granjas, así como a la comunidad en la que se encuentra; es por ello que actualmente el agroturismo es contemplado como una alternativa o estrategia para el desarrollo local y turístico ya sea que se lo plantee como actividad principal o como actividad complementaria a la producción agrícola y ganadera.

De manera general, indagando se puede comprobar que mayoritariamente el agroturismo comienza como actividad complementaria a la actividad principal que es la agricultura y ganadería, con el objetivo de generar ingresos adicionales y solventar los gastos de la familia campesina. En el Azuay, por ejemplo, cada vez son más las familias de los sectores rurales que desean emprender y abrir las puertas de sus haciendas y fincas a los turistas nacionales y extranjeros con el fin de darse a conocer, promover el turismo y generar nuevas oportunidades para salir adelante; incluso muchas personas emprendedoras están construyendo vistosas casas de campo con este fin.

A continuación, abordaremos sobre la historia del agroturismo en el mundo para conocer el origen de esta actividad y posteriormente el desarrollo del agroturismo y la situación actual que se vive en el Ecuador.

### ***Antecedentes del Agroturismo***

El agroturismo surge en Europa a partir de los años cincuenta, posterior a la segunda guerra mundial, pero para comprender mejor su origen se dividirá la historia del agroturismo en tres etapas. La primera etapa se da a razón de que, por la guerra, los campos y zonas alejadas se veían como una buena opción para establecerse y construir casas, posadas o refugios, estos hogares con el transcurrir del tiempo comenzaron a servir de manera esporádica como alojamientos para aquellos viajeros que iban de paso por esas tierras, ocasionando así que poco a poco las personas empiecen a tener plazas disponibles en sus hogares para recibir a dichos forasteros. Cabe mencionar que algunos de ellos para retribuir el favor por la posada ayudaban en las labores del hogar, por ejemplo, con el labrado de tierras, la cosecha, el pastoreo, otros intercambiaban productos alimenticios, herramientas y con menor frecuencia dinero. Esto se daba principalmente porque pasaban temporadas más o menos extensas ahí, hasta poder emprender nuevamente su viaje ya que debían tomar en cuenta las condiciones climáticas y ambientales, entonces por tal razón se debía contribuir de alguna manera con las tareas.

Esta dinámica se replicaba en la mayor parte de Europa y Norteamérica hasta el comienzo de los años sesenta, donde podemos destacar que especialmente se dio en las zonas montañosas y campestres de los Alpes alemanes, suizos y franceses debido al montañismo y alpinismo que empezaba a surgir. Por lo tanto, en esta época el turismo rural (agroturismo) se basaba mayormente en alojamiento y alimentación. Los campesinos europeos no buscaban un beneficio económico como tal, sino que prestaban hospedaje por amabilidad, y las actividades agrícolas no estaban contempladas como el eje de la visita, sino que se daban como retribución a un favor adquirido (Riveros y Blanco, 2003).

La segunda etapa durante los años sesenta, setenta y ochenta se caracteriza esencialmente por el regreso temporal de las personas que visitaban su pueblo de origen por vacaciones, esto

después de que emigraran desde su pueblo hasta las principales ciudades y centros urbanos de Italia, Francia, Inglaterra, España, Finlandia y Estados Unidos. Durante este periodo los campos sufrieron un fuerte abandono, se podría decir que tanto jóvenes de la clase baja como de la clase media-alta de las zonas rurales emigraron al exterior; los jóvenes de bajos recursos lo hacían para buscar un buen futuro y mejorar el estilo de vida de sus familias, mientras que los jóvenes de clase alta lo hacían por decisión de sus padres para prepararse académicamente o para trabajar en grandes empresas multinacionales, en ambos casos, los que se quedaron tuvieron que tomar las riendas de sus hogares y continuar con la vida agrícola. Es debido a ello que posteriormente de manera espontánea tuvo lugar un tipo de turismo de “retorno” que de alguna manera dinamizaba y fortalecía la economía del lugar de origen (Bardón, 1990). Cada vez eran más las personas que decidían volver y pasar un periodo corto en sus tierras natales. Unos, ayudando con la crianza de animales y el cultivo de las tierras y otros con el fin de simplemente visitar a sus familias. En ese momento muchas fincas y haciendas europeas fueron contemplando la idea de ofrecer servicios de alojamiento y restauración más especializados y mejor atendidos ya que las personas que retornaban generalmente lo hacían acompañados de colegas, amigos o sus propias familias en el caso de que hubiesen contraído matrimonio en la ciudad.

Bajo esta nueva oportunidad que se presentaba, las familias campesinas empezaron a brindar buena acogida a los visitantes y tomaron como punto clave la gastronomía elaborada con productos de la zona, convirtiéndose así ésta en su principal encanto. Kasperek (2002) en uno de sus textos lo describe así:

La fauna y flora de las landas se transformaron en una atracción turística sólo cuando surgió una nueva estética del paisaje y las landas comenzaron a gustar a los turistas. (...), por el contrario, las landas fueron temidas como “lugar silvestre” y “desierto”. (p. 2)

Entonces la dinámica fue así, las personas de altos recursos económicos que iban de vacaciones a las zonas rurales de Alemania, Suecia, Bélgica, Italia, Francia, Suiza, entre otros países, comenzaron a realizar recorridos por las diferentes fincas de conocidos, amigos y de sus familiares, como era de esperarse. Estos recorridos incluían visitas a plantaciones, granjas y huertos europeos mientras que se hospedaban en las haciendas y fincas. Los propietarios campesinos comenzaron a tener una leve visión de lo que podrían conseguir en el futuro de estos continuos retornos de personas a sus tierras, pero fueron relativamente pocos los que tenían una visión clara, por lo que aún no se hablaba de turismo agrícola sólo se tomaba como una visita espontánea, esporádica y sin ánimos de lucro; tampoco tenían énfasis en la agricultura o ganadería, mas poco a poco los paisajes fueron tomando una ornamentación y estética agradable, ideal para ser visitada.

No podemos olvidar que en estos años el turismo de masas estaba en su mayor auge y como mencionamos aún no se hablaba de turismo especializado o selectivo, por lo que lo más relevante que podemos destacar es que en España en el año 1965 se pone en marcha el programa “Casas de Labranzas” como incentivo a esta dinámica que venía dándose y que tenía como fin específico prestar alojamiento en casas rurales (Moral-Moral, Fernández-Alles y Sánchez-Franco, 2019). En Italia mientras tanto en 1966 nació la primera ruta del vino llamada “Strada del Prosecco” en haciendas agrícolas localizadas en quince municipios; concretamente se abrieron las puertas de las bodegas familiares para mostrar los procesos de producción a gente particular. Posteriormente vendrían las rutas “Nuova Strada del Prosecco” y “Vini dei Colli di Conegliano” mucho más elaboradas y planificadas, que incluían recorridos por los viñedos y plantaciones de castañas, paseos por las colinas y valles, visitas en las bodegas donde se brindaban degustaciones de vinos blancos, secos y espumantes Prosecco, acompañado de catas de queso (Cavallo, 2013).

La tercera etapa del turismo rural y del agroturismo en sí se da con la implementación consciente de estas actividades como forma de generar ingresos extras a sus actividades normales de agricultura y ganadería en los años noventa. Los agricultores europeos, dueños de fincas, haciendas y casas de campo vieron que sus grandes extensiones de tierra podrían generar más réditos económicos gracias a las visitas esporádicas de retorno, tomando en cuenta que en Europa existen varias haciendas y fincas que poseen un gran valor arquitectónico, paisajístico, histórico y cultural, por lo que tales propietarios decidieron implementar visitas guiadas a estos lugares. Como ejemplo, podemos citar las visitas a los campos de tulipanes en fincas holandesas; recorridos por los viñedos y bodegas vitícolas en Italia y Suiza; visita a los campos de girasoles en Rumania; visita a las plantaciones de castaña en Italia; visita a las granjas de ganado vacuno de raza normando, en Normandía al noroeste de Francia o a las populares ovejas de la raza heidschnucke en Alemania. Estas visitas les permitían mejorar la economía familiar ya que cada vez se incrementaba la demanda para alojamiento y alimentación, a su vez que les ayudaba a darse a conocer en los países vecinos.

Sumado a esto, el nacimiento de la consciencia ambiental que se caracterizó por el cambio en las preferencias de los turistas durante los años noventa y dos mil, en donde se empieza a dejar a un lado las típicas vacaciones de sol y playa y el turismo de masas, por actividades más personalizadas en destinos apartados, rodeados de naturaleza, con paisajes agrícolas y entornos familiares. Es así que se empieza a plantear al agroturismo como una actividad turística potencial, estrechamente ligada al ecoturismo, pero guardando sus peculiaridades, hasta el punto que en los años siguientes la mayoría de países europeos y norteamericanos empezaron a redactar las primeras leyes, ordenanzas, decretos y políticas para el agroturismo. Surgieron varias definiciones y conceptos sobre lo que es, y se lo empezó a catalogar como un nuevo nicho de mercado en el turismo. Tanto desde la iniciativa privada como pública emergieron propuestas



para consolidar el agroturismo. Las rutas agroturísticas tomaron fuerza y llegaron a ser un modelo a imitar en varios países de América y el Caribe.

En la mayoría de fuentes bibliográficas mencionan que España fue el país que a diferencia de los demás países europeos desarrolló el agroturismo de manera lenta a pesar de ser un país del primer mundo, pues su principal enfoque siempre ha estado en el turismo de sol y playa debido a sus costas mediterráneas y al turismo cultural por la historia de todas sus ciudades. En esos años únicamente el País Vasco, que es una comunidad autónoma española, llegó a emitir decretos para regular el turismo agrícola en su jurisdicción; mientras que siete de las diecisiete comunidades restantes tenían una legislación relativamente pobre respecto a este tema, sin embargo, en la actualidad se podría decir que ven al agroturismo como una excelente estrategia para complementar sus productos turísticos de sol y playa (Riveros y Blanco, 2003; Tirado, 2017).

En esta tercera etapa también, un factor importante que contribuyó al auge del agroturismo en los primeros años del siglo XXI en los países europeos, fue el desarrollo acelerado de las grandes ciudades debido a la globalización, que como sabemos impactó muchos aspectos de la vida del ser humano. Este desarrollo acelerado tanto a nivel social, político, tecnológico, institucional, económico, cultural y ambiental de las grandes ciudades ha ocasionado que las personas prefieran espacios para relajarse fuera de los entornos urbanos.

Dicho de otro modo, la saturación de horarios, la rutina diaria, el exceso de obligaciones y el pasar horas frente a un computador entre cuatro paredes de una oficina, son de manera general lo que conlleva ser un país del primer mundo y esto ha influido para que el ser humano desee escapar a sitios alejados de las grandes ciudades y se decida por actividades ajenas a su rutina diaria en paisajes naturales. Adicionalmente, para ventaja del turista que se decide por el agroturismo, cada vez se han ido añadiendo nuevos servicios y actividades complementarias

para satisfacer sus necesidades como son las actividades deportivas, lúdicas, académicas, de salud, científicas y más.

En América Latina la historia no es distinta, gracias a los modelos turísticos traídos del viejo continente, nace en varios países del Centro y Sur de América la idea del agroturismo. La etapa uno y dos que se dio en Europa a partir de los años cincuenta, se dio de igual manera en América, diferenciando únicamente la etapa tres que llegó años más tarde hasta nuestro continente por efecto propio de la globalización.

Entonces la historia se repite: primero se da la etapa en que se ofrecen alojamientos esporádicos en zonas campestres de los países de Latino América; luego, aparece un tipo de turismo de retorno de personas que han emigrado de su pueblo natal y debido a ese retorno, surge paulatinamente el turismo agrícola; sin embargo, un punto a tomar en cuenta entre la etapa dos y tres para Latinoamérica es que, el origen como tal del agroturismo se da gracias al modelo tomado por la población jubilada o adultos mayores de los países anglosajones, quienes han sido los responsables de popularizar tácitamente el agroturismo por todo Centro América, el Caribe y Sudamérica durante sus viajes, pues es de total conocimiento que este segmento de la población prefieren los paquetes turísticos que implican destinos turísticos naturales.

Por consiguiente, gracias a esto, así como a la disposición de las tierras rurales y sus recursos, el agroturismo creció y se expandió durante la primera década del siglo XXI como una novedosa oferta turística en aquellos países agrícolas y ganaderos de América Latina, incrementando cada día su demanda. Para Chile, por ejemplo, la información más temprana sobre agroturismo que pudimos constatar se da en 1999 con el primer Seminario Internacional, en el cual participaron varios actores del sector turístico, su objetivo fue plantear al agroturismo y turismo rural como eje de desarrollo en el país (Naciones Unidas, 2001). Esto, alrededor de quince años antes que nuestro país Ecuador.

### ***El Agroturismo en el Ecuador***

En Ecuador no se tiene una fecha determinada de la incursión en las actividades agroturísticas o turismo agrícola; sin embargo, varios autores como Andrade y Ullauri (2015), hacen referencia a que empieza a tomarse en cuenta posterior a la Reforma Agraria de 1964, la cual tuvo como objetivo mejorar la vida del campesino y la correcta distribución de las tierras.

Para iniciar, es importante mencionar que no existen estadísticas de los motivos de viaje durante los años cincuenta, sesenta y setenta, pues el movimiento de personas de un lugar a otro comenzó como en Europa, donde las primeras posadas se dieron debido a la amabilidad de las personas con los visitantes que pasaban por sus hogares y necesitaban un lugar para pasar la noche, por lo que el pago se realizaba a través del intercambio de alimentos, herramientas o mano de obra; es así que hablar de agroturismo o turismo rural durante esos años en el Ecuador aún era temprano.

A partir de los años setenta, como mencionan Andrade y Ullauri (2015), las visitas hacia las zonas rurales comienzan a tomar fuerza principalmente en la sierra norte y centro. Entre las primeras haciendas que se destacaban por recibir viajeros tenemos: la Hacienda Chorlaví en Imbabura, que se conoce por ser la pionera en incorporar el turismo a su agenda; la Hacienda Abraspungo y la Hacienda San Agustín del Callo en Cotopaxi, que es famosa por ser construida en un antiguo palacio Inca.

En cuanto a la sierra sur únicamente se tiene referencia de la reconocida Hacienda Uzhpud, que abrió sus puertas en 1979 en el cantón Paute y la Hostería Santa Bárbara que fue construida en el año 1965 en el cantón Gualaceo, conocida en ese entonces como Hostería Gualaceo. Por otro lado, algo importante de destacar de la región sur del Ecuador específicamente en el cantón Cuenca, es que los viajeros que venían de la costa pasaban su estadía en quintas y fincas de ciertas parroquias rurales como Sayausí, Tarqui, Cumbe (Andrade y Ullauri, 2015).

Pero durante estos años en sí la actividad agrícola no estaba bien definida, ya que apenas algunas parcelas de huertas en San Joaquín, Ricaurte, Baños, se podría decir que producían a pequeña escala maíz, hortalizas, flores y frutos para el consumo propio únicamente (Andrade, 2014). Con estas referencias podemos concluir que los terrenos cultivados no eran un atractivo a pesar de que se buscaba hospedaje en zonas rurales, ya que el enfoque estaba en el desarrollo agropecuario para el autoconsumo mas no para ofrecer servicios turísticos.

Continuando con los años ochenta, la mayor parte de las zonas rurales de todo el Ecuador se caracterizaba por una agricultura de subsistencia. Las haciendas, fincas y quintas se habían desestructurado como consecuencia de las reformas agrarias que iban teniendo lugar; la producción de maíz, papas, hortalizas, legumbres fue disminuyendo, al mismo tiempo que fueron remplazados muchos de estos sembríos por extensiones más grandes de cultivos de caña de azúcar que estaba de moda por el aguardiente que se podía obtener; sumado a ello la migración de la población del Austro a países extranjeros en los años noventa, ha ocasionado que las aéreas rurales del país durante varios años hayan sido descuidadas y poco tomadas en cuenta para el turismo y por ende para el agroturismo.

Andrade y Ullauri (2015) mencionan que se “puede evidenciar esa realidad en la información recopilada en el PLANDETUR 2020, documento en el cual los productos turísticos por destinos regionales, no consta el tema Agroturismo como producto de destino, ni producto potencial en la región del Austro” (p. 1203). Sin embargo, gracias a la demanda por parte de los extranjeros para visitar y conocer áreas naturales-rurales, y gracias a los modelos de turismo europeos que siempre preceden a los de América latina, es que a partir del año 2015 se afianza esta actividad en nuestro país y toma mayor aceptación tanto en haciendas del Litoral como del Austro y Amazonía; de igual forma en agencias y operadoras turísticas que de una u otra manera incluyen en sus paquetes, itinerarios a zonas rurales.

Así también se podría mencionar que, gracias a las propuestas de estudiantes universitarios de la rama de turismo, muchas familias de agricultores están poniendo su mira en el desarrollo agroturístico por los beneficios que éste promete, sumado el apoyo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) tanto parroquiales y municipales en crear rutas agroturísticas, así como de las entidades públicas y privadas, hoy en día se puede hablar del agroturismo como una oportunidad para el desarrollo local y turístico.

Algunos ejemplos de agroturismo en la costa ecuatoriana tenemos en la provincia de El Oro en las fincas y haciendas poseedoras de plantaciones de banano, frutos tropicales, café, cacao, caña de azúcar, piña. Prueba de ello están el Hillary Nature Resort, Finca Happy Fruit ubicadas en Arenillas; el Centro Turístico Cabañas de San Juan localizado en Zaruma, la Finca Agroturística Pomayacu, la Finca Agroturística Santa Rita en Zaruma. En Machala podemos encontrar la Asociación San José del Retiro, una asociación de agricultura familiar que ofertan a los turistas visitas a los cultivos y la elaboración de productos orgánicos; además de la puesta en práctica de saberes ancestrales. Cabe destacar que el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Agricultura y Ganadería apoyan e impulsan este tipo de emprendimientos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018).

De igual manera por las características de la provincia del Guayas y Los Ríos que son eminentemente rurales surgen rutas en fincas, haciendas y ranchos agroturísticos creados conjuntamente con el Gobierno Provincial del Guayas como la Ruta del Arroz en la Hacienda las Habras-Colimes; la Ruta del Cacao en la Hacienda Las Cañas y la Hacienda Jambelí-Naranjal; la Ruta del Pescador en la Hacienda El Castillo, Finca la Gloria y el Rancho Río Chico; la Ruta de la Avena en la Hacienda Mundo San Rafael Bucay, la Hacienda Turística El Cadeal, El Refugio Campestre La Palma Azul, Rancho el Borinquen y la Hacienda Bella Marina, todas en el Guayas; y la Ruta del Azúcar en la Hacienda la Danesa, el Rancho Vasija de Barro y la Finca El Chaparral en Los Ríos. Estas rutas incluyen servicios de guía, hospedaje, alimentación y degustación a

disposición de los visitantes si así lo desean o en su defecto cada hacienda ofrece sus servicios de manera individual.

En Babahoyo por su parte se pueden realizar visitas a la histórica Casa Hacienda de José Joaquín de Olmedo, a la Hacienda la Clementina, la Hacienda San José o la Hacienda Rodeo Grande que incluye visita a las plantaciones de banano, su producción, empaque y distribución (Zambrano-Mieles, Zambrano-Burgos, Mieles-Cevallos, y Castelo-González, 2017).

En la Amazonía, en el cantón La Joya de los Sachas de la provincia de Orellana el agroturismo forma parte de las principales actividades con el afán de reactivar la economía local. Los turistas pueden conocer sobre la producción agrícola y los cultivos amazónicos, realizar paseos en bote, probar la comida típica como los maitos de tilapia y la pizza de palmito principalmente en las fincas de Aroma del Cacao y Majagua. En Morona Santiago podemos destacar el cantón Palora en el cual la agricultura y el turismo les ha permitido crear la “Ruta de la Pitahaya” en donde intervienen varias fincas y haciendas como la Finca La Vaca Swiss Bistro, la Finca Prócel, Pita Fresh, Palora Exotic Fruit, Pitahaya Delgado, Finca San Jorge, Finca El Progreso y La Esperanza, ésta última es una finca de renombre por ser la primera en el Ecuador en encontrar la planta de pitahaya o “fruto del dragón” en el año 1968.

Actualmente en todas estas fincas se realizan recorridos por las diferentes plantaciones observando su siembra, cosecha y empaque para el comercio y exportación de estas plantas exóticas, así como la preparación de vinos y otros productos derivados de la pitajaya; mientras que en la noche se puede presenciar el florecimiento de la pitahaya a su vez que se alojan en sus instalaciones. Además, pueden visitar el Ex Penal, que es la primera cárcel agraria del Ecuador y la compañía de té CETCA, que cuenta con invernaderos, plantaciones y áreas de procesamiento de diferentes plantas exóticas del oriente. (Ministerio de Turismo, 2021). Estos

emprendimientos tomaron fuerza desde el año 2020 gracias a las iniciativas del Ministerio de Turismo por desarrollar el agroturismo en las zonas rurales.

En las Islas Galápagos por su parte podríamos remarcar que el año 2020 ha sido el año en el que se da la incursión en el turismo agrícola pues en febrero de ese año los técnicos de la Zona Insular del Ministerio de Turismo comenzaron a brindar asesoría a los propietarios de cuatro fincas agrícolas de la zona rural de Santa Cruz en materia de accesibilidad turística, rutas, señalética, implementación de servicios y diseño de senderos. Además, se ha planteado crear con las agencias y operadoras turísticas nuevos paquetes turísticos que incluyan visitas a estas fincas agrícolas (Ministerio de Turismo, 2020). Todas estas acciones apuntan a potencializar y diversificar la actividad turística en las islas, ya que los turistas tienen la oportunidad de convivir más de cerca con las familias campesinas y conocer su producción agrícola local, a la vez que disfrutan del turismo de sol y playa y del ecoturismo característico que ofrece la región insular de Galápagos.

Adicionalmente a esta iniciativa, se llevaron a cabo alianzas y acuerdos de conservación entre agricultores, el Ministerio de Turismo o MINTUR, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y la organización no gubernamental Conservación Internacional Ecuador, con el fin de comprometerse en el manejo sostenible de la producción y el cuidado del medio ambiente en las islas (Ministerio de Turismo, 2020). Tomando en consideración que las islas Galápagos forman parte de un ecosistema sensible, por lo cual es indispensable que todos los proyectos pasen por un filtro para medir su impactos reales y potenciales a fin de prever medidas de contingencia.

En la sierra ecuatoriana podemos mencionar también emprendimientos agroturísticos como la Finca Don Antonio ubicada en El Pan, cantón de la provincia del Azuay. Éste es una iniciativa de Ana María Villavicencio, su actual propietaria, quien ganó el primer lugar en el concurso “Emprende Turismo” creado por MINTUR por su excelente propuesta y modelo de gestión. La

finca se especializa en proveer a sus visitantes actividades como la siembra y cosecha de productos agroecológicos, cabalgata y degustación de licores, lácteos como el yogurt y frutas.

También está la Finca Yaussa Agroturística que fue creada en el año 2017 en la provincia de Pichincha. Esta finca posee dieciocho hectáreas de terrenos los cuales se dividen en áreas de producción de cultivos tropicales y seis hectáreas destinadas a la conservación de la biodiversidad. Entre sus principales atractivos la finca ofrece un recorrido llamado “Olores y Sabores” que tiene como objetivo estimular los sentidos de las personas, ahí los visitantes conocen sobre el cacao, sus variedades y sus procesos productivos de fermentación, secado hasta la degustación que no puede faltar (Finca Yaussa, s.f.).

Con todas estas propuestas de agroturismo existentes podemos comentar que en el país aún faltan documentos regulatorios, operativos y técnicos dirigidos específicamente para el agroturismo, lo más que se pudo encontrar fueron los talleres dirigidos por el Ministerio de Turismo que se desarrollaron entre los años 2018 y 2019 con los actores involucrados del sector como son operadoras turísticas, GAD parroquias y municipales, asociaciones de agricultura, técnicos del Ministerio de Agricultura y Ganadería en los cuales el tema central fue generar alianzas y medidas para que el agroturismo se afiance de mejor manera, por lo que se espera que a futuro esta actividad sea mejor regulada.

Finalmente, la situación actual del turismo, año 2021, no solo en el Ecuador sino en todos los países del mundo, se ha visto fuertemente afectado desde diciembre del año 2019 debido a la pandemia ocasionada por la COVID-19, que ha causado la muerte de millones de personas en todo el mundo y ha impactado negativamente la economía por los prolongados confinamientos, cuarentenas y restricciones que se han llevado a cabo con el fin de erradicar el contagio masivo de las personas. Por ello, el turismo no ha sido la excepción y durante el año 2020 todo tipo de actividades y servicios turísticos se han tenido que suspender llevando a la quiebra a cientos de empresas públicas y privadas que trabajan en este sector de la economía.



En este contexto, a partir de junio del año 2021 con la creación y entrega de las primeras vacunas para hacerle frente a la pandemia, el Ministerio de Turismo del Ecuador busca la manera de reactivar el turismo en el país, por lo que actualmente se encuentra planteando estrategias que ayuden a dinamizar e impulsar el turismo principalmente en zonas rurales, ya que se ha puesto el foco y la esperanza en estas zonas por todo lo que representan en esta época donde el distanciamiento social y las actividades al aire libre son primordiales.

El proyecto principal planteado por el MINTUR y el Ministerio de Agricultura se denomina “Agroturismo y Turismo Ecológico”, en palabras textuales de Sebastián Meléndez, subsecretario de Gestión y Desarrollo del Ministerio de Turismo: “con este producto se espera promover la oferta nacional y acercar a los turistas con los agricultores para que conozcan cómo, durante esta emergencia sanitaria, continuó la producción de alimentos para todo el país” (Ministerio de Turismo, 2020). Además, se ha creado la guía digital “Vuelve al Campo”, el programa “Pueblos Mágicos del Ecuador”, la campaña “Me quedo en Ecuador”, la página web para turismo rural a nivel nacional: [www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/](http://www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/), y se ha declarado al mes de agosto del 2021 como el “Mes de las Haciendas y el Turismo Rural”.

Por su parte, el ministro de turismo Neils Olsen informó que el “Plan de Turismo 2025” se centrará en proponer políticas de sustentabilidad y sostenibilidad claras para el turismo rural y todas sus modalidades que en su mayoría involucran haciendas agroturísticas, cabañas y casas de campo (Ministerio de Turismo, 2021). Por lo que se espera que a partir de los últimos meses del año 2021 y especialmente durante los años 2022, 2023 y 2024 se ponga en marcha tanto en el territorio continental como en las islas Galápagos estos proyectos para superar la crisis de la industria turística en el país.

Para culminar este acercamiento al agroturismo, en el siguiente apartado se explican seis puntos importantes sobre lo que conlleva realizar esta actividad.

### ***Consideraciones del Agroturismo***

El agroturismo al igual que toda actividad dentro de la industria de la hospitalidad y el sector turístico tiene sus parámetros y consideraciones que detallaremos continuación:

Primero, el turista y/o visitante contacta y contrata su paquete turístico de agroturismo, el paquete turístico puede estar ya diseñado y conformado por un itinerario establecido listo para llevarse a cabo, o en el caso que se lleve la actividad de manera empírica las actividades a desarrollarse irán surgiendo espontáneamente. Generalmente el turismo agrícola en su mayoría involucra alojamiento, alimentación, transporte, guianza, actividades recreativas y complementarias. Algo importante de señalar como menciona Silva (2018) es que:

A menudo estas ofertas no se promocionan mediante el empleo literal del término agroturismo, sino simplemente como tours a granjas o fincas. Por ello es normal que no se vean reflejadas en las estadísticas oficiales del turismo o en los folletos de las agencias de viajes. (p.17)

Segundo, las personas encargadas de las actividades son los propios agricultores, los cuales gracias a su experiencia dan a conocer detalladamente la vida de campo, se podría decir que son ellos los guías turísticos propios del lugar. Si la hacienda o finca es grande se podrá contar con mayor personal para estas tareas, aunque sin ningún problema éste puede ser llevado a cabo por los dueños, familiares: hijas o hijos adultos, y finalmente por los trabajadores.

Para esta labor es importante que la persona encargada sepa desenvolverse adecuadamente delante de los turistas, no de una manera técnica o compleja, sino que desde su experiencia y sencillez transmita sus conocimientos de una forma clara y entendible para todos. A los turistas en este tipo de turismo les llama la atención la calidez y la espontaneidad de la familia que los recibe en vista de eso se espera que simplemente sean ellos mismos, que compartan y cuenten sus vivencias tal cual las llevan a cabo y convivan con el turista haciéndolo formar parte no solo

de una experiencia turística sino de una experiencia de vida. Lowatell define el perfil del turista rural como:

Un neo-romántico desencantado con la sociedad urbana, pero sin poder renunciar permanentemente a su cotidianeidad como ciudadano. Preocupado por la naturaleza y por las culturas que, intuitivamente se considera en la frontera del cambio inminente, busca las señas de identidad y elogia lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico. (como se citó en Santana, 1998; Riveros y Blanco, 2003, p.14)

Tercero, los turistas al elegir el agroturismo o turismo agrícola para sus vacaciones esperan poder inmiscuirse en todas las quehaceres propios de la vida agrícola o de campo, por lo que entre las actividades que generalmente están dentro del itinerario tenemos: siembra y cosecha de productos propios de la zona y la temporada como frutas, vegetales, cereales, legumbres, hortalizas; alimentación a los animales ya sean gallinas, patos, pavos, peces, cuyes, conejos, vacas, ovejas, caballos, cerdos, chivos, cabras, llamas, alpacas, animales domésticos, entre otros; actividades como el ordeño de las vacas, pastoreo de ovejas, pesca, montar a caballo; preparación y degustación de productos elaborados en base a materia prima animal o vegetal del lugar: quesos, quesillos, mermeladas, yogurt, aguardiente, guarapo, panela, helados, vinos.

También actividades apícolas como la extracción de miel y cuidado de las colmenas; visita a los viveros y huertos; visita a los viñedos para la vendimia o cosecha de la uva; empleo de maquinarias como los telares o el trapiche que sirve para la extracción del jugo de la caña; preparación de alimentos con productos, recetas y saberes tradicionales propios de la zona; elaboración de artesanías; tejido de cobijas, chales, bufandas; visita a talleres de sombreros de paja, ladrillos, bloques, vinos, quesos y yogurt.

De igual manera, algo infaltable es la visita a plantaciones de banano, cacao, café, flores; convivencia con los agricultores; visita a los paisajes de interés turístico ya sean lagos, lagunas,

cascadas, miradores, montañas, bosques; observación de fauna y flora; arado de las tierras; creación de abonos; crianza de lombrices; actividades recreativas, de estudio y lúdicas, entre otras actividades.

Estas actividades se llevan a cabo dependiendo de los recursos, la geografía y las facilidades con las que cuenta el lugar, no todas son para todos los lugares por lo que es primordial que se comunique al turista el tipo de actividad con las que se cuenta. Con respecto al factor económico, como se puede apreciar existe un sin número de tareas propias de la vida del campo que pueden generar porcentajes aceptables de ganancias a través del agroturismo, por lo que la oferta turística de los mismos sirve para apoyar la economía familiar y local.

Cuarto, el agroturismo conlleva mucha responsabilidad por parte del turista como de los agricultores, por tanto, para que un emprendimiento rinda sus frutos es indispensable que las dos partes cumplan con sus funciones y se acaten ciertos lineamientos. Entre estos lineamientos podemos nombrar las políticas de seguridad, políticas de conservación y respeto hacia el medio ambiente, políticas de manejo y operación, entre otros, que si bien no son bases o políticas netamente legales, sin embargo, pueden beneficiar a ambas partes y evitar mal entendidos. Así también, el lugar donde se desarrolla el agroturismo: hacienda, finca, granja, casa de campo o villa, debe garantizar una infraestructura y planta turística en buenas condiciones para el confort de los turistas.

En cuanto al tiempo de estadía, esta varía ya que pueden ser visitas de un día, como de una semana, un mes, pues todo depende del propósito de la visita, si es por descanso, por estudio, por diversión, por relajación y ocio. Silva (2018) con respecto a este punto determina: día de campo, a la visita por un día completo a una finca agropecuaria para conocer sus principales actividades, degustar la gastronomía y reconocer parajes naturales aledaños; fin de semana en el campo, a la estadía de dos o tres días en una finca/hacienda para conocer y participar en

actividades agrícolas y ganaderas de manera más profunda y minuciosa, además de realizar actividades recreativas y conocer atractivos del sector; vacaciones en la granja, a la estadía de una semana o más tiempo, donde se ofrece una variedad de opciones recreativas y turísticas basadas en la granja, los huertos, a su vez que se prestan servicios más completos y personalizados debido al número de días que se tienen planificados; y por último, circuitos y rutas agroturísticas que son recorridos de cierta duración que combinan el conocimiento de parajes naturales con el modo de vida de las comunidades, donde generalmente se visitan haciendas y fincas dedicadas al agroturismo.

Quinto, este punto va de la mano con el anterior y trata sobre algunas condiciones que se deberían cumplir para que un proyecto de agroturismo se lleve a cabo exitosamente. Entre ellas tenemos que el lugar en donde se piensa llevar a cabo sea en su mayoría natural y/o rural, debe tener una superficie preferentemente extensa para que se pueda ofrecer una gran variedad de cultivos, huertos y áreas de pastoreo, o de lo contrario se volverían áreas poco llamativas o monótonas; el paisaje debe ser agradable y rico en atractivos complementarios ya sean culturales o naturales. También es importante que exista estabilidad política, buenas vías de acceso, infraestructura y planta turística, así como la aceptación por parte de los habitantes de la zona (Kasperek, 2002).

A todo esto, podríamos adicionar que es importante la educación y las capacitaciones en materia de turismo a las personas que van a manejar este tipo de emprendimientos. Las capacitaciones deben ser, por ejemplo, sobre atención al cliente, manejo de áreas, guianza turística, gestión turística, entre otros.

Como sexto punto, se abordan los principales beneficios que el agroturismo proporciona con su implementación: genera experiencias enriquecedoras para los turistas y/o visitantes que aman la naturaleza; favorece el contacto y la convivencia entre distintas culturas; dinamiza la economía

de la familia dueña de la finca, hacienda o granja así como de la comunidad local, sector o parroquia; promueve la revalorización del patrimonio cultural, natural, gastronómico, etnológico, material e inmaterial del lugar; suscita la conservación de las actividades agrícolas y ganaderas; incentiva a la conservación de la biodiversidad, fauna y flora endémica; impulsa el desarrollo local y el desarrollo turístico del lugar; diversifica la oferta productiva de la hacienda, finca o granja incentivando a que dicha producción sea desde un enfoque sostenible y sustentable; y promueve la educación ambiental, agropecuaria y turística (Solsona, 2006).

Por otro lado, así como brinda el agroturismo múltiples beneficios, también se deben considerar los posibles impactos negativos de la actividad, puesto que en cualquier actividad en la que el ser humano esté inmerso siempre existirán impactos. Es así que para que se pueda hablar de Turismo y Agro como una actividad a largo plazo, “este último debe estar consolidado en el sentido que sus características particulares no se transformen; agregándole agentes ajenos a la ruralidad, estos agentes pueden de cierta forma traducirse como impactos, pudiendo ser económicos, paisajísticos, ambientales, culturales, sociales, etc.” (Andrade, 2014, p. 75).

Concluido el panorama general del agroturismo, se presentan las generalidades de la parroquia Jima, parroquia en la cual se encuentra ubicada la Comunidad de Cuzhig de la cual la Hacienda El Descanso forma parte; por tal motivo conocer más acerca de la parroquia Jima, sus atractivos, infraestructura turística, planta turística y superestructura turística, ayudará a tener una visión global del entorno y a saber cómo éste influirá en el desarrollo turístico de la Hacienda El Descanso.

## Parroquia Jima

### ***Generalidades de la Parroquia Jima***

La parroquia Jima es una de las seis parroquias que conforman el cantón Sigüig y está considerada una parroquia rural en su totalidad, por lo que sus habitantes se dedican principalmente a las actividades agrícolas y ganaderas.

En la actualidad las granjas, huertos, fincas y haciendas que existen en la parroquia, desarrollan la actividad agrícola para el autoconsumo y un pequeño porcentaje lo destinan para la venta en el mercado local y cantones aledaños como Gualaceo, Chordeleg, Cuenca y Loja; pero con respecto al ámbito turístico no desarrollan ningún tipo de turismo rural o de naturaleza, como es el caso de la Hacienda El Descanso que se dedica únicamente al cultivo de productos propios de la sierra ecuatoriana y a la crianza de animales de granja. Por ello, si bien la Hacienda El Descanso se encuentra localizada en la Comunidad Cuzhig, comunidad perteneciente a la parroquia Jima, se puede afirmar que toda la parroquia cuenta con recursos naturales, turísticos, gastronómicos, ganaderos y agrícolas para ser utilizados como parte de proyectos de agroturismo, ecoturismo, en conjunto o de manera independiente.

### **Figura 1**

#### *Parroquia Jima*



*Nota.* A. Parroquia Jima. B. Presidente del GAD parroquial de Jima. Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

El nombre legítimo de la parroquia es “Parroquia San Miguel de Jima”. La palabra Jima según Carlos Aguilar Vásquez, fundador de la primera escuela de Jima, hace referencia a la fertilidad que posee la Madre Tierra o Pachamama para el cultivo del maíz Zhima, por consiguiente, Jima es una variación de la palabra Zhima, que a su vez viene de Xima.

Así también, dependiendo de la fuente bibliográfica se puede encontrar el nombre propio de la parroquia escrito como Jima o Gima, por lo que se respeta y acepta las dos formas de escritura (Argudo, 2009).

## Figura 2

*Área de la Cabecera Parroquial de Jima, Cantón Sigsig, Provincia del Azuay*



*Nota.* Tomado del GAD Parroquial Jima. (2021) (<https://gobiernojima.gob.ec/azuay/>).

Por su posición geográfica la parroquia San Miguel de Jima tiene una altura que varía los 2.600 msnm y 3.400 msnm; su temperatura promedio es de 12°C a lo largo del año, fluctuando desde los 7°C en las zonas más frías hasta los 17°C en las zonas más cálidas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Jima [PDOT], 2020).

**Ubicación Geográfica.** La parroquia Jima se encuentra ubicada en el cantón Sigsig, en la parte sur oriente de la provincia del Azuay. Posee una superficie de 23.274,9 ha, equivalentes al 34,37% de todo el territorio cantonal, siendo la parroquia con mayor extensión territorial del cantón Sigsig y la más alejada de la cabecera cantonal (PDOT Jima, 2020).



**Figura 3**

*Ubicación Geográfica de la Parroquia “San Miguel de Jima”*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Límites.** La parroquia San Miguel de Jima limita al Norte con las parroquias San José de Raranga y Ludo; al Sur con el cantón Nabón (Suroeste) y el cantón Gualaquiza (Sureste); al Este con la parroquia de Cuchil; y al Oeste con el cantón Girón y la parroquia Cumbe del cantón Cuenca (PDOT Jima, 2020).

**División Política.** Jima al ser una de las parroquias más grandes del cantón Sigsig posee un gran número de comunidades, por lo que política y administrativamente está compuesta por diecinueve comunidades que son: Centro Parroquial, Chiñaguiña, Chisicay, Cuzhig, Ganillacta, Guavisay, Guno, Igüila Corral, Joyapa, Moya, Pinzhuma, Pizata, San Isidro, San Vicente de Gulash, Tacadel, Tarapzha, Viola, Zhamar y Zhipta.

**Antecedentes Históricos de la Parroquia Jima.** La parroquia Jima tiene a la fecha 201 años de creación. Tras varios años de idas y venidas para evitar la conquista española, según la Ley de Delimitación Territorial, el 29 de mayo de 1861 se crea la parroquia “San Miguel de Jima” como parroquia del cantón Cuenca, posteriormente, el 17 de abril de 1884 la parroquia Jima pasa a pertenecer al cantón Gualaquiza; finalmente, en los registros oficiales 240 y 241 del 18 y 19 de septiembre del año 1939 Jima pasa a pertenecer oficialmente al cantón Sigsig (Argudo, 2009).

**Hidrografía.** La hidrografía de la parroquia San Miguel de Jima nace principalmente de dos cuencas hidrográficas mayores: la del río Paute y la del río Jubones, por consiguiente, en la parroquia encontramos tres ríos principales: el río Bolo Pamar, el río León y el río Boladel. De estas tres microcuencas nacen los siguientes ríos: río Blanco, río Cumbes, río de Cuyes y el río Quingeo; los mismos que destacan por ser ríos ricos en peces como las truchas que sirven de fuente de alimento para los habitantes del lugar.

**Uso del Suelo.** El suelo de la parroquia de Jima se compone de la siguiente manera: bosque natural, bosque intervenido, páramo, vegetación arbustiva, pasto natural, pasto cultivado y cultivos mixtos. De manera general se puede observar que en las partes más alejadas del centro urbano de Jima predomina el páramo y la vegetación arbustiva; mientras que en las zonas pobladas éstos han sido sustituidos por cultivos mixtos y bosques intervenidos ya que la mayoría de las personas se dedican a la agricultura y la ganadería.

**Accesibilidad.** Si se desea acceder a la parroquia se lo puede hacer por dos tramos: el tramo Cumbe - San Vicente, y el tramo Cumbe - Tinajillas, vía a Loja; al ser tramos principales las dos son de primer orden.

Desde la ciudad de Cuenca existen 48 km de distancia hasta la parroquia de Jima y se puede viajar tomando un bus intracantonal que sale directamente del terminal de Cuenca a la parada en Jima, el precio es de \$ 1,75 centavos, o se puede tomar también un bus desde el terminal de Cuenca hacia el Sigsig y posteriormente una camioneta de transporte mixto. Si se desea viajar en carro particular los dos tramos están aptos para ser transitados y cuentan con la debida señalización.

Las camionetas de transporte mixto son el medio más utilizado para transportarse ya que no existe transporte público que abarque a toda la parroquia, únicamente existen tres líneas de buses públicos.

**Datos de la Población.** Jima estadísticamente cuenta con una población de 3.110 habitantes según el último censo, en donde el mayor porcentaje corresponde a mujeres; este hecho surge debido a la migración que ha tenido lugar en los últimos años en todo el país. Por otro lado, con respecto a la distribución de la población en la parroquia Jima, tenemos que las comunidades más pobladas son: el centro parroquial, Viola, San Isidro, Zhamar y Tacadel; por su parte la comunidad de Cuzhig cuenta con 151 habitantes de acuerdo al último censo del año 2010.

**Actividades Económicas.** La parroquia Jima al ser una parroquia totalmente rural presenta la siguiente dinámica respecto a las actividades económicas: los habitantes de la parroquia que se encuentran concentrados en la cabecera parroquial se dedican principalmente al comercio de bienes, entre lo que podemos mencionar la venta de alimentos, artesanías, tejidos y cerámica; y a la prestación de servicios como la restauración, alojamiento, salud, manufactura, construcción, transporte, enseñanza y administración pública.

Por su parte, los habitantes que se encuentran en las comunidades más alejadas se dedican esencialmente a la agricultura, ganadería, silvicultura y piscicultura, siendo estas las principales actividades económicas ya que son realizadas por un 67,17% del total de la población de Jima (PDOT Jima, 2020). Otro sector de la población en menor porcentaje se dedica a la explotación de minas y canteras, elaboración de ladrillos, hilado de lana de oveja, elaboración de sombreros y a la tala de madera.

De manera particular, dando énfasis a la actividad agrícola, el sistema agropecuario es en gran mayoría desarrollada por pequeños y medianos productores, los cuales destinan sus productos principalmente para el autoconsumo y los excedentes son comercializados en el mercado local, parroquial, cantonal y provincial abarcando la ciudad de Cuenca, Loja y Machala.

Por su parte, la leche es recolectada por la Asociación Colinas de Jima para posteriormente ser comercializa a los intermediarios de la industria láctea como son las empresas de Toni y Nutrileche, los que la distribuyen luego a nivel nacional.

Para finalizar este apartado, cabe destacar que todas las actividades económicas se han visto afectadas y paralizadas por la pandemia del Covid-19 debido a la cuarentena, el aislamiento y las restricciones de moviidades que han paralizado negocios e incrementado el desempleo. Es así que la parroquia de Jima no es la excepción y se pueden apreciar los efectos de esta catástrofe económica en sus habitantes, que buscan todos los días la manera de ganarse la vida a través de nuevos emprendimientos, ya que en lo que concierne al comercio, como se mencionó, Jima aportaba principalmente con lácteos, frutales y hortalizas a los mercados de los cantones vecinos y todo se tuvo que suspender por largos periodos en los últimos meses.

**Actividad Turística.** En lo concerniente a la actividad turística, la parroquia San Miguel de Jima es una de las parroquias más antiguas del Azuay y cuenta con riquezas turísticas particulares; posee edificaciones patrimoniales de carácter colonial, razón por la cual fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación el 1 de abril del año 2008.

Otro dato importante de citar es que el 50.98% del territorio está categorizado como zona de conservación y preservación (PDOT Jima, 2020); por lo tanto, una fortaleza de la parroquia es poseer hermosos recursos naturales que podrían ser utilizados para el desarrollo del agroecoturismo.

En la actualidad el GAD parroquial de Jima cuenta con la Comisión de Patrimonio Social y Turismo que se dedica a promover el turismo a nivel parroquial ya que se lo considera como una actividad potencial para el desarrollo local y la generación de empleos.

Entre los atractivos turísticos existentes en esta localidad se encuentra las reliquias de la Iglesia Parroquial Jima, en especial las campanas y el cuadro de la Virgen del Rosario de Cuyes que fue traído por los españoles desde España en la época colonial y data desde hace varios siglos atrás. Aquí también podemos encontrar la famosa agua milagrosa que ha sido motivo de concurridas visitas a la parroquia a lo largo de los años.

## Figura 4

*La Iglesia Central de Jima*



*Nota.* La iglesia y la fuente de agua milagrosa de la Virgen del Rosario. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Otro sitio de gran atractivo turístico es el río Moya y sus riberas que son apropiadas para realizar pesca deportiva; así como el cerro Moriré, llamado así en honor al Capitán Núñez de Bonilla que murió en este sector a causa de las fuertes condiciones climáticas durante la época de conquista. La capilla de 100 años de antigüedad ubicada en el cerro Zhimazhuma, este cerro es conocido por ser el sitio dedicado a los rituales cañaris. Está también el túnel Cushadel, los cerros Huinara y Tunzhún, las playas del río Cuyes, las fábricas de tejas, procesadoras de lácteos, bosques naturales, miradores y reservorios de peces, entre otros.

Entre los elementos de la cultura de la parroquia Jima tenemos las mingas comunitarias, la escaramuza, el carnaval, la fiesta y peregrinación a la Virgen del Rosario y la Semana Santa; mientras que con lo referente a las costumbres y tradiciones se destacan las expresiones orales como la leyenda de la huaca de la laguna Huinara, la leyenda de la laguna brava de Zhirugüña, la leyenda de la Morenica del Rosario y la historia del origen del nombre de Jima. En la gastronomía se destaca la preparación de la chicha de jora, los cuchichachis, los dulces de remolacha y zanahoria, la fabricación de quesos y la máchica de maíz.

Finalmente, en Jima se puede encontrar “La Ruta del Gavilán” que es un emprendimiento creado por un grupo de jóvenes jimeños que ganaron el primer lugar a nivel del Azuay en el concurso de proyectos turísticos debido a su propuesta llamativa que incluye a toda la parroquia Jima.

Esta ruta o circuito incluye la visita, promoción y publicidad de los principales lugares turísticos, así como el apoyo e impulso a otros emprendedores del sector turístico. Actualmente gracias a su gestión se han colocado señalética y señalización turística en los puntos más destacados de la parroquia.

Como se puede apreciar Jima cuenta con una variedad de atractivos y recursos turísticos, así como de elementos materiales e inmateriales que conforman el patrimonio cultural de la parroquia.

**Planta Turística.** Martínez (2008) con respecto a la planta turística indica: “La planta turística comprende todas las instalaciones que facilitan la operación de las actividades turísticas y los establecimientos que son responsables por los servicios básicos. Incluye también el equipamiento necesario para el cumplimiento de ese propósito” (p. 181). En cuanto a Jima los establecimientos que apoyan de manera directa al sector turístico son los siguientes, acotando que no existe un catastro turístico del cantón Sigsig, mucho menos de la parroquia.

**Alojamiento.** Para el servicio de hospedaje en la parroquia podemos encontrar únicamente dos hostales, el Hostal Jima y el Hostal Cochapamba.

## Figura 5

*Hostal Jima*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

El alojamiento está situado en el barrio los Sauces, en la calle Luis Benigno Torres a 300 metros del centro de Jima. Ofrece todas las facilidades y servicios básicos. Cuenta con 12 habitaciones entre simples, dobles y matrimoniales. El costo es de \$10 y no incluye desayuno; su capacidad de carga es de 20 a 25 personas. El hostal ofrece un menú de comida tradicional de la parroquia, sus precios varían y todos son preparados en el momento que el visitante o turista lo prefiera. Se encuentra abierto las 24 horas.

## Figura 6

### *Hostal Cochapamba*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

El hostal está situado en las calles Benigno Torres y Camila Flores a 250 metros del centro de Jima. Cuenta con 12 habitaciones: cuatro dobles, dos triples y seis simples. El precio es de \$8 por persona y no incluye desayuno. Los servicios que ofrece son: agua, wifi, luz, teléfono, televisión en el lobby y parqueadero.

**Alimentación.** Para el servicio gastronómico la parroquia cuenta con tres restaurantes: “Mi Tierra” restaurante, restaurante “El Descanso”, el restaurante “Zuma”; y una picantería llamada “Picantería Elizabeth”.

## Figura 7

### *Mi Tierra Restaurante*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)



Mi Tierra Restaurante, está situado frente al parque central de Jima. Ofrece a los habitantes y turistas desayunos, almuerzos y meriendas de lunes a viernes con un variado menú de comida típica de la zona a precios accesibles. Tiene una capacidad para 30 personas.

## Figura 8

### *Restaurante El Descanso*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

El restaurante El Descanso está situado en las calles Juan José Flores y Guanduyacu, a una cuadra del parque central de Jima. Su propietaria es la señora Zoila Malla. El local ofrece desayunos, almuerzos y meriendas de lunes a domingo, con menús de comida local y tradicional, también ofrece el servicio de viandas. El restaurante tiene una capacidad para 25 personas.

## Figura 9

### *Restaurante Zuma*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

El restaurante Zuma se encuentra ubicado en la Av. Camilo Flores a 500 metros del parque central de Jima y tiene una capacidad para 50 personas. Ofrece una variedad de platos y bebidas típicas mediante reserva como es el cuy asado, sancocho, fritada, carne y pollo asado acompañados de ensaladas, arroz, mote y llapingachos. Además, en sus instalaciones se encuentra un complejo deportivo con canchas para uso múltiple a las cuales se pueden acceder libremente los fines de semana.

## Figura 10

### *Picantería "Elizabeth"*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

El local está ubicado en la Av. Amazonas a pocos metros de la entrada a la parroquia Jima. Ofrece platos típicos especialmente cuy asado; cuenta con una capacidad de 20 personas y atiende todos los días.

**Transporte.** Con lo referente al transporte en la parroquia se encuentran dos empresas de transporte mixto: Transportes Rio Moya S.A. RIOTRANSA y Transporte Jima S.A; y la empresa de buses intraprovinciales: Buses JIMA.

## Figura 11

### *Compañía de Transporte Jima S.A*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Esta empresa de transporte mixto se constituyó en el año 2002, cuenta con 16 unidades vehiculares doble cabina. Se encuentra situada en las calles Amazonas y Ramón Zhunio Flores, frente al parque central de Jima. Ofrecen su servicio a la ciudadanía las 24 horas del día. Sus teléfonos de contacto son el 072418220 y el celular 0989447912.

## Figura 12

### *Transportes Rio Moya S.A. RIOTRANSA*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Esta empresa de transporte mixto posee 32 unidades vehiculares doble cabina; fue constituida en el año 2006 y está activa hasta la actualidad. Se encuentra situada en las calles Luis Vargas Torres e Iván Peñafiel. Ofrecen su servicio las 24 horas. Sus teléfonos de contacto son el 2418013 y el celular 0994498006.

## Figura 13

### *Bus Intraprovincial JIMA*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

La empresa de buses intraprovinciales posee cinco unidades, brinda servicio desde Jima hacia Cuenca y de Cuenca hacia Jima en diferentes horarios de lunes a domingo. El precio del pasaje es de \$1,75. En la parroquia Jima su oficina está ubicada en la calle Juan José Flores Guanduyacu y en la ciudad de Cuenca el bus comienza su recorrido desde el Terminal Terrestre de Cuenca, pero su oficina está ubicada en la panamericana E35 sector del control sur.

***Empresas de Intermediación Turística.*** En la parroquia Jima se puede encontrar la agencia de viajes b-ESPEJO, la cual es la primera agencia en la parroquia; así también las agencias turísticas más cercanas se las encuentran en la cabecera cantonal del Sigsig llamadas: Tangara Tours y Experienc360.

**Figura 14**

*Agencia de Viajes “b-ESPEJO”*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Infraestructura Turística.** La infraestructura según Martínez (2008) es: “El conjunto de servicios públicos, edificios, instalaciones, red vial, aeropuertos, puertos, provisión de energía, agua y otros elementos que son necesarios para el desarrollo del potencial turístico de una región” (p. 144). Como se menciona la infraestructura es importante tanto para el desarrollo local como para las actividades turísticas, pues permite que el turista y/o visitante desarrolle con mayor facilidad su itinerario, se sienta seguro y sobre todo le facilita su estadía en los lugares de interés. En la parroquia Jima no existe una infraestructura turística como tal debido a su ubicación en el sector rural, por lo que a continuación se detalla únicamente lo concerniente a los servicios básicos y la red vial.

**Servicio de Agua.** Respecto al servicio de agua únicamente la mitad de la parroquia cuenta con abastecimiento de agua potable de la red pública, debido a esta realidad en la mayoría de comunidades alejadas al centro parroquial usan el sistema de tuberías manejado por la Junta Administradora de Agua Potable (JAAP), que en gran medida les ha ayuda a mitigar la falta de abastecimiento de agua de la red pública.

**Servicio de Luz Eléctrica.** En cuanto al servicio de luz eléctrica un 95% de las familias tienen acceso al servicio por la red de la empresa eléctrica, sin embargo, en las carreteras existen algunos tramos con deficiencia de alumbrado público.

**Servicio de Alcantarillado.** En la parroquia Jima la mayoría de viviendas están conectadas a los servicios de red pública de alcantarillado, mientras que las comunidades más alejadas utilizan pozos sépticos. La hacienda El Descanso al estar ubicada cerca la cabecera parroquial cuenta con este servicio de manera óptima.

**Desechos Sólidos.** Con lo concerniente al manejo de los desechos sólidos, el sistema más utilizado es el carro recolector. El recorrido del carro recolector se realiza todos los días lunes y se maneja de forma conjunta con los cantones de Gualaceo, Sigüig, Chordeleg, Paute y Guachapala.

**Red Vial.** La parroquia al encontrarse en un sector rural, posee en su mayoría vías de tierra y lastre, únicamente en el centro de Jima se pueden encontrar calles adoquinadas. Y según las observaciones de campo el estado de estas vías es bueno, no obstante, se podría mejorar dando mantenimiento, señalización y control de tránsito.

## Figura 15

### *Red Vial*



Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Servicio de Telecomunicaciones.** La radio y la televisión son los principales medios de comunicación con una cobertura total en la parroquia. En lo referente a la telefonía fija y telefonía celular son pocas las familias que cuentan con estos servicios, pese a ello en la parroquia se pueden encontrar operadoras como Movistar, Claro, CNT y Tuenti. Para concluir, en cuanto al servicio de internet, éste aún es deficiente por falta de cobertura especialmente en las zonas alejadas.

**Cobertura de Salud.** Para el tema de salud la parroquia cuenta con el centro de salud perteneciente al Ministerio de Salud Pública Jima y el centro de salud perteneciente al Seguro Social Campesino. Estos centros de salud son básicos por lo cual los casos que requieren atención más especializada deben ser remitidos al hospital del cantón Sigsig o a los hospitales de la ciudad de Cuenca.

**Servicio Bancario.** En la parroquia se encuentra la Cooperativa de Ahorro y Crédito Huinara Ltda. y La Cooperativa COOPAC Austro Ltda., así también podemos encontrar la agencia Western Unión para cobros y pagos de dinero.

**Seguridad.** Para la seguridad existe el UPC de la parroquia Jima, la tenencia política y adicionalmente, la Asociación de Brigadas de Jima. Cada una de estas entidades tienen por objetivo velar por el bienestar de toda la población durante situaciones de emergencia, en caso de incendios, inundaciones o cualquier tipo de catástrofes y accidentes.

De manera general podemos concluir que la parroquia cuenta con servicios y empresas públicas que prestan sus servicios en favor de la comunidad local, la cual está conformada por niños, jóvenes, adultos y personas en edad avanzada, así como de los visitantes presentes y futuros; por ello, fortalecer las alianzas entre instituciones públicas y privadas hará que mejore la calidad de vida de los habitantes de Jima y beneficie al sector turístico de manera indirecta.

**Superestructura Turística.** La superestructura regula la actividad turística de manera que todos los actores involucrados se rijan a ciertos lineamientos referentes a la operación del producto turístico. Estos lineamientos están contemplados a través de leyes, reglamentos, ordenanzas y resoluciones de las entidades competentes. Martínez (2008), señala:

Es el conjunto de organizaciones tanto públicas como privadas dedicadas a la estructuración y ordenamiento de los servicios turísticos más la legislación y el conjunto de normas y reglas orientados al óptimo funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico para facilitar la producción y venta de los servicios que componen el producto turístico. (p. 214)

En este sentido, a nivel nacional las instituciones de legislación turística trabajan conjuntamente con otros ministerios del Estado ecuatoriano, ya que existen escenarios que les competen de parte y parte. A continuación, se detallarán las instituciones tanto públicas como privadas que intervienen en el desarrollo turístico del Ecuador y de manera particular de la Parroquia Jima y la Hacienda El Descanso.

**Ministerio de Turismo (MINTUR).** Es el ente regulador de la actividad turística en todo el territorio ecuatoriano. Su trabajo es promulgar leyes, reglamentos y ordenanzas para la correcta legislación y operación de las empresas turísticas. La provincia del Azuay se encuentra regido por la coordinación zonal No 6. Entre los principales documentos de legislación se encuentra la Ley de Turismo y el Reglamento General de la Ley de Turismo. Además, podemos encontrar los reglamentos para hospedaje turístico, restauración, guías turísticos, agencias de viajes, y más. La planta turística y los atractivos de la parroquia Jima están sujetos a estos reglamentos. La hacienda está sujeta al Manual de Alojamiento turístico.

En materia de agroturismo el MINTUR durante el último año 2020 y 2021 se ha dedicado a potenciar el turismo rural especialmente con el agroturismo, a través de la implementación de



rutas agroturísticas en varias partes del Ecuador, no obstante, revisando la Ley de Turismo y el Reglamento General de Turismo aún hace falta desarrollar este tipo de turismo desde un punto de vista más específico, técnico y operacional.

**Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).** Es el organismo del Estado encargado del control de precios de los alimentos, inspección de zonas, promueve el correcto desarrollo de la agricultura y ganadería y la responsabilidad ambiental. Es importante conocer que esta institución trabaja en conjunto con los GADs provinciales, cantonales y parroquiales realizando ferias para exponer los productos que se cultivan y sus derivados. El GAD parroquial Jima trabaja en conjunto para el fortalecimiento agrícola y pecuario de la parroquia.

**Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica.** Es el ente regulador de las políticas relacionadas al medio ambiente, ecosistemas y al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. (Ministerio del Ambiente, s.f.). Para dar cumplimiento a estas metas esta institución realiza capacitaciones e inspecciones con el fin de verificar si las zonas de Jima se encuentran afectadas por algún deslizamiento, realiza también inspección de las lagunas artificiales, el nivel del agua, si hay filtraciones, acequias o cauces con o sin mantenimiento, inundaciones, etc. De manera puntual también regula que la actividad turística no afecte de manera negativa al medio ambiente y la biodiversidad.

**GAD Municipal Sigsig.** Se encarga del manejo, operación y coordinación de todas las actividades referentes al cantón Sigsig. Posee una oficina de turismo en la cual ofrecen y exponen los distintos trabajos, proyectos y planes que se realiza en todas las parroquias del cantón, en este caso de la parroquia Jima y su comunidad Cuzhig; así también contribuye al mejoramiento de las distintas necesidades que poseen las parroquias. El GAD Municipal del Sigsig trabaja en conjunto con el GAD Provincial del Azuay en temas de turismo y vialidad.

**GAD Parroquial Jima.** Es la entidad pública encargada de las labores de la parroquia, trabaja y está a disposición del GAD Municipal Sigsig. Presta diferentes servicios, vigila los proyectos, promueve el desarrollo de la parroquia, incentiva la participación de los habitantes, fomenta e impulsa la cultura en la parroquia y trabaja en conjunto con varias instituciones. En el área turística, vela por mejorar la calidad de vida de los habitantes de Jima y sus comunidades a través de emprendimientos turísticos, capacitaciones, festivales, ferias y propuestas, sin olvidar que regula que se cumplan las leyes y reglamentos dispuestos para la operación turística.

**Tenencia Política.** Realiza inspecciones y operativos en la parroquia Jima, controla el correcto desarrollo de los eventos en espacios públicos, brinda charlas sobre seguridad, impide y sanciona acciones ilegales como la pesca ilegal y la tala de árboles. También ayuda con el manejo de conflictos, control de la delincuencia y a resolver problemas, de manera general brinda seguridad a la ciudadanía con el apoyo de la Policía Nacional.

**Prefectura del Azuay.** Con respecto a la parroquia Jima realiza la prestación de maquinaria para la parroquia, realiza mingas de limpieza de vías y cunetas, además de apoyar en programas a la zona. La prefectura en lo relacionado al turismo vigila y ayuda a la difusión de la información pertinente a los proyectos turísticos a nivel provincial.

**Gestión de Riesgos de la Municipalidad.** El COE cantonal realiza inspecciones de las zonas, prevención de catástrofes, charlas en temas de salud, capacitaciones en seguridad, presenta resultados y recomendaciones para evitar accidentes. En lo referente al turismo, tiene la potestad de permitir o impedir el desarrollo de eventos turísticos.

En este punto se adicionan las asociaciones conformadas por los habitantes de la parroquia, que son: las Organizaciones Deportivas, Asociaciones de Productores Agrícolas, Juntas de Agua, Juntas de Riego, Comité Pro mejoras Comunitarias y las brigadas barriales, a razón de que para el desarrollo de actividades turísticas es importante que todos, o en su defecto, la mayoría de

actores comunitarios estén de acuerdo, para así evitar conflictos que perjudiquen el cumplimiento de los reglamentos turísticos y de toda la actividad turística.

Para culminar, toda la información previa brinda un perfil claro de cómo es la legislación turística, así como del grado de participación de las diferentes instituciones en el desarrollo turístico a nivel nacional y de manera puntual en la parroquia Jima.

A continuación, se abordarán las generalidades de la Hacienda El Descanso y la Comunidad de Cuzhig.

## **Hacienda El Descanso**

La Hacienda El Descanso desea implementar actividades de agroturismo en su agenda productiva. En la actualidad la hacienda se dedica exclusivamente al cultivo de alimentos y a la crianza de animales de granja, pero gracias a una pequeña demanda de visitantes, se ha puesto en la mira el agroturismo como una forma de diversificación de sus servicios, por lo que en los presentes capítulos se plantea la propuesta acorde a las necesidades y posibilidades del lugar. Pero antes, se dará a conocer más a fondo las características de la hacienda, su historia y los recursos que posee.

La Hacienda El Descanso se encuentra a una hora y treinta minutos de la ciudad de Cuenca y a 9km aproximadamente del centro de la parroquia Jima, perteneciente al cantón Sigsig. Para acceder a este lugar, se lo hace por la vía Cuenca – Cumbe, la cual es una vía de segundo orden, y luego de Cumbe a la Hacienda El Descanso por una carretera de tercer orden. La hacienda cuenta con 25 hectáreas de terrenos, siendo el 70% de éstas productivas, por ende, su principal fuente de ingresos proviene de la actividad ganadera como es la venta de leche y la actividad agrícola.

**Figura 16***Hacienda El Descanso*

*Nota.* Hacienda El Descanso. Guallas, T. y Lituma, E. (2022)

### ***Historia de la Hacienda El Descanso***

La Hacienda El Descanso se encuentra localizada en la Comunidad de Cuzhig, perteneciente a la parroquia Jima, exactamente a 15 minutos del centro parroquial. Es una de las comunidades más grandes y extensas de la parroquia, cuenta con todos los servicios básicos y vías en buen estado.

Como datos generales la Comunidad de Cuzhig posee una superficie de 995 hectáreas, su temperatura media es de 12° C y cuenta con una población aproximada de 151 habitantes según el censo del año 2010. Desde siempre los habitantes de la comunidad de Cuzhig han estado muy unidos para sacar adelante sus tierras, por lo que esta comunidad está conformada en su mayoría por personas humildes, agricultores, ganaderos y campesinos que trabajan día a día en el campo realizando las labores de siembra, cosecha y pastoreo. Esta comunidad 100% rural, en el pasado fue una sola hacienda muy grande que ha ido refractándose hasta convertirse en lo que es hoy.

**Figura 17**

*Habitantes de la Comunidad de Cuzhig*



*Nota.* Habitantes de la comunidad de Cuzhig presentes en una pampa mesa, minga y baile folklórico.

Guailles, T. y Lituma, E. (2021)

El primer dueño de estas tierras fue un cacique de apellido Morocho quien poseía la comunidad de Cuzhig en su totalidad; luego pasó al poder de varias personas hasta que la gran hacienda fue vendida a *Don José Crespo*, quien, a su vez, dejó como herencia a sus hijos América, Enrique y *Teodoro Crespo Fernández de Córdova*. *Don Teodoro Crespo*, se hizo cargo de su parte de la herencia, correspondiente al centro de la hacienda y la vendió a un precio de seiscientos mil sucres a la familia *Fernández Duchitanga* en el año de 1975.

A partir de ese año, la familia Fernández Duchitanga adquiere la propiedad y nace así la Hacienda El Descanso, que poseía únicamente recursos naturales y sin infraestructura alguna.

Luego poco a poco fueron adecuándola y utilizándola para la agricultura y ganadería. En la actualidad se pueden encontrar varias viviendas de cemento, ladrillo y de adobe con teja, de las cuales podemos resaltar la casa principal y una secundaria, rodeadas de grandes recursos paisajísticos. Los actuales dueños trabajan de la mano con dos personas que son sus trabajadores y están enfocados de lleno en la ganadería y en las actividades agrícolas por lo que los alimentos producidos en la hacienda van dirigidos hacia el autoconsumo y para la venta en la localidad. Por otra parte, el agroturismo es de interés actual de los dueños debido a que han recibido visitas esporádicas en los últimos años.

## Figura 18

### *Propietarios*



*Nota.* Propietaria de la hacienda la Sra. Melania Duchitanga y su hijo Oscar Fernández. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

### ***Ordenamiento Actual***

En las 25 hectáreas de terreno de la hacienda se pueden encontrar una variedad de componentes dignos de llamar la atención de un visitante o turista. La mayoría del terreno de la hacienda está destinado a la ganadería y los cultivos dispuestos de manera aleatoria, sin

embargo, podemos diferenciar también una zona boscosa, una zona para estacionamiento, la zona de la laguna y los reservorios de peces, la cascada natural, un mirador y finalmente áreas despejadas para usos varios.

**Figura 19**

*Ordenamiento Actual de la Hacienda El Descanso*

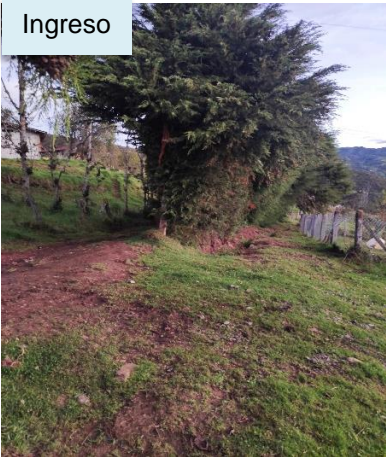


*Nota.* Fuente: Google Earth Pro. Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

De manera general a continuación se presentan algunas áreas que conforman la Hacienda El Descanso.

**Figura 20**

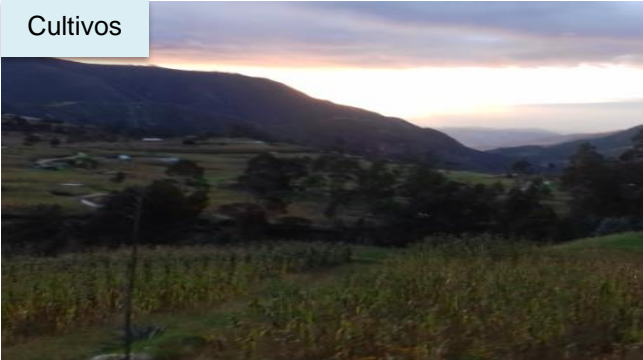
*Espacios que conforman la Hacienda El Descanso*

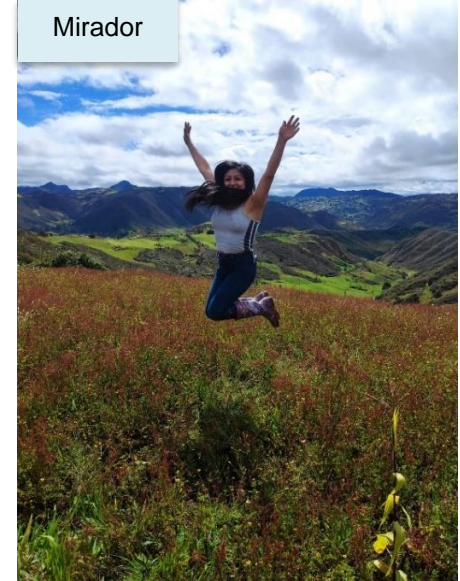












Nota. Distintas perspectivas de las zonas de la hacienda. Guailas, T. y Lituma, E. (2021 - 2022)

## **Recursos Naturales**

Los recursos naturales son aquellos elementos otorgados por el planeta tierra, que satisfacen las necesidades básicas de los seres humanos contribuyendo a mejorar la calidad de vida y garantizando el bienestar de la población actual y de las futuras generaciones (Roldán, 2017). En la Hacienda el Descanso tenemos los que se detallan a continuación:

**Bosque.** Se encuentra ubicado a 2700 msnm, a 10 minutos del centro de la Hacienda El Descanso y cuenta con un área de 500 m<sup>2</sup>. El bosque es un recurso natural no intervenido hasta la fecha, sin embargo, es apto para realizar senderismo, observación de flora y fauna, fotografía y arboterapia.

**Figura 21**

*Bosque*





*Nota.* Camino al bosque se puede encontrar vegetación nativa como el árbol de papel o polylepis.

Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Cascada natural.** A 20 minutos de la Hacienda El Descanso encontramos una hermosa cascada natural donde se puede realizar camping, caminata o senderismo, cabalgata, arboterapia, recolección de frutos y más.

## Figura 22

### *Cascada Natural*

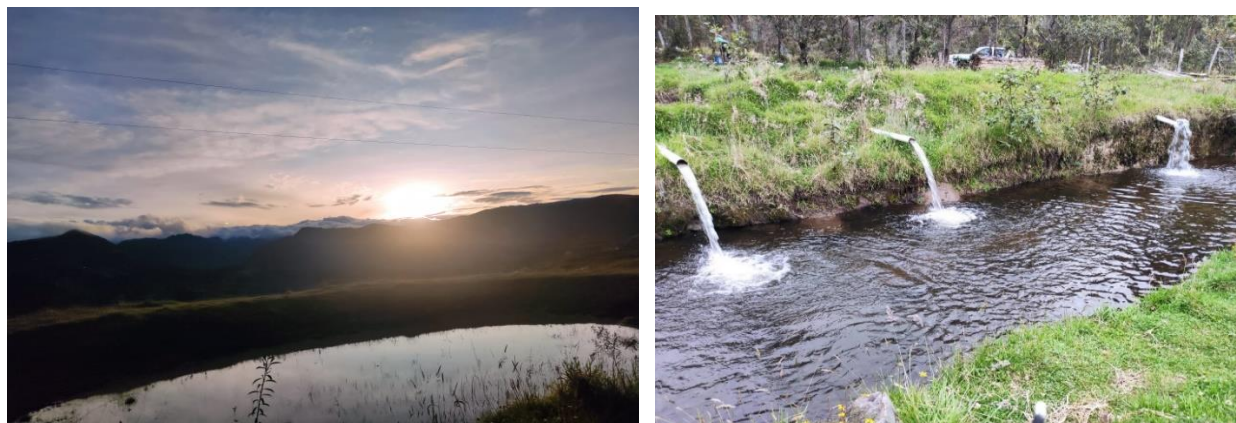


*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Reservorio de Peces.** Este recurso natural fue adaptado en el año de 1975 con ayuda de los habitantes de la comunidad, se encuentra ubicado a cinco minutos del centro de la Hacienda El Descanso, tiene un diámetro de 100 metros, una profundidad de 20 metros y posee dos válvulas para extraer el agua, las mismas que sirven para el riego de las propiedades de la hacienda. Los visitantes pueden observar la fauna acuática, entre ellos, peces de varios colores y truchas. Adicionalmente existen pequeños reservorios donde se puede practicar pesca deportiva.

### Figura 23

#### *Reservorios de Peces*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021 - 2022)

### **Recursos Agrícolas**

Los recursos agrícolas son todos los recursos naturales que sustentan la producción agrícola. La Hacienda El Descanso puede ofrecer una gran variedad de actividades a los turistas referentes a la siembra y cosecha de alimentos, por tal razón a continuación se listan los cultivos agrícolas que presenta la hacienda:

**Cereales.** Se llama cereales a los cultivos de los cuales se toma únicamente los granos secos y pequeños, están constituidos de almidón, celulosa y lípidos; y aportan muchas proteínas y fibras al cuerpo humano. Entre los cereales cultivados en la hacienda están cinco variedades de maíz y trigo.

**Tabla 1**

*Cereales de la Hacienda El Descanso*

Nombre	Características	Imagen
<p><b>Maíz</b></p>	<p>El cultivo del maíz es el más importante en toda la parroquia Jima y en la hacienda “El Descanso” como tal, todos los habitantes de comunidad tienen sembríos de maíz. En la hacienda existen 5 variedades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Maíz Morocho: Se utiliza para realizar la jora o chicha.</li> <li>-Maíz Xima: Utilizado para preparar chicha.</li> <li>-Maíz Blanco: Se utiliza para moler y luego realizar diferentes platos como el tamal y las humitas.</li> <li>-Maíz Cuzco: Es un poco dulce y utilizado para la alimentación en grano tierno, llamado mote choclo.</li> <li>-Maíz Amarillo: Se lo hace madurar y es utilizado para cocinar y comerlo en grano duro, más conocido como mote con cascara.</li> </ul>	




*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)



**Leguminosas.** Llamadas también legumbres, son cultivos en los cuales el fruto está formado por una vaina que contiene un promedio de cuatro a ocho semillas, dependiendo del tamaño y tipo de legumbre. Pueden ser consumidas al estar secas o tiernas. En la hacienda se cultivan habas, arvejas y porotos.

**Tabla 2**

*Leguminosas de la Hacienda El Descanso*




Nombre	Características	Imagen
<b>Habas</b>	Sus frutos tienen forma de vaina y sus semillas crecen en el interior. Se utiliza en la alimentación diaria: en cocción tanto en sopas como arroz.	
<b>Arvejas</b>	Sus frutos tienen forma de vaina y sus semillas crecen en el interior. Se utiliza en la alimentación diaria: en cocción tanto para sopas, arroz y ensaladas.	
<b>Porotos</b>	Sus frutos tienen forma de vaina y sus semillas crecen en el interior. Se utiliza en la alimentación diaria: en cocción especialmente para sopas y menestras.	

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)


**Hortalizas.** Las plantas hortícolas u hortalizas son todas las plantas comestibles que se cultivan en las huertas (Real Academia Española [RAE], 2020, definición 1); a este grupo no pertenecen ni los cereales, ni las frutas ni legumbres. En cuanto a las hortalizas que se pueden encontrar en la hacienda tenemos: la acelga, espinaca, lechuga, apio, coliflor, brócoli, rábano, cebollín, nabo, zanahoria, ajo, perejil, culantro, zambo, col y col morada.



**Tabla 3**

*Hortalizas de la Hacienda El Descanso*

Nombre	Características	Imagen
<b>Acelga</b>	La acelga es una planta hortícola de hojas alargadas y de color verde. Se usan en ensaladas, jugos, pero principalmente en sopas.	
<b>Espinaca</b>	La espinaca es una planta hortícola con hojas verdes estrechas y suaves. Sirven para preparar diferentes platos: ensaladas, jugos o sopas.	
<b>Lechuga</b>	La lechuga es una planta hortícola de hojas grandes, pueden ser lisas o rugosas. Se consume cruda en ensaladas.	

<p><b>Apio</b></p>	<p>El apio es una planta hortícola de tallo grueso, se consume tanto crudo como preparado en diferentes platos, ensaladas, jugos o sopas.</p>	
<p><b>Coliflor</b></p>	<p>La coliflor es una planta hortícola de color blanco, con una forma y textura característica. Se consume preparada en ensaladas, purés o sopas.</p>	
<p><b>Brócoli</b></p>	<p>Planta hortícola de color verde, con una forma y textura característica. Se consume preparada en ensaladas, purés o sopas.</p>	
<p><b>Rábano</b></p>	<p>El rábano es una planta hortícola de forma esférica y de color rosa, se consume crudo en diferentes ensaladas.</p>	
<p><b>Cebollín</b></p>	<p>Conocido como cebolla en hoja, es una planta hortícola que se emplea para preparar alimentos como sopas y ensaladas.</p>	
<p><b>Nabo</b></p>	<p>El nabo es una planta hortícola de hojas rugosas grandes y verdes. Se puede consumir cruda en ensaladas o en cocción para sopas.</p>	

<p><b>Zanahoria</b></p>	<p>La zanahoria es una raíz comestible de color tomate y textura dura. Se consume cruda o en cocción como en ensaladas, jugos o sopas.</p>	
<p><b>Ajo</b></p>	<p>El ajo es una planta herbácea de forma alargada, utilizada para condimentar los alimentos. Se usa para preparar diferentes platos, ensaladas o sopas.</p>	
<p><b>Perejil</b></p>	<p>El perejil es una planta hortícola de tallos largos y hojas pequeñas verdosas. Se lo usa en sopas, ensaladas y jugos.</p>	
<p><b>Culantro</b></p>	<p>El culantro es una planta hortícola de tallos largos delgados y hojas pequeñas verdosas. Se consume en ensaladas y sopas.</p>	
<p><b>Zambo</b></p>	<p>El zambo es el fruto de una planta característica por ser rastrera o enredadera; tiene forma ovalada y alargada con cáscara dura de color verde, en su interior se encuentra la pulpa la cual utiliza para hacer sopas y coladas.</p>	


<p><b>Col</b></p>	<p>La col es una planta hortícola de hojas redondeadas grandes y verdes, su textura es lisa. Se utiliza para preparar sopas y ensaladas.</p>	
<p><b>Col Morada</b></p>	<p>La col es una planta hortícola de hojas redondeadas grandes, de color morado, su textura es lisa. Se utiliza para preparar sopas y ensaladas.</p>	





Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)




**Frutales.** Las frutas son los frutos de ciertos árboles, están constituidas por un alto porcentaje de agua y aportan al cuerpo humano carbohidratos, vitaminas, minerales y fibra. La hacienda posee árboles frutales de manzana, durazno, capulí, siglalón, reina claudia, tomate de árbol, moras y gullán.

**Tabla 4**

*Frutas de la Hacienda El Descanso*

<p><b>Nombre</b></p>	<p><b>Características</b></p>	<p><b>Imagen</b></p>
<p><b>Manzano</b></p>	<p>El clima de la zona se presta para que se dé el cultivo de la manzana, no requieren de mucho cuidado y sus frutas se consumen de manera directa o procesada como dulces, ensaladas, mermeladas, en colada o en licores. La variedad que más se cosecha en la hacienda es la manzana flor de mayo.</p>	

<p><b>Capulí</b></p>	<p>Es una de las plantas nativas de la zona, sus ramas pueden alcanzar hasta 12 metros de largo, se cosechan solo 1 vez al año. La fruta es pequeña y de color rojo, café o negro, y se consumen de manera directa o procesada como dulces, mermeladas o en colada.</p>	
<p><b>Durazno</b></p>	<p>Son frutos del clima templado, no requieren de mucho cuidado y sus frutas se consumen de manera directa o procesada como dulces, mermeladas y en colada.</p>	
<p><b>Siglalón</b></p>	<p>Delicioso fruto que se puede consumir de manera directa o como dulce. Este fruto se emplea especialmente en carnaval para elaborar el dulce y como bebida.</p>	
<p><b>Reina Claudia</b></p>	<p>Fácil de cultivar, se mantiene a temperaturas bajas, se lo puede disfrutar de manera directa, en compotas, conservas, dulces y mermeladas. Se cosecha de julio a agosto.</p>	



<p><b>Tomate de árbol</b></p>	<p>El tomate de árbol es un fruto rico en vitaminas, minerales y fibra. Tiene propiedades curativas ya que beneficia al sistema digestivo.</p> <p>Se lo puede comer crudo o cocido; y es utilizado principalmente para preparar batidos y jugos.</p>	
<p><b>Mora</b></p>	<p>La mora es un fruto en racimo rico en vitaminas y minerales; se da especialmente en climas templados. Tiene un sabor particular entre agrio dulce y amargo.</p>	
<p><b>Gullán</b></p>	<p>El Gullán es una planta que crece en forma de enredadera y es propia del clima templado. Sus frutos son similares a la granadilla y presentan un sabor cítrico característico por lo que está compuesto en su gran mayoría por vitamina C y antioxidantes; se lo recomienda para mejorar problemas de la piel, problemas digestivos y para fortalecer el sistema inmunológico. Se lo puede comer directamente o como bebida.</p>	

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)


**Tubérculos.** Los tubérculos son la parte de un tallo subterráneo o de una raíz, que se engrosa y almacena una gran cantidad de sustancias de reserva, se los consume generalmente cocidos (RAE, 2020, definición 1). Entre los tubérculos cultivados en la hacienda tenemos tres tipos de papas, tres tipos de ocas y el melloco.

**Tabla 5**

*Tubérculos de la Hacienda El Descanso*

Nombre	Características	Imagen
<p><b>Papas</b></p>	<p>Son raíces que crecen bajo el suelo, aportan mucha energía gracias a sus componentes. En la hacienda se siembran 3 tipos de papas_</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Papa carriza, usada en sopas, purés, al vapor, o fritas.</li> <li>- Papa chaucha, de fácil cocción, se la puede comer con cáscara y se utiliza para purés, sopas y ensaladas.</li> <li>- Papa colorada: cocinada, horneada, al vapor o en puré.</li> </ul>	
<p><b>Ocas</b></p>	<p>Crecen bajo el suelo, aportan mucha energía gracias a sus componentes, en la hacienda se siembran 3 tipos de oca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amarilla, roja y blanca, se pueden comer directamente, o se las prepara en colada debido a su sabor dulce.</li> </ul>	





<b>Mellocos</b>	Son raíces que crecen bajo el suelo, aportan mucha energía gracias a sus componentes. Se los usan para la preparación de sopas y ensaladas.	
-----------------	---	--







Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Plantas Medicinales.** Son plantas que por sus propiedades ayudan a aliviar, prevenir o curar enfermedades. También pueden ser utilizadas para perder peso, relajarse, incrementar la energía, condimentar alimentos y dar de comer a ciertos animales. Entre las plantas medicinales que se cultivan en la hacienda están: la menta, llantén, manzanilla, cedrón, eucalipto, valeriana, toronjil, ataco, ortiga, orégano, ruda, romero, oreja de burro, poleo, poleo macho, borraja.



**Tabla 6**

*Plantas Medicinales de la Hacienda El Descanso*

<b>Nombre</b>	<b>Características</b>	<b>Imagen</b>
<b>Menta</b>	Planta medicinal fácil de cultivar, se puede usar fresca o seca, por lo general se usa en infusión ya que produce efectos curativos en algunas enfermedades.	
<b>Llantén</b>	Planta medicinal fácil de cultivar, se usa en infusión ya que cuenta con propiedades curativas en algunas enfermedades tanto para las personas como los animales.	

<p><b>Manzanilla</b></p>	<p>Planta medicinal que por sus efectos curativos se la usa como infusión para el dolor de estómago, dolores musculares y como té relajante. Se puede encontrar en jarabes, pomadas, champú, jabones.</p>	
<p><b>Cedrón</b></p>	<p>Planta medicinal fácil de cultivar, se puede usar fresca o seca en infusión para malestares estomacales o para calmar los nervios.</p>	
<p><b>Eucalipto</b></p>	<p>Planta medicinal que por lo regular se usa en infusión. Produce efectos curativos especialmente para malestares de las vías respiratorias.</p>	
<p><b>Hierba Luisa</b></p>	<p>Planta medicinal usada en infusiones, sus propiedades son recomendadas para aliviar problemas del sistema nervioso y del aparato digestivo.</p>	
<p><b>Toronjil</b></p>	<p>Planta medicinal que se puede usar cuando está fresca o seca, en la mayoría se usa en infusión. Recomendado para la tos, dolor de estómago y calmar los nervios.</p>	
<p><b>Ataco</b></p>	<p>Planta medicinal, en la mayoría de casos se usa en infusión, producen efectos curativos en algunas enfermedades como la tos, dolor de cabeza, dolor de estómago.</p>	

<p><b>Ortiga</b></p>	<p>Planta medicinal que crece fácilmente, produce efectos curativos para alergias, problemas de las vías respiratorias y problemas de la piel.</p>	
<p><b>Orégano</b></p>	<p>Planta medicinal que puede ser usada en infusión ya que produce efectos curativos para el dolor de estómago y vías respiratorias. También se le da un uso en la cocina para preparar y condimentar los alimentos.</p>	
<p><b>Ruda</b></p>	<p>Planta medicinal, su uso es delicado debido a los efectos curativos que posee. En la sabiduría popular se usa para limpiar del espanto a las personas, que es igual a limpiar de energías negativas.</p>	
<p><b>Romero</b></p>	<p>Es una planta medicinal que se puede beber como té o utilizarlo para condimentar asados. También se lo usa en cosmética como ingrediente para champú y tratamientos capilares.</p>	
<p><b>Oreja de Burro</b></p>	<p>Es una planta medicinal que se puede beber como té y ayuda en los problemas del aparato respiratorio como tos, gripe y asma.</p>	
<p><b>Poleo</b></p>	<p>El poleo es una planta medicinal que ayuda a bajar la fiebre, combate bacterias, ayuda en la digestión, también se lo usa para disminuir los síntomas de la gripe.</p>	

<p><b>Poleo Macho</b></p>	<p>El poleo macho es una planta medicinal que ayuda a bajar la fiebre, combate bacterias, ayuda en la digestión, también se lo usa para disminuir los síntomas de la gripe y los dolores menstruales; se lo puede beber en infusión.</p>	
<p><b>Borraja</b></p>	<p>La borraja es una planta medicinal con propiedades antiinflamatorias, diuréticas, depurativas por lo que se emplea especialmente para controlar la fiebre, infecciones urinarias, respiratorias y digestivas.</p>	

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

### **Recursos Ganaderos**

La ganadería es considerada una actividad productiva que consiste en la crianza de animales domésticos, obteniendo de ellos productos como la leche, carne, miel, lana, entre otros. Para la comunidad de Cuzhig y la propia Hacienda El Descanso, la venta de leche es la principal fuente de ingresos, por tanto, en este territorio la ganadería es el punto fuerte. En números, más del 60% de las familias se dedican a la actividad ganadera principalmente a la producción de leche; y un 24% realiza la producción mixta de carne y leche.

**Ganando Vacuno.** La Hacienda El Descanso cuenta con cuarenta cabezas de ganado vacuno entre bueyes, toros y vacas de diferentes edades. Además de la leche y la carne, la hacienda comercializa en menor porcentaje queso, quesillo y manjar de leche.

El ganado vacuno también es de ayuda en lo que respecta al arado. Para el arado se usa la llamada *yunta*, la misma que está conformada por dos toros, el yugo, las coyundas, el rejango y la reja: el yugo es una madera tallada que se coloca en los cachos de los toros; las coyundas que son hechas del cuero del toro, sirven para amarrar el yugo en los cachos de los toros como soporte; y el rejango es una veta de cuero que sirve para amarrar la reja de hierro que se utiliza para hacer huecos en la tierra previo a la siembra.

En cuanto al proceso de recolección de leche, la leche es colocada en envases grandes de acero inoxidable que están diseñados para mantener la leche fresca; los carros recolectores antes de llevar la leche, miden la cantidad de litros de leche que contiene cada envase, si es espesa o si contiene algún antibiótico, ya que esto demostraría que la leche no se encuentra 100% natural. Además de vender su leche a las industrias lácteas, la hacienda ofrece la leche a cualquier persona que lo requiera.

#### Figura 24

*Ganado Vacuno de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Ganado Ovino.** La Hacienda El Descanso cuenta con diez cabezas de ganado ovino más conocidos como borregos u ovejas. Son utilizados para la extracción de lana, la cual luego de pasar por diferentes procesos sirve para la elaboración de diferentes productos como cobijas, bufandas y chales. Esta es una actividad tradicional y productiva que se sigue practicando en la hacienda, algunas personas también la realizan como pasatiempo.

Por su parte el pastoreo es una actividad que se realiza a diario con todo tipo de ganado, y consiste en permitir que los animales recorran al aire libre los terrenos, campos y colinas, a fin de conseguir pasto para alimentarse.

### Figura 25

*Ganado Ovino de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Ganado Porcino.** La Hacienda El Descanso cuenta con diez cabezas de ganado porcino o cerdos, que se usan para obtener carne; la alimentación de estos animales es variada. Siempre se mantiene a una pareja reproductora (chancha y berra) y cada cuatro meses de la chancha nacen aproximadamente entre seis a diez crías, algunas crías se conservan para mantener la producción y calidad mientras que otras son destinadas a la venta.

**Figura 26**

*Ganado Porcino de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Ganado Equino.** La Hacienda El Descanso cuenta con ocho cabezas de ganado equino entre caballos y yeguas. Se usan principalmente como medio de transporte de los campesinos que se movilizan a realizar diferentes actividades como la extracción de leche, cosecha, pesca, etc.; así también sirven como transporte de carga ya que ayudan a transportar las cosechas, pasto o abono y distribuirlos por los terrenos.

**Figura 27**

*Ganado Equino de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

## ***Recursos para Avicultura***

La Hacienda El Descanso cuenta con cincuenta aves entre gallinas, gallos y pollos. De ellos se obtiene dos alimentos de primera necesidad como es la carne y los huevos que son utilizados para el consumo de la familia.

### **Figura 28**

*Criadero de Aves de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guaitas, T. y Lituma, E. (2021)

## ***Crianza de Cuyes y Conejos***

La hacienda cuenta con más de cincuenta cuyes y veinte conejos, es el principal alimento que se ofrece en toda la parroquia y también se lo utiliza para la venta.

### **Figura 29**

*Criadero de Cuyes y Conejos de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guaitas, T. y Lituma, E. (2021)



## ***Recursos Apícolas***

En la hacienda existen tres colmenas artesanales de las cuales se extrae miel silvestre, polen, jalea real y cera de abejas, ricos en vitaminas, minerales, oligoelementos, azúcar natural, carbohidratos y agua. Actualmente se usan estos productos para el autoconsumo.

### **Figura 30**

Recursos Apícolas de la Hacienda El Descanso



*Nota.* Guaitillas, T. y Lituma, E. (2021)

## ***Recursos Acuícolas***

La hacienda dispone de recursos acuícolas que abarcan peces y truchas.

### **Figura 31**

*Recursos Acuícolas de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guaitillas, T. y Lituma, E. (2021)

Para finalizar, como se puede apreciar la hacienda es rica en recursos, razón por la cual en el siguiente capítulo se presenta el modelo de gestión turística y el producto agroturístico acorde a las necesidades y fortalezas de la Hacienda El Descanso.

## CAPÍTULO II

### MODELO DE GESTIÓN, PRODUCTO AGROTURÍSTICO Y ANÁLISIS FINANCIERO DE LA PROPUESTA AGROTURÍSTICA

En el presente capítulo de la Propuesta de Agroturismo para la Hacienda El Descanso como primer punto se presenta el diseño del Modelo de Gestión para la hacienda, para lo cual se partirá por conocer a qué hacen referencia los términos de *gestión*, *autogestión*, *modelo de gestión* y *gestión turística*. Luego, se detalla la metodología a emplearse y se plantea el esquema del modelo de gestión.

Como segundo punto, se presenta el *Producto Agroturístico* para la hacienda El Descanso, para lo cual se detallarán las implementaciones y remodelaciones que serán necesarias en la infraestructura para la puesta en marcha de los servicios. Posteriormente, se presentan cuatro paquetes turísticos, tres de los cuales operará la hacienda de manera exclusiva y el cuarto que involucra una ruta agroturística integral, en la cual se contará con la participación de otra hacienda y una granja del lugar.

Una vez conformado el producto agroturístico, como tercer punto, se aborda la formalización del modelo de gestión que contiene la estructura legal, la estructura y cultura organizativa de la hacienda, y todo lo concerniente al plan operativo del producto turístico, a fin de que se desarrolle la actividad agroturística de la manera más eficaz.

Como cuarto punto, se presenta el análisis financiero de toda la propuesta. Este análisis permitirá conocer la cotización de la implementación propuesta, además de la inversión, el financiamiento, los costos y los ingresos que percibirá la hacienda con el proyecto completo, lo que a su vez nos permitirá determinar si es una propuesta rentable a corto y largo plazo. El capítulo concluye con los indicadores financieros y el punto de equilibrio.

## Gestión Turística de la Hacienda El Descanso

### **Conceptualización**

En palabras de Terrazas (2009), la *gestión* tiene como objetivo planificar, dirigir, administrar, organizar y controlar los recursos dispuestos por las empresas u organizaciones para el desarrollo de proyectos que esperan alcanzar algún fin en específico; y de manera simultánea busca el desarrollo de las destrezas de todos los actores, es decir, la gestión maneja e integra todos los componentes de un proyecto. Por consiguiente, una buena gestión abarca los siguientes puntos: definir el objetivo del proyecto, determinar el periodo de tiempo para ser efectuado, plantear un conjunto de actividades puntuales para cada integrante y finalmente, prever el presupuesto acorde a las demandas del proyecto.

Sobre los *modelos de gestión* Julián (2008) define: “son esquemas para la administración de una entidad, pueden ser aplicados tanto en las empresas privadas como en la administración pública” (como se citó en Paredes, 2017, p. 11). Por lo tanto, podemos deducir que la *gestión turística* trata sobre la forma de manejar, conducir u operar empresas turísticas, así como los destinos turísticos. En otras palabras, la gestión turística involucra todo lo relacionado a la administración, la dirección, el funcionamiento y la organización de la empresa, asociación o institución turística de manera eficiente para lograr un fin común. García (2017) menciona:

El modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible, esencialmente mediante un proceso de planificar y organizar el trabajo, realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio profundo para obtener las mejores estrategias, a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales y propender el desarrollo de la comunidad. (p. 87)

En conclusión, el modelo de gestión traza la ruta que debe seguir la empresa turística.

***Modelo de Gestión Turística para la Hacienda El Descanso***

La Hacienda El Descanso para su correcta incursión en el turismo agrícola o agroturismo necesita de un modelo de gestión que lo respalde, pues le brindará parámetros y lineamientos para la adecuada administración, operación y ejecución del agroturismo. En consecuencia, el objetivo central del presente capítulo es que la hacienda cuente con bases sólidas y procesos estructurados que faciliten la dinámica interna al momento de iniciar con sus servicios turísticos.

El modelo de gestión turística que se propone está basado en el Modelo de Gestión del Turismo Rural Comunitario planteado por la Fundación CODESPA. La Fundación CODESPA es una organización no gubernamental sin fines de lucro, creada el 12 de noviembre de 1985 en la ciudad de Madrid, España; está presidida por el Príncipe Felipe VI de España y un grupo de profesionales de todas las disciplinas que están comprometidos con el desarrollo integral de los más pobres (Fundación CODESPA, 2011). Desde sus inicios la ONG lleva a cabo proyectos y convenios que involucran a varios países de América Latina, España y el Caribe entre ellos Ecuador, con el propósito de crear oportunidades de crecimiento económico y social para las personas y sus familias de modo que incrementen sus ingresos de forma autónoma y sostenible. Actualmente existe una delegación regional de turismo con sede en la ciudad de Quito, desde ahí se han impulsado proyectos para las personas y las comunidades indígenas y campesinas.

Parafraseando a la Fundación CODESPA (2011) sobre los objetivos de la implementación de un modelo de gestión tenemos que: primero, beneficia la autogestión de los emprendimientos turísticos; segundo, permite la elaboración de productos turísticos que beneficien a la cultura local y la naturaleza; tercero, brinda experiencias vivenciales a los turistas en las comunidades campesinas; cuarto, impulsa la comercialización directa por parte de las haciendas; y quinto, permite el planeamiento de estrategias para la generación de ingresos adicionales a la agricultura.

En base a ello, el modelo de gestión propuesto para la hacienda El Descanso posee un *enfoque sostenible* en lo económico, social y ambiental, el mismo que se resume en: dar a conocer y generar beneficios económicos, sociales y ambientales a través del agroturismo a la Hacienda El Descanso y la Comunidad de Cuzhig, a la vez que se revaloriza la cultura agrícola y campesina.

La sostenibilidad con respecto al aspecto económico se plantea debido a que se espera generar para la Hacienda El Descanso a través de la comercialización del producto agroturístico, beneficios económicos adicionales a sus actividades principales que son la agricultura y ganadería; a la vez que se busca el manejo responsable de los recursos financieros de la hacienda y se genera nuevas fuentes de empleo. Sin olvidar que el agroturismo por efecto multiplicador beneficia a la economía de la localidad.

El aspecto social se plantea debido a que no sólo la hacienda crecerá, sino que la actividad agroturística generará un desarrollo social en toda la comunidad de Cuzhig pues se pretende ayudar de manera indirecta a los pequeños emprendimientos del sector. Así también, el emprendimiento puede servir de ejemplo para que más haciendas incorporen el agroturismo a sus actividades productivas como alternativa a la crisis ocasionada por la pandemia y, por ende, surja un mejoramiento de la calidad de vida de las familias campesinas. Finalmente, en lo social también ayudará a salvaguardar el patrimonio cultural de la parroquia Jima.

El aspecto ambiental se incluye ya que se trabajará en revalorizar las actividades agrícolas y ganaderas del sector campesino, se pondrá en práctica la conservación del ecosistema, la biodiversidad y el medio rural; así como también se dará prioridad a la educación ambiental, pues estará presente en todos los programas e itinerarios que la hacienda comercialice como producto turístico.

### ***Metodología del Modelo de Gestión***

El modelo de gestión está diseñado para que se desarrolle en tres fases:

La primera fase, se iniciará con el diagnóstico de la situación actual de la hacienda para conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que presenta frente al desarrollo del agroturismo. En esta fase se identificarán los principales problemas para así plantear soluciones estratégicas viables que beneficien al emprendimiento. La herramienta a utilizarse es la matriz FODA, donde se clasificará cada aspecto antes señalado.

La segunda fase involucra la formalización y el desarrollo del modelo de gestión. Este punto abarca el planteamiento y formulación de las acciones que se llevarán a cabo tanto al inicio del emprendimiento como para el transcurso de la operación turística; por ello lo que se espera de esta fase es que tanto los dueños como los trabajadores cuenten con las herramientas y los conocimientos necesarios sobre agroturismo.

La tercera fase trata sobre el control y evaluación de los resultados del modelo de gestión propuesto; aquí se verificará principalmente que se hayan cumplido las acciones de la segunda fase. Esta fase es importante ya que permitirá hacer las correcciones pertinentes o en su defecto, plantear nuevas estrategias que vayan acorde a los requerimientos de la hacienda.

### ***Diagnóstico Estratégico de la Situación Actual de la Hacienda El Descanso***

El diagnóstico de la situación actual de la Hacienda el Descanso correspondiente a la primera fase, es un punto fundamental para el planteamiento de las acciones a desarrollarse dentro del modelo de gestión debido a que permite conocer los recursos a favor del agroturismo, así como las falencias y desventajas que presenta la hacienda para esta actividad. Para una mayor visibilidad de la situación actual de la hacienda se presenta la matriz FODA en la cual cada componente de la matriz está dividido en aspectos: económico, social y ambiental.

**Tabla 7**

*Matriz FODA. Diagnóstico Estratégico de la Situación Actual de la Hacienda El Descanso*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p><b>Ámbito Económico:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Hacienda El Descanso cuenta con recursos ganaderos: ganado vacuno, porcino, equino y ovino.</li> <li>2. Recursos agrícolas: cultivos hortícolas, frutales, medicinales, vegetales, tubérculos, cereales.</li> <li>3. Animales de granja: avicultura, cuyes.</li> <li>4. Venta de productos agrícolas y ganaderos: leche, queso, quesillo, vegetales y hortalizas, entre otros.</li> <li>5. Gran extensión de terreno para el desarrollo de actividades agroturísticas.</li> <li>6. Alto potencial para el turismo agrícola debido a las características del lugar y sus recursos.</li> <li>7. Intención para crear nuevos servicios turísticos: hospedaje, restauración y actividades complementarias.</li> <li>8. Aceptación de sus productos dentro de los mercados locales.</li> <li>9. Gastronomía local.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Económico:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversificación de los ingresos de la hacienda y la comunidad.</li> <li>2. Potencial para generar empleo.</li> <li>3. Ausencia de competencia en agroturismo por parte de otras haciendas en la comunidad.</li> <li>4. Oportunidad para diversificar y reactivar el mercado turístico.</li> <li>5. Creciente interés por parte de los turistas nacionales y extranjeros hacia el agroturismo.</li> <li>6. Participación en ferias culturales y turísticas.</li> </ol>
<p><b>Ámbito Social:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo familiar para el desarrollo del proyecto.</li> <li>2. Interés genuino por parte de los propietarios hacia el agroturismo.</li> <li>3. La hacienda cuenta con trabajadores campesinos que conocen la vida de campo y sus labores.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Social:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nación a la Parroquia Jima el 1 de abril del 2008.</li> <li>2. Desarrollo rural y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad de Cuzhig y la parroquia Jima.</li> <li>3. Reconocimiento a la Hacienda El Descanso como la hacienda pionera en agroturismo en la comunidad.</li> </ol>

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Interés de dos haciendas/granjas para participar en el desarrollo de la ruta agroturística.</li> <li>5. Hospitalidad de la población.</li> <li>6. Presencia de recursos culturales y gastronómicos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Conservación de las costumbres y tradiciones ancestrales.</li> <li>5. Apoyo del MINTUR y el MAG en el impulso el agroturismo a nivel nacional.</li> <li>6. Apoyo del GAD Municipal del Sigsig en el desarrollo el turismo rural en el cantón.</li> <li>7. Apoyo del GAD parroquial de Jima en el desarrollo de agroturismo con programas de capacitación, comercialización y ferias dirigidas a los agricultores y ganaderos planteados en la actualización del PDOT 2020; así como el impulso al rescate del patrimonio cultural de la parroquia.</li> </ol>
<p><b>Ámbito Ambiental:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La hacienda se encuentra en un medio 100% rural</li> <li>2. Alto potencial para el turismo agrícola debido a sus recursos de orden ganadero, agrícola, acuícola, apícola y turístico.</li> <li>3. Variedad de flora y fauna.</li> <li>4. Recurso natural intervenido: reservorio de peces.</li> <li>5. Recursos naturales no intervenidos: bosque de pino y la cascada natural.</li> <li>6. Producción 100% orgánica.</li> <li>7. Prácticas ambientales moderadas.</li> <li>8. Cuidado de los paisajes y la biodiversidad.</li> <li>9. Cuentan con medidas de bioseguridad.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Ambiental:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El 50,98% del territorio de la parroquia Jima constituye zona de conservación y preservación.</li> <li>2. Reconocimiento local y buena imagen para la hacienda por implementar buenas prácticas ambientales y sostenibles.</li> <li>3. Apoyo del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica para el cuidado medioambiental.</li> <li>4. Fortalecimiento a los demás productos turísticos: ecoturismo, turismo comunitario y turismo de aventura de la provincia del Azuay.</li> </ol>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>AMENAZAS</b></p>
<p><b>Ámbito Económico:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Infraestructura en estado regular.</li> <li>2. Falta de recursos económicos.</li> <li>3. Falta de planificación empresarial.</li> <li>4. Falta de planificación turística.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Económico:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de imagen turística del cantón Sigsig.</li> <li>2. Falta de coordinación interinstitucional entre los GADs locales.</li> </ol>



<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Carencia de una imagen turística de la Hacienda El Descanso.</li> <li>6. Ausencia de marca y logotipo.</li> <li>7. Inexistencia de paquetes turísticos.</li> <li>8. Inexistencia de un plan de marketing.</li> <li>9. Desconocimiento sobre el estudio de mercado y la fijación de precios.</li> <li>10. Falta de promoción y publicidad.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Ausencia de demanda turística en la zona debido a la competencia de otros destinos turísticos aledaños como Gualaceo, Paute y Chordeleg que, a pesar de ofrecer un producto turístico diferente, acaparan en su mayoría el turismo interno.</li> <li>4. Crisis económica actual debido a la pandemia por el Covid-19:</li> <li>5. Inestabilidad política del país.</li> <li>6. Inflación y aumento del precio de combustible.</li> </ol>
<p><b>Ámbito Social:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimientos empíricos, no profesionales.</li> <li>2. Falta de capacitación e información sobre el agroturismo y turismo en general.</li> <li>3. Escasa experiencia en atención al cliente.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Social:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conmoción social por la pandemia.</li> <li>2. Migración de la población hacia grandes ciudades del país y el mundo.</li> <li>3. Baja calidad de vida de la comunidad de Cuzhig.</li> <li>4. Debilitamiento de las relaciones sociales entre la población de Jima y los GADs debido a la pandemia.</li> <li>5. Analfabetismo propio del área rural.</li> <li>6. Acceso limitado a servicios informáticos e internet.</li> <li>7. Baja intensidad en señal de celulares.</li> <li>8. Pérdida de identidad, aculturación.</li> </ol>
<p><b>Ámbito Ambiental:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inexistencia de un plan en buenas prácticas ambientales.</li> <li>2. Falta de mantenimiento de los senderos existentes.</li> <li>3. Falta en la creación de nuevos senderos.</li> </ol>	<p><b>Ámbito Ambiental:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presencia de minería metálica en todo el cantón Sigsig.</li> <li>2. Cambio Climático: sequia, lluvias intensas heladas, altas temperaturas.</li> <li>3. Fenómenos naturales: sismos, deslizamientos e inundación en los alrededores (Chordeleg, Gualaceo) debido al río Santa Bárbara.</li> <li>4. Fenómenos antrópicos: incendios forestales.</li> <li>5. Contaminación ambiental.</li> </ol>

*Nota.* En el Anexo B se detallan los actores involucrados. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Luego de conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en torno a la Hacienda El Descanso, se presentan el análisis estratégico y problema estratégico general. Según García (2017), “un análisis estratégico consiste en analizar desde una perspectiva estratégica sobre la situación actual de un destino turístico para luego formular e implementar estrategias encaminadas a desarrollar la competitividad del sector en un destino en particular” (p. 43). Es decir, el análisis estratégico sirve para establecer los caminos a seguir para solucionar los problemas que surgen en la consecución de una meta. En la siguiente matriz se expone el análisis de los principales problemas encontrados para la ejecución del agroturismo como actividad económica en la Hacienda El Descanso, sus causas, las soluciones estratégicas sugeridas y los objetivos que se esperan alcanzar. Los problemas han sido planteados en base a la recopilación de información de la matriz FODA.

**Tabla 8**

*Matriz de Problemas, Causas, Soluciones Estratégicas y Objetivos correspondientes al Análisis Estratégico*

<b>Problemas</b>	<b>Causas</b>	<b>Soluciones Estratégicas</b>	<b>Objetivos</b>
Inexistencia de planificación empresarial y turística en la Hacienda El Descanso.	- Falta de apoyo por parte de entidades públicas (GADs, Universidades) para impulsar los emprendimientos en las zonas rurales.	- Organizar la estructura empresarial y fundacional de la Hacienda El Descanso. - Gestionar alianzas estratégicas.	- Posicionar a la Hacienda El Descanso como una empresa turística debidamente registrada.
Falta de recursos financieros.	- Falta de registros contables de la hacienda y exceso de gastos innecesarios.	- Adquirir créditos temporales en entidades bancarias para solventar gastos.	- Contar con recursos para el desarrollo del emprendimiento agroturístico.

Falta de aprovechamiento de los recursos naturales, agrícolas y ganaderos.	- Miedo a emprender en el ámbito turístico.	- Gestionar y aprovechar los recursos de la hacienda para diseñar paquetes turísticos de calidad.	- Crear itinerarios llamativos para los turistas que aman la naturaleza en base a los recursos actuales.
Falta de infraestructura.	- Pocos recursos económicos. - Problemas en la contratación de bienes y servicios.	- Buscar financiamiento para realizar las debidas remodelaciones y adecuaciones de las instalaciones de la hacienda.	- Contar con instalaciones cómodas, adecuadas y de calidad para el agroturismo.
Falta de visibilidad tanto para la venta de sus productos agrícolas como para el nuevo proyecto turístico.	- No poseer conocimientos sobre temas de marketing, promoción y publicidad.	- Incursionar en el marketing a través de la elaboración de un plan de marketing turístico que apoye a la comercialización y ventas de la hacienda.	- Dar visibilidad a la Hacienda El Descanso y sus servicios a través de las estrategias de marketing.
Desconocimiento en fijar precios	-Falta de conocimientos en educación financiera y estudio de mercado.	- Establecer precios competitivos en el mercado turístico.	-Contar con precios accesibles y competitivos.
Personal con poco conocimiento en turismo, agroturismo y administración.	- Dedicación únicamente a las actividades agrarias.	- Invertir en el desarrollo del capital humano.	- Contar con trabajadores campesinos capacitados en todas las áreas turísticas.
Falta de apoyo local para emprender en turismo.	- Se considera a las actividades agrícolas como las únicas que pueden generar ingresos económicos a las familias de la parroquia Jima.	- Buscar el apoyo de las principales entidades públicas y privadas que puedan aportar en la ejecución del proyecto agroturístico.	- Abrir paso para que la Hacienda El Descanso se dé a conocer por sus productos y servicios en agroturismo.

Falta de implementación de normas de sostenibilidad a la actividad agrícola y ganadera.	- Se cree que es innecesario que la empresa sea sostenible al ser pequeña.	- Revisar e implementar manuales de sostenibilidad a todo el proyecto de agroturismo.	- Aprovechar los recursos y servicios de manera equilibrada, sostenible y sustentable, haciendo que éstos no perjudiquen a la hacienda en un futuro.
Parálisis (fortuita) del turismo emisor y receptor.	-Pandemia Covid-19	- Implementar medidas de bioseguridad para generar confianza en los turistas.	- Ofrecer el turismo agrícola como una alternativa a la situación que está viviendo el país y el mundo.

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Con la información recopilada y el análisis previo podemos determinar como problema estratégico general que la Hacienda El Descanso posee una gran potencialidad para desarrollar turismo agrícola, sin embargo, no cuenta con los parámetros necesarios para que la actividad se desarrolle eficazmente, por lo que si bien se han llevado a cabo recorridos por la hacienda con anterioridad, estos recorridos no contaron con una planificación previa, ni un con un estudio detallado de lo que se necesita para operar este tipo de turismo. Por otro lado, al ser la Hacienda El Descanso pionera en agroturismo en la comunidad de Cuzhig, se enfrenta a varios retos como es el crear una imagen turística propia, formar y mantener el apoyo de los gobiernos locales y demás actores claves (Anexo B) pero, sobre todo, prevalecer en el mercado a pesar de la crisis económica y social que se está viendo por la pandemia del COVID-19.

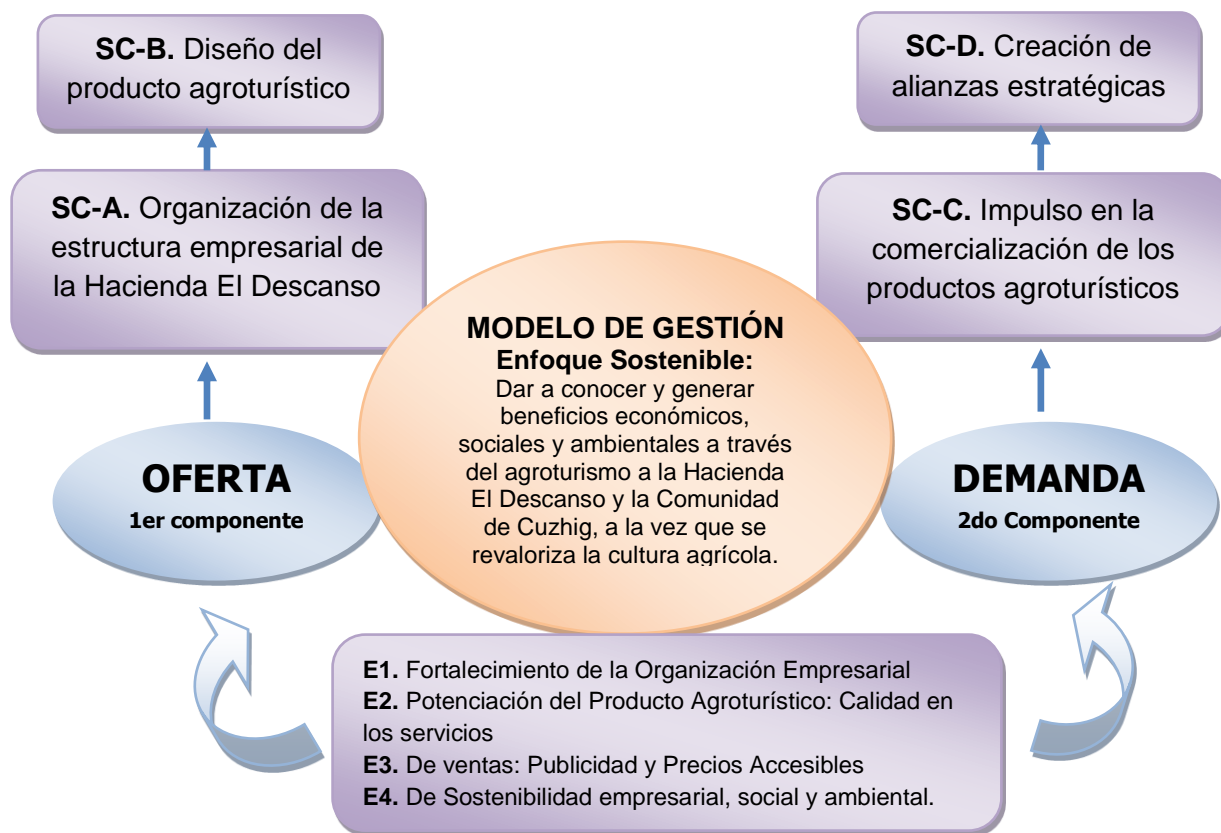
Por consiguiente, la solución estratégica general es: Definir acciones y lineamientos a fin de que la Hacienda El Descanso cuente con una base empresarial sólida, tomando en cuenta la integración de la oferta y demanda turística, los cuales en conjunto se espera que alcancen los objetivos tanto a nivel económico, social y ambiental.

## Esquema del Modelo de Gestión

El modelo de gestión está diseñado acorde a las necesidades actuales de la Hacienda El Descanso, por lo que, de acuerdo al tipo, es un modelo de *gestión estructural-funcional*, debido a que este modelo se basa en el sistema turístico, presenta la forma interna y dinámica funcional de la empresa o destino. (García, 2017). Es así que el siguiente esquema está estructurado por dos componentes principales, la oferta y la demanda, y a su vez cada uno consta de dos subcomponentes. Finalmente, se plantean las estrategias correspondientes al modelo de gestión propuesto.

**Figura 32**

*Esquema del Modelo de Gestión Turística para la Hacienda El Descanso*



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Cada uno de los subcomponentes tanto de la oferta como de la demanda son pasos a seguir y se complementan entre sí para lograr el manejo y operación del producto agroturístico, por lo que a continuación se desglosa cada componente del modelo de gestión turístico.

**Primer Componente: La Oferta.** Según la Fundación CODESPA (2011), actuar sobre la oferta es indispensable para lograr una estructura organizativa que pueda gestionar de manera eficiente el producto turístico. Por lo tanto, con lo que se trabajarán para tener una oferta consolidada en la hacienda será: primero, la organización de la hacienda como empresa turística; y segundo, la creación del producto agroturístico; los mismos que están contemplados en los subcomponentes A y B.

***Organización de la Estructura Empresarial de la Hacienda el Descanso (A).*** Como primer subcomponente tenemos la organización de la estructura empresarial de la Hacienda El Descanso, este subcomponente permitirá tanto a la hacienda como al proyecto en general contar con cimientos legales, empresariales y estructurales. Por tanto, para la organización de la estructura empresarial es importante mencionar que los dueños Ángel Fernández y Melania Duchitanga estarán a cargo de la gestión de todos los procesos administrativos, funcionales y operativos del producto agroturístico; es así que desde un inicio y durante la implementación del proyecto se brindará apoyo y acompañamiento profesional en turismo para desarrollar sus habilidades en gestión y liderazgo.

En la Tabla 9 se detallan las acciones propuestas que tanto los dueños como los trabajadores de la hacienda deben tomar para obtener resultados favorables en la gestión turística, esto ayudará de igual manera a construir un ambiente laboral armonioso en donde todos tengan una meta en común; mientras que en la Tabla 10 se detallan las acciones para gestionar el producto agroturístico de manera eficiente.

Tabla 9

*Acciones para la Organización de la Estructura Empresarial de la Hacienda El Descanso*

### **Acciones Correspondientes a los Dueños de la Hacienda**

- 1.- Realizar los trámites legales para que la hacienda conste como hacienda agroturística y tener presente todas las obligaciones dispuestas en el Reglamento de Alojamiento T.
- 2.- Realizar las mejoras e implementaciones necesarias para la infraestructura y el equipamiento de la hacienda.
- 3.- Realizar y socializar con los trabajadores el plan de estructuración y funcionamiento.
- 4.- Implementar un sistema financiero y contable.
- 5.- Gestionar la seguridad de la hacienda.
6. Implementar y monitorear el “Manual de buenas prácticas en la actividad turística” elaborado por la Fundación CODESPA.
- 7.- Llevar un control de las actividades por trabajador.
- 8.- Impulsar la innovación y mejora continua.
- 9.- Desarrollar liderazgo, compromiso y transparencia en todas las acciones antes mencionadas.

### **Acciones Correspondientes a los Empleados de la Hacienda**

- 1.- Conocer la misión, la visión y la cultura organizativa de la hacienda.
- 2.- Cumplir con el plan de estructuración y funcionamiento.
- 3.- Asistir a reuniones y capacitaciones.
- 4.- Cumplir con la preparación y la rotación en los servicios.
- 5.- Velar por el bienestar común.
- 6.- Tener compromiso con el proyecto.

### **Herramientas**

- Asistencia de profesionales en turismo para asesoramiento y capacitaciones: Manual de Buenas Prácticas en la Actividad Turística
- Reuniones
- Inversión económica
- Wifi
- Material Impreso: fichas de monitoreo de buenas prácticas y fichas de trabajadores.

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Con referencia a las acciones de los dueños se detalla lo siguiente:

Primero, realizar los trámites legales para que la hacienda conste como hacienda agroturística, esto involucra obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC), la patente municipal, realizar el registro en el Ministerio de Turismo como hacienda agroturística y patentar la marca en el IEPI; adicionalmente, determinar el tipo de contrato que se utilizará con los empleados para así llevar el control de la empresa de manera legal y en orden.

Segundo, realizar las mejoras e implementaciones necesarias para la infraestructura y el equipamiento de la hacienda, esto involucra invertir en adecuación y remodelación de la parte inmobiliaria de la hacienda y la tienda agroturística, así como la adquisición de los implementos necesarios para el desarrollo de las actividades agroturísticas; para esto es necesario solicitar el financiamiento de una entidad bancaria.

Tercero, una vez constituida la hacienda agroturística, los dueños deben socializar con los trabajadores el plan de estructuración y funcionamiento, así como la Ley de Turismo y el Reglamento para Alojamientos Turísticos, a fin de que todos tengan conocimiento del plan de gestión, el reglamento y a su vez puedan contribuir con sus opiniones y puntos de vista.

Cuarto, implementar un sistema financiero y contable, es decir, llevar un buen control de los ingresos por ventas y servicios, así como de los egresos con respecto a la compra de insumos y materia prima, salarios, gastos e imprevistos, ya que es la base para la supervivencia de la hacienda; en la parte contable es indispensable el uso de registros digitales y físicos.

Quinto, gestionar la seguridad de la hacienda en todos los contextos, esto abarca contar con cámaras de seguridad, alarmas, botiquín de primeros auxilios, extintor, además de la gestión con la policía de la comunidad, entre otros.



Sexto, implementar y monitorear el “Manual de Buenas Prácticas en la Actividad Turística” elaborado por la Fundación CODESPA. Esta implementación les permitirá gestionar el funcionamiento interno de la hacienda, así como la calidad de los servicios turísticos.

Séptimo, llevar un control de las actividades por trabajador que incluyan sus horarios y sus labores diarias, a fin de que los dueños tengan conocimiento del rendimiento de sus empleados. En esta actividad se realizará también un análisis de los empleados para conocer sus fortalezas y debilidades de manera personal, y así planear actividades que ayuden a superar los aspectos negativos de cada miembro.

Octavo, una vez implementado el proyecto es importante impulsar la innovación y mejora continua de las actividades, los programas, las instalaciones y el ambiente laboral, con el propósito de no caer en la rutina y el conformismo, sino por el contrario, promover la innovación de nuevas ideas y herramientas que beneficien a la imagen de la Hacienda El Descanso.

Noveno, los dueños desde un inicio y a lo largo del tiempo deberán desarrollar liderazgo, compromiso y transparencia a través de la adquisición de conocimientos por cuenta propia, a más de los conocimientos brindados por las profesionales en turismo, para así transmitir seguridad a sus empleados ya que al ser el agroturismo una actividad nueva, los agricultores y campesinos necesitarán de un líder.

Entre las acciones por emprender por parte de los empleados para lograr una buena organización de la estructura empresarial tenemos: Primero, tener conocimiento de la misión, la visión y la cultura organizativa de la hacienda para así trabajar en la consecución de los objetivos de la hacienda. Segundo, cumplir con el plan de estructuración y funcionamiento con el fin de mantener un ambiente de trabajo justo y equitativo. Tercero, asistir a las reuniones y capacitaciones que se llevarán a cabo periódicamente con el propósito de adquirir nuevos conocimientos.

Cuarto, cumplir con la preparación y la rotación en los servicios, para ello es indispensable la elaboración de calendarios y horarios. Quinto, velar por el bienestar común, es decir, deben prever todo lo necesario para que ellos mismos, así como los turistas se sientan cómodos realizando las actividades y toda la experiencia agroturística resulte exitosa; y como sexto punto, deben tener un gran compromiso con el proyecto.

Finalmente, las herramientas con las que se contará para lograr las acciones propuestas son: la asistencia continua de profesionales en turismo para capacitar y asesorar a los dueños y los empleados en temas de gestión empresarial, gestión turística, servicio al cliente, protocolo y etiqueta, turismo, agroturismo, sostenibilidad, entre otros temas de relevancia para el funcionamiento de la hacienda; el material principal será el “Manual de Buenas Prácticas en la Actividad Turística” elaborado por la fundación CODESPA. Posteriormente, las capacitaciones se darán únicamente de dueños a empleados.

Las reuniones entre dueños y empleados serán necesarias para llegar a consensos de horarios, pagos, derechos y obligaciones de parte y parte. La inversión económica por su parte, servirá para la adquisición de infraestructura y equipamiento; el wifi para la parte de administración y reservación; el material impreso para los temas a tratar en las capacitaciones antes mencionadas, y finalmente, las fichas de monitoreo para las buenas prácticas y control de trabajadores.

***Creación del Producto Agroturístico de la Hacienda El Descanso (B).*** Como segundo subcomponente tenemos la creación del producto agroturístico para la Hacienda El Descanso, por lo que las acciones que se deben cumplir para poseer un producto agroturístico llamativo y competitivo en el mercado son las siguientes:

**Tabla 10**

*Acciones para la Creación del Producto Agroturístico de la Hacienda El Descanso*

### **Acciones Correspondientes a los Dueños de la Hacienda**

- 1.- Con la asistencia de un profesional en turismo, diseñar múltiples programas y recorridos agroturísticos.
- 2.- Contar con los implementos, indumentaria y equipamiento necesario para cada actividad, así como con los protocolos de bioseguridad.
- 3.- Surtir la tienda agroturística con todo lo necesario para la venta.
- 4.- Contar con un plan logístico y de mantenimiento para la operación de los servicios, así como con un plan de contingencia para imprevistos.
- 5.- Llevar un registro de visitas.
- 6.- Realizar encuestas para evaluar los servicios y de acuerdo a ellas hacer las mejoras correspondientes.

### **Acciones Correspondientes a los Empleados de la Hacienda**

- 1.- Dar mantenimiento a las instalaciones, implementos y equipamientos.
- 2.- Coordinar toda la operación del itinerario.
- 3.- Ofrecer un servicio personalizado, con calidad en los servicios, buen trato y acompañamiento, procurando cumplir con todo lo ofrecido en la reservación.

### **Herramientas**

- Asistencia de profesionales en turismo para asesoramiento y capacitaciones: “Manual de Buenas Prácticas en Turismo” elaborado por la Fundación CODESPA.
- Reuniones
- Evaluaciones y fichas
- Encuestas
- Inversión económica
- Wifi

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Entre las acciones que se proponen para crear y poseer un producto agroturístico de valor, los propietarios deberán: Primero, diseñar múltiples programas y recorridos agroturísticos para que de esta manera cuenten con una oferta turística variada. Segundo, contar con los implementos, indumentaria y equipamiento necesario para cada actividad, así como con los protocolos de bioseguridad. Tercero, surtir la tienda agroturística con todo lo necesario para la venta de sus productos. En este sentido, la tienda será un apoyo al agroturismo y a los emprendimientos locales que si se maneja de manera adecuada generará beneficios económicos extras. Cuarto, contar con un plan logístico y de mantenimiento de los servicios, así como con un plan de contingencia para imprevistos a los cuales puedan acatarse para que exista coordinación y organización. Quinto, llevar un registro de visitas a fin de contar con información para análisis posteriores. Sexto, realizar encuestas a los visitantes para evaluar los servicios y de acuerdo a ellas hacer las mejoras correspondientes para garantizar servicios de calidad.

Los empleados por su parte deberán: primero, dar mantenimiento a las instalaciones, implementos y equipamientos semanalmente, revisando que todo se encuentre en perfectas condiciones para su uso, de lo contrario se deberá notificar los dueños para su pronta adecuación. Segundo, coordinar conjuntamente con los dueños la operación del itinerario, esto involucra coordinar los programas, transporte, alimentación y las actividades extras. Tercero, ofrecer un servicio personalizado de calidad, buen trato y acompañamiento antes y durante la visita. El servicio de calidad conlleva proveer a los turistas de información valiosa, cumplir el itinerario, los horarios, priorizar la participación de los turistas en las actividades agrarias, mantener el confort y la seguridad de todos, entre otros aspectos.

Concluyendo con este subcomponente, todas las acciones mencionadas necesitan el apoyo de la asistencia de profesionales en turismo para brindar capacitaciones en materia de guianza turística, manejo de grupos, resolución de conflictos, operación turística, entre otros. El material a utilizarse será el “Manual de Buenas Prácticas en Turismo” elaborado por la Fundación

CODESPA. Las reuniones entre propietarios y empleados serán claves para llegar a acuerdos para la operación turística, estas reuniones pueden ser ordinarias o extraordinarias dependiendo de las circunstancias y la coordinación. Además, se emplearán evaluaciones y fichas para monitorear los servicios de la hacienda; encuestas para conocer la percepción de los turistas con respecto al estado de los servicios de la hacienda; inversión económica para equipos, implementos, souvenirs y la tienda agroturística; y wifi para la administración, reservación y coordinación entre la hacienda y el turista.

**Segundo Componente: La Demanda.** Con respecto a la demanda, la Fundación CODESPA (2011) señala que actuar sobre este componente implica lograr que el cliente o consumidor, las operadoras turísticas y los aliados estratégicos locales, conozcan la oferta de agroturismo y que, a partir de ello, establezcan relaciones de negocio con la hacienda y eso se traduzca en un incremento de las visitas. El modelo propuesto abarca dos subcomponentes centrales para actuar sobre la demanda: la comercialización del producto agroturístico y la generación de alianzas estratégicas con el sector público y el sector privado, que se encuentran contemplados en los subcomponentes C y D respectivamente.

En el caso de la hacienda El Descanso a continuación plantearemos las actividades que se deben llevar a cabo para obtener una buena comercialización del producto y las acciones que son necesarias para crear alianzas estratégicas en el sector:

***Impulso en la Comercialización del Producto Agroturístico (C).*** La comercialización como tercer subcomponente, es la manera en la que el producto agroturístico llegará al mercado y los medios que se usarán para que la hacienda de a conocer sus servicios, por ello basados en el Reglamento de Alojamiento Turístico vigente, sección 'políticas de comercialización', las acciones y los medios que se usarán serán los siguientes.

Tabla 11

*Acciones para la Comercialización del Productos Agroturísticos de la Hacienda El Descanso*

### Acciones para la Comercialización del Producto Agroturístico

- 1.- Poseer una marca y slogan distintivo.
- 2.- Conocer las preferencias y necesidades del público objetivo.
- 3.- Elaborar tarifarios y políticas de venta, reserva, cancelación y reembolso.
- 4.- Desarrollar promociones y publicidad.
- 5.- Usar y manejar las redes sociales y comercio electrónico.
- 6.- Contactar con operadoras turísticas.
- 7.- Participar en ferias locales.
- 8.- Llevar registros de ventas.

### Herramientas

- Asistencia de profesionales en turismo para asesoramiento y capacitación
- Wifi
- Celular
- Computadora
- Material de oficina
- Material publicitario impreso: afiches, brochures
- Herramientas de internet: página web, Facebook e Instagram
- Videos promocionales

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Como se observa en la tabla las acciones para fortalecer la comercialización del producto agroturístico son: primero, poseer una marca y un slogan distintivo que apoye a la imagen de la Hacienda El Descanso. Segundo, conocer las preferencias y necesidades del público objetivo a través de la elaboración de un estudio de mercado. Tercero, elaborar tarifarios y políticas de venta, reserva, cancelación y reembolso en base al estudio de mercado previo. Cuarto, desarrollar promociones y publicidad de manera consistente ya sean de manera offline y online para lo cual se deben plantear estrategias sobre marketing digital. Quinto, usar y manejar las redes sociales y comercio electrónico para llegar a más clientes potenciales. Sexto, contactar

con operadoras turísticas de la ciudad de Cuenca y el Sigsig que deseen dar a conocer el emprendimiento. Séptimo, participar en ferias locales impulsadas principalmente por los GADs municipales de Cuenca, Gualaceo y el Sigsig. Y octavo, llevar a cabo registros de ventas para análisis y auditorías internas del rendimiento del proyecto agroturístico.

Las herramientas que se proponen son: la asistencia de profesionales en turismo para capacitación y asesoramiento en temas de comercialización, manejo de redes sociales, marketing turístico, demanda turística, entre otros. Wifi, celular y computadora para el manejo de las redes sociales y ventas. Material de oficina para las ventas. Material publicitario impreso para afiches y brochures. Herramientas de internet, principalmente la creación de una página web y un perfil de negocio en Facebook e Instagram; y, por último, la producción de videos promocionales sobre la hacienda.

Se debe mencionar que la forma de comercialización y la manera de llegar a los futuros clientes es un trabajo continuo y a largo plazo, por lo que se debe destinar una parte del capital para invertir en publicidad y marketing digital ya que un emprendimiento sin visibilidad en los medios y plataformas digitales actualmente es un emprendimiento casi inexistente.

***Alianzas Estratégicas (D).*** Las alianzas, como cuarto subcomponente del modelo de gestión, son acuerdos que se dan entre dos o más partes, y en donde todos los involucrados obtienen beneficios; es así que dentro del ámbito empresarial las alianzas estratégicas son un eje importante para desarrollar el potencial de la empresa, pues abre caminos para expandir las ventas y obtener beneficios no solo económicos sino de funcionamiento, operación y comercialización (Fundación CODESPA, 2011). Para la Hacienda El Descanso se realizarán las acciones que se detallan en la siguiente Tabla 12 con el fin de crear alianzas tanto con el sector público como privado.

**Tabla 12**

*Acciones para la Creación de Alianzas Estratégicas entre la Hacienda El Descanso y las Empresas Públicas / Privadas*

Sector	Acciones	Empresas	Herramientas
<b>Privado</b>	Crear alianzas con empresas para servicios complementarios para la ruta agroturística.	- Granja Integral Fernández - Hacienda Yolanda	- Asistencia y asesoramiento por personal de turismo - Videos promocionales
<b>Privado</b>	Crear alianzas con empresas de transporte.	- Compañías de transporte mixto de Jima - Empresas de transporte turístico de Cuenca: Vanservice y Cotratudossa.	- Material publicitario impreso: afiches - Reuniones - Presentación del producto
<b>Privado</b>	Buscar y crear alianzas para obtener espacios de venta y publicidad, así como incremento en el volumen de ventas.	- Agencias y Operadoras Turísticas - Hoteles - Empresas Privadas y Públicas - Instituciones Educativas - Comercios del Sigsig - Comercios de Cuenca	- Convenios - Mapeo de actores
<b>Privado</b>	Crear alianza con entidades financieras para créditos y financiamientos.	- Cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo. - Cooperativa de ahorro y crédito JEP	
<b>Público</b>	Crear alianzas para promocionar en el canal oficial del Ministerio de Turismo los servicios de la hacienda.	- Ministerio de Turismo <a href="http://www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/">www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/</a>	



<b>Público</b>	Formar alianzas para publicitar los paquetes agroturísticos en el Itur de la ciudad de Cuenca.	- Fundación Municipal Turismo para Cuenca	
<b>Público</b>	Crear alianzas para mejorar la señalización de los caminos y el mantenimiento de carreteras.	- GAD Parroquial Jima	
<b>Público</b>	Crear alianzas para recibir apoyo presupuestario para la participación en ferias y para participar en programas de capacitación turística.	- GAD Municipal de Sigsig	

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Para las acciones propuestas las herramientas se emplearán de la siguiente manera: Asistencia y asesoramiento por parte del personal de turismo para guiar en el proceso de creación de alianzas estratégicas. Mapeo de actores, con el fin de contar con una matriz que dé a conocer todos los actores involucrados de manera directa e indirecta en el proyecto. Videos promocionales de la hacienda y sus servicios para presentación del producto turístico en las diferentes empresas y asociaciones. Material publicitario impreso como afiches y volantes, los cuales serán distribuidos en los lugares descritos en la tabla anterior. Reuniones, entre el dueño de la hacienda y los dueños de las entidades de interés para la presentación del producto. Convenios, entre la hacienda y las entidades de interés para formalizar las alianzas estratégicas.

Una vez dado a conocer cada componente y subcomponente del modelo de gestión turístico de la hacienda, se detallan las estrategias que darán soporte al modelo de gestión a lo largo de tiempo.

**Estrategias en Función del Modelo de Gestión Planteado.** Dentro del área de la administración “el vocablo ‘estrategia’ constituye un elemento central y la determinación de la estrategia organizacional llega a ser considerada como la tarea más importante de un directivo. Las estrategias indican el camino para alcanzar la consecución de los objetivos” (Marcó, Loguzzo y Feli, 2016, p. 126). Siendo así, para alcanzar el principal objetivo del modelo de gestión que es: Dar a conocer y generar beneficios económicos, sociales y ambientales a través del agroturismo a la Hacienda El Descanso y la Comunidad de Cuzhig, a la vez que se revaloriza la cultura agrícola, se han formulado cuatro estrategias que la hacienda deberá desarrollar para la operación del agroturismo.

Las siguientes estrategias darán soporte a los dos componentes principales del modelo de gestión: oferta y demanda, y están diseñadas en base al análisis estratégico previo, por lo que a medida que el emprendimiento vaya avanzando a lo largo del tiempo, estas estrategias deberán ir evolucionando de igual manera, para adaptarse a la realidad y necesidades de la hacienda.

***Estrategia N. 1: Fortalecimiento de la Organización Empresarial.*** El fortalecimiento de la organización empresarial de la Hacienda El Descanso es una de las estrategias claves para alcanzar la cohesión interna de la hacienda como empresa dedicada al agroturismo debido a que no basta con tomar la decisión de emprender en agroturismo, sino que es necesario trabajar permanentemente de manera conjunta, dueños, empleados y colaboradores externos, por alcanzar los objetivos de la empresa. Las acciones sugeridas y los resultados esperados con su implementación son:

**Tabla 13**

*Fortalecimiento de la Organización Empresarial*

<b>Acciones Sugeridas</b>	<b>Resultados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecución de las acciones propuestas en el primer subcomponente (A), es decir, tener en orden los documentos legales de la empresa, disponer de una estructura organizacional, establecer planes y reglamentos de operación y funcionamiento, así como planes de contingencia o de imprevistos, de seguridad, de finanzas, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La hacienda cuenta con personalidad jurídica, planes y reglamentos operativos, funcionales y de manejo respecto a la actividad turística.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo y organización del capital humano a través de la identificación del perfil de competencias de cada trabajador (Organigrama).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trabajará periódicamente con las fortalezas y debilidades del personal a fin de mejorar los aspectos negativos y potenciar los positivos.</li> <li>- Se contará con una cultura organizacional unificada y ética, donde exista un ambiente laboral armonioso con trabajadores y colaboradores leales y productivos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidelización de los colaboradores externos a través de incentivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los colaboradores externos confiarán en el trabajo realizado por la hacienda y se evitará la rotación externa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acercamiento a las autoridades locales para dar a conocer el emprendimiento agroturístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Hacienda es reconocida como “Hacienda Agroturística” por el Gobierno Municipal de Sigsig y Jima lo que permite la difusión del emprendimiento como parte de la agenda municipal.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimiento del emprendimiento a través de charlas por parte de otros emprendedores en la rama del turismo, de igual manera se contará con la participación de docentes universitarios y miembros del MINTUR, para lo cual se coordinará previamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los miembros de la hacienda recibirán apoyo externo que incentive y genere confianza para mantener las actividades agroturísticas.</li> </ul>
---	--

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

### ***Estrategia N. 2 para Potenciar el Producto Agroturístico: Calidad en los Servicios.***

Con esta estrategia lo que se busca es brindar calidad dentro del medio rural, ya que comúnmente se tiene estigmatizado el hecho de que por pertenecer al sector rural todo está en mal estado y no siempre suele ser así. Del medio rural se pueden tomar sus recursos y fortalezas y adaptarlos para ser visitados, sin dañar o explotar indiscriminadamente sus patrimonios naturales y culturales. Debido a ello, la Hacienda El Descanso pretende trabajar bajo estándares de calidad que involucren: calidad en el alojamiento, calidad en el servicio gastronómico, calidad en las actividades agroturísticas y, sobre todo, calidad en el trato hacia los turistas. La calidad se manifiesta en lo exterior, pero surge de un sentimiento interno.

Las adecuaciones e implementaciones que se verán más adelante se proyectan con el fin de cumplir con esta estrategia y estarán diseñados conforme a los requerimientos presentes en el Manual de Aplicación del Reglamento para Alojamientos Turísticos del Ecuador elaborado por el Ministerio de Turismo; así también, irán acorde a las características del lugar, por lo que se utilizará al máximo los recursos propios del medio rural y se evitará la contaminación visual paisajística. En este sentido, y por todo lo mencionado anteriormente las acciones que se sugieren y los resultados que se esperan para potenciar el producto agroturístico de la hacienda son:

**Tabla 14**

*Estrategia para Potenciar el Producto Agroturístico: Calidad en los Servicios*

Acciones Sugeridas	Resultados
- Restauración de la infraestructura y mantenimiento general, integrando las medidas de seguridad correspondientes, así como las normas para alojamientos turísticos elaborado por el MINTUR.	- Se ofrece a los visitantes calidad en el alojamiento y se cumple con el reglamento para alojamientos turísticos establecido por el MINTUR.
- Innovación de utensilios y menaje acorde a las necesidades del área de cocina y comedor y variación en los menús.	- Se ofrece a los visitantes calidad en el servicio gastronómico.
- Equipamiento de herramientas, materiales y equipos nuevos para la agricultura, ganadería, apicultura y acuicultura según sean las necesidades de la hacienda.	- Se ofrece a los visitantes calidad en las actividades agroturísticas.
- Trato al turista óptimo y personalizado antes, durante y después de la visita.	- Turistas satisfechos y buena imagen de la Hacienda El Descanso.

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Estrategia N. 3 de Ventas: Publicidad y Precios Accesibles.** La tercera estrategia sobre Estrategias de Venta hace referencia a ofrecer los paquetes agroturísticos a precios accesibles para todo público, y mantener una continua publicidad tanto de manera offline, a través de material impreso como son los flyers, brochures, etc., como de manera online a través de plataformas digitales y redes sociales con el objetivo de llegar a más clientes potenciales. La publicidad dará visibilidad a la marca de la hacienda que es “Hacienda Agroturística El Descanso”. Esta estrategia se desarrolla a profundidad en el último capítulo del presente proyecto.

**Tabla 15**

*Estrategia de Ventas: Publicidad y Precios Accesibles*

Acciones Sugeridas	Resultados
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empleo de publicidad masiva a través de plataformas digitales y redes sociales, esto involucra el marketing de influencers; sin descuidar la publicidad tradicional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gracias al buen manejo de publicidad online y offline llegar a más clientes potenciales y generar mayor volumen de ventas.</li> <li>- Lograr el posicionamiento de la imagen y la marca de la empresa a nivel local.</li> <li>- Se incorpora la publicidad gratuita o de canje con influencers locales lo que ayuda a disminuir los gastos de marketing.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios accesibles en base a un estudio de mercado previo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventaja competitiva respecto a otros emprendimientos locales relacionados al turismo.</li> </ul>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Estrategia N. 4 de Sostenibilidad.** La cuarta estrategia corresponde a la sostenibilidad. La *sostenibilidad* es un término muy utilizado en la actualidad por su importancia en la conservación no solo ambiental sino a nivel social y económico, pues “trata sobre atender demandas actuales sin comprometer los derechos de generaciones futuras” (Fundación CODESPA, 2010, p. 115). En la gestión empresarial, los propietarios con la finalidad de trabajar de manera sostenible, deben trazar lineamientos para el uso adecuado de los elementos económicos, sociales y ambientales de la empresa, los mismos que permitan mitigar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de su gestión (Rainforest Alliance, 2005).

Por ello, el modelo de gestión está direccionado a promover la sostenibilidad en todas las áreas de la Hacienda El Descanso por lo que se sugiere aplicar las siguientes acciones:

**Tabla 16**

*Estrategia de Sostenibilidad*

Acciones Sugeridas	Resultados
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de una visión y política de sostenibilidad económica-empresarial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se da énfasis al uso racional de los recursos económicos con los que cuenta la Hacienda El Descanso con el objetivo de que se vuelva una empresa rentable a largo plazo. (3R)</li> <li>- Se fomenta la educación financiera y se mejora la imagen empresarial de la hacienda, atrayendo el interés y el apoyo de la Comunidad de Cuzhig y la Parroquia Jima.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de una visión y política de sostenibilidad social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora en la calidad de vida de los actores involucrados directos e indirectos del proyecto. Se da el uso adecuado a los recursos culturales y patrimoniales, así como la revalorización a los recursos gastronómicos de la hacienda.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de una visión y política de sostenibilidad ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se concientiza a todos los miembros de la hacienda y turistas sobre la educación ambiental.</li> <li>- Se fomenta la práctica de las 3R de la ecología: reducir, reciclar y reutilizar, a la vez que se preservan los recursos naturales, agrícolas, ganaderos y la biodiversidad presente en la Hacienda El Descanso.</li> </ul>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

## Control y Evaluación del Modelo de Gestión

En la tercera y última fase de la implementación del modelo de gestión tenemos el control y evaluación. Realizar una evaluación final de los resultados obtenidos con la ejecución del modelo de gestión es un paso clave que beneficia al desarrollo turístico de la hacienda El Descanso ya que sirve de sustento para realizar las mejoras pertinentes tanto a administrativo funcional y operacional.

**Tabla 17**

*Control y Evaluación del Modelo de Gestión*

Indicadores	Acciones
<b>Encuestas de satisfacción</b>	Se desarrollará un análisis global de las encuestas de satisfacción de los turistas para conocer de manera certera la percepción de los turistas sobre los servicios agroturísticos de la Hacienda. El análisis será semestralmente.
<b>Fichas de monitoreo y control</b>	Se realizará el monitoreo de cada servicio ofertado, tomando como modelo las fichas de control de los manuales de buenas prácticas de la Fundación CODESPA y la Rainforest Alliance.
<b>Estadística de ingresos</b>	Se realizará un análisis estadístico anual de los ingresos y egresos de la hacienda, el mismo que será comparado con el flujo de fondos y análisis inicial del proyecto.
<b>Informes técnicos con indicadores económicos, sociales y ambientales</b>	Los informes técnicos son las herramientas principales que detallarán la situación de la hacienda periódicamente de manera trimestral y anual. En base a los informes se tomarán las decisiones para mejorar las falencias y potenciar el producto agroturístico de la Hacienda El Descanso.

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)



## Diseño del Producto Agroturístico

### *Producto Agroturístico*

Habiendo hecho la respectiva investigación de los recursos de la Hacienda El Descanso, se presenta a continuación el producto agroturístico el cual involucra las actividades turísticas, hospedaje, alimentación y actividades complementarias.

El *producto turístico* está conformado por tres elementos que definen al producto como tal: las *atracciones* de los destinos, las cuales pueden ser naturales o creadas por el hombre que llaman la atención del turista y son la imagen que el turista tiene del destino; las *instalaciones* del destino, las cuales pueden ser o no un motivo para viajar pero son un complemento para la total satisfacción del turista o visitante, estando integradas por el alojamiento, alimentación, diversión y recreo; y por último, la *accesibilidad* al destino, el cual queda a elección del turista en criterio de precio y tiempo (Pozo, 2015). Estos tres elementos debidamente conformados y sumados a una política de sostenibilidad garantizan un producto turístico de calidad.

### *Equipamiento Actual de la Hacienda El Descanso*

Una hacienda turística según lo contemplado en el Reglamento de Alojamiento Turístico vigente en el Ecuador es un:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con

estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MINTUR, 2018, p. 9)

En este sentido, la Hacienda El Descanso posee dos edificaciones principales para brindar los servicios de alojamiento, restauración y recreación, entendiendo que deben ser restaurados y modificados para iniciar las actividades, estas edificaciones son de diferentes tipos de material, cuentan con cocina, comedor, salas, baños, cuartos independientes que se detallaran a continuación:

**Casa Principal.** La casa principal está construida a base de ladrillo, bloque y cemento; consta de dos plantas en las cuales se distribuyen, en la planta baja: un comedor, una cocina, salas, un baño compartido y cuatro habitaciones con dos camas matrimoniales y dos camas simples respectivamente. En la planta alta se encuentra una cocina, un salón y un comedor amplio.

### Figura 33

*Dependencias de la Casa Principal de la Hacienda El Descanso*







Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Casa Secundaria.** La segunda casa está construida a base de cemento y ladrillo en su mayoría, con pisos de madera; consta de dos plantas y posee una cocina, un comedor, dos habitaciones y un baño compartido. Actualmente está en proceso de construcción y acabado.

**Figura 34**

*Dependencias de la Casa Secundaria de la Hacienda El Descanso*





*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

### ***Propuestas de Implementación para Servicios Turísticos***

**Propuesta para Alojamiento en la Hacienda El Descanso.** Para la propuesta de alojamiento se fomentará el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura de la zona para la decoración con el fin de que se armonice con el entorno, tal y como se plantea en el Reglamento de Alojamiento Turístico elaborado por el MINTUR. De igual manera todas las adecuaciones e implementaciones de los distintos espacios de la hacienda están en base al Anexo 3 de dicho reglamento, que trata sobre las haciendas turísticas (HA).

**Habitaciones.** Se adecuarán las habitaciones para que se pueda ofrecer el mejor servicio a los visitantes, esto incluye: remodelación, pintado de paredes, decoración de las habitaciones, la adquisición de mobiliario, así como de sábanas, cobijas, cubre cama o edredón y almohadas por plazas, compra de basureros, artículos de limpieza y de cuidado personal. También se van a añadir cuatro camas de una plaza y media a las habitaciones para contar con más número de plazas disponibles. Al inicio del proyecto tenemos que la casa principal cuenta con cuatro habitaciones y la casa secundaria con cuatro habitaciones En la Tabla 18 y la Figura 35 se aprecia la distribución y el tipo de cama por habitación.

**Tabla 18**

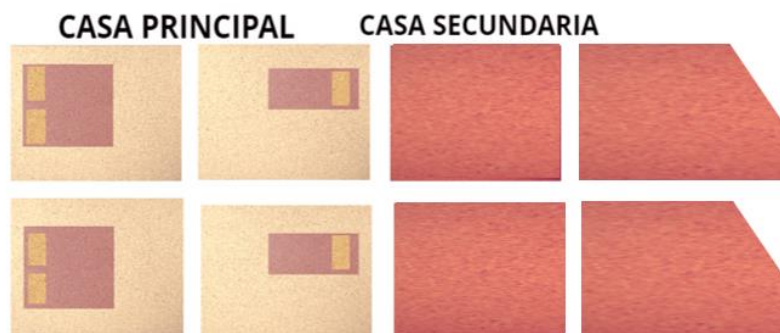
#### *Distribución Actual de las Plazas en las Habitaciones*

Casas	Habitaciones	Camas		Plazas
		Dobles	Simple	
Casa Principal	4	2	2	6 pax
Casa Secundaria	4	0	0	0 pax

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Figura 35**

*Distribución Espacial Actual de las Plazas de Alojamiento*



*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

Ahora bien, se propone mantener el número de habitaciones entre ambas casas debido a la configuración de la hacienda, siendo éste de ocho habitaciones, mas se adicionarán doce camas simples a seis habitaciones: dos en las dos habitaciones simples de la casa principal y diez en las cuatro habitaciones de la casa secundaria; con ello las plazas aumentarán a 18 y estarían distribuidas en habitaciones dobles y triples. En la Tabla 19 y Figura 36 se ilustra la distribución propuesta de alojamiento.

**Tabla 19**

*Distribución Propuesta Correspondiente a las Plazas en las Habitaciones*

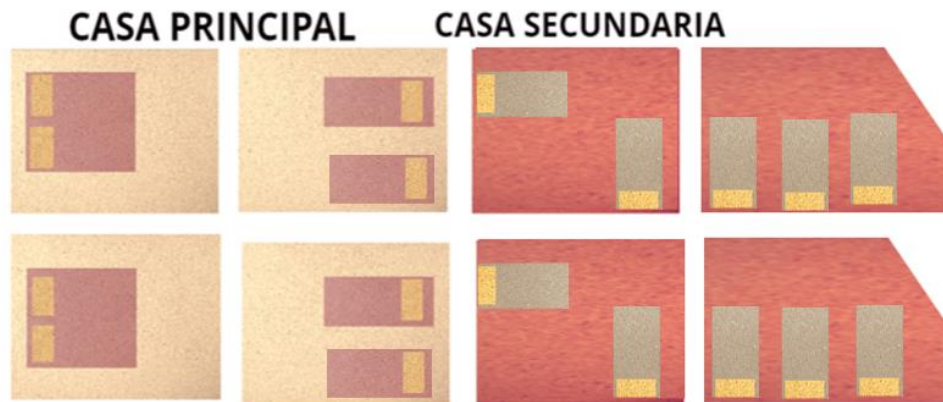
Casas	Habitaciones	Camas	Camas	Plazas
		Dobles	Simples	
Casa Principal	4	2	4	8 pax
Casa Secundaria	4	0	10	10 pax

*Nota.* Por Guallas, T. y Lituma, E. (2021)



Figura 36

*Distribución Espacial Propuesta para las Plazas de Alojamiento*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Continuando, en la Figura 37 se muestran los diseños para las habitaciones dobles y triples. Como se puede apreciar cada habitación se adecuará con un velador o mesa de noche y un closet, dispuestos de manera aleatoria para contar con diferentes ambientes en cada habitación; además, se colocarán cortinas que vayan de acuerdo a la decoración propia del lugar, y se colocará un informativo con las políticas generales de la hacienda como horarios, servicios adicionales, teléfonos de apoyo y emergencias.

El turista tendrá la oportunidad de elegir el tipo de habitación que desee pudiendo ser entre una habitación matrimonial, dobles o triples, cada una con su respectivo costo. Algo por destacar, es que no existe la habitación simple como tal, por lo que si una persona que viaja sola quiere hacer una reservación se le cobrará por plaza, no por tipo de habitación. Únicamente si se reservan las plazas completas de las habitaciones, dos o tres personas, se les cobrará como habitación doble o triple respectivamente.

Figura 37

*Diseño para las Habitaciones*

**Habitaciones Matrimoniales**



**Habitaciones Dobles**



***Habitaciones Triples***



Nota. Modelos por el tipo de habitación. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Baños.** Los baños de las casas de la hacienda serán remodelados y contarán con piso antideslizante, un lavamanos, un inodoro, una ducha, toallas, gancho para toallas, basurero, espejo sobre el lavamanos, tomacorriente, porta papel o dispensador de papel higiénico, papel higiénico, dispensador de gel desinfectante, dispensador de toallas desechables, cortina para la ducha y amenities para el aseo de los visitantes. Se muestra las dos propuestas de diseños:

### Figura 38

#### *Propuesta de Diseño para el Baño*



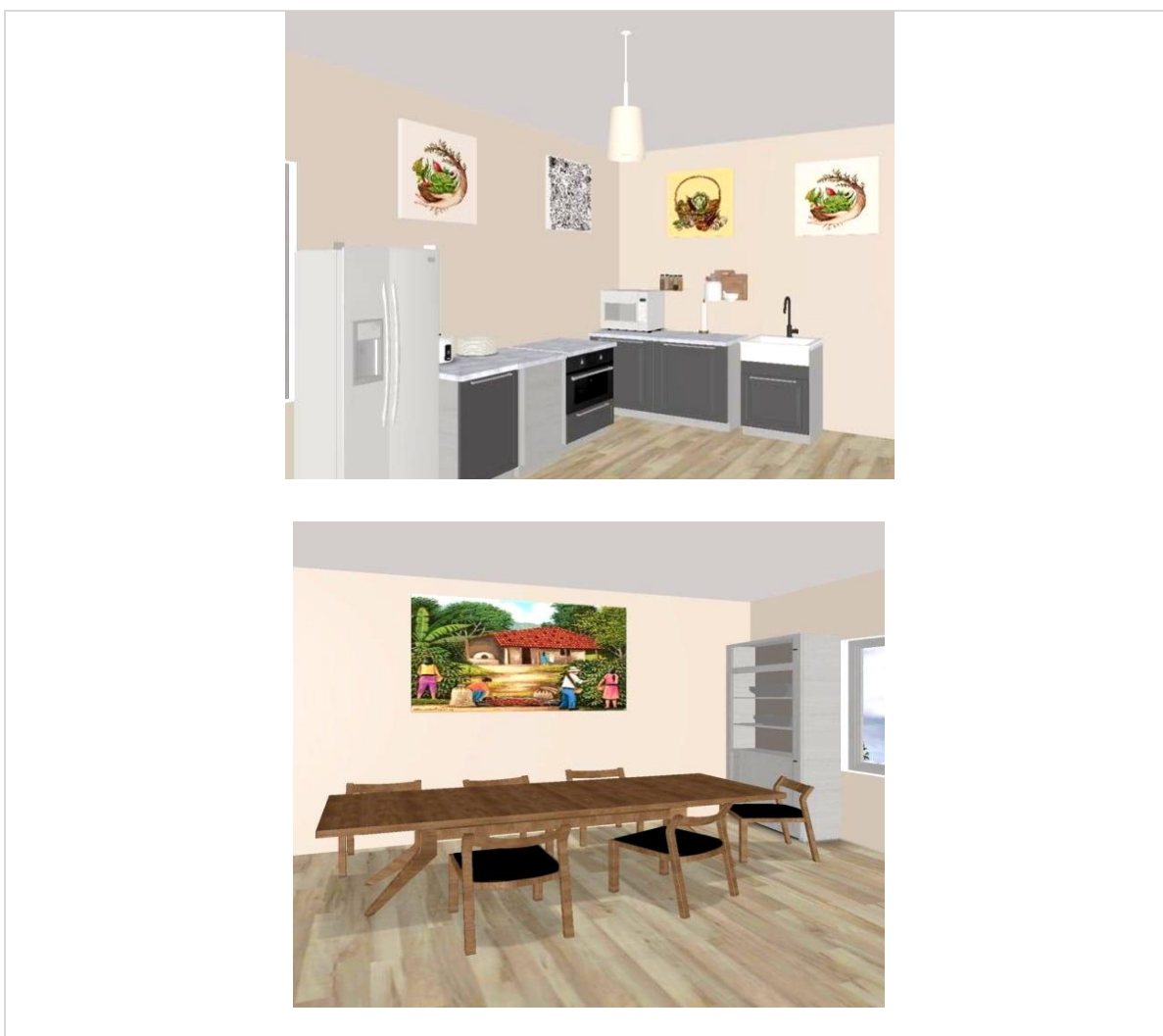
*Nota.* Se propone un baño sencillo con baldosa antideslizante, paredes color pastel y con todos los implementos necesarios para el aseo. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Propuesta para el Servicio de Restauración.** Con respecto a la restauración de la hacienda, se propone adecuar la cocina ya que al momento sirve como cocina familiar, por lo

que se realizará la remodelación en general, pintado de las paredes, se dará una mejor ubicación a la cocina y la refrigeradora, se adquirirán muebles y repisas para colocar la vajilla y se realizará la compra de la vajilla, menaje y utensilios propios para el servicio de alimentos y bebidas. Para el comedor, se propone la compra de sillas, una mesa extra grande y menaje.

## Figura 39

*Propuesta de los Diseños para la Cocina y Comedor*



*Nota.* Los muebles de las cocinas serán de madera y cemento. Los comedores contendrán una mesa amplia con sillas de madera. Guillas, T. y Lituma, E. (2021)

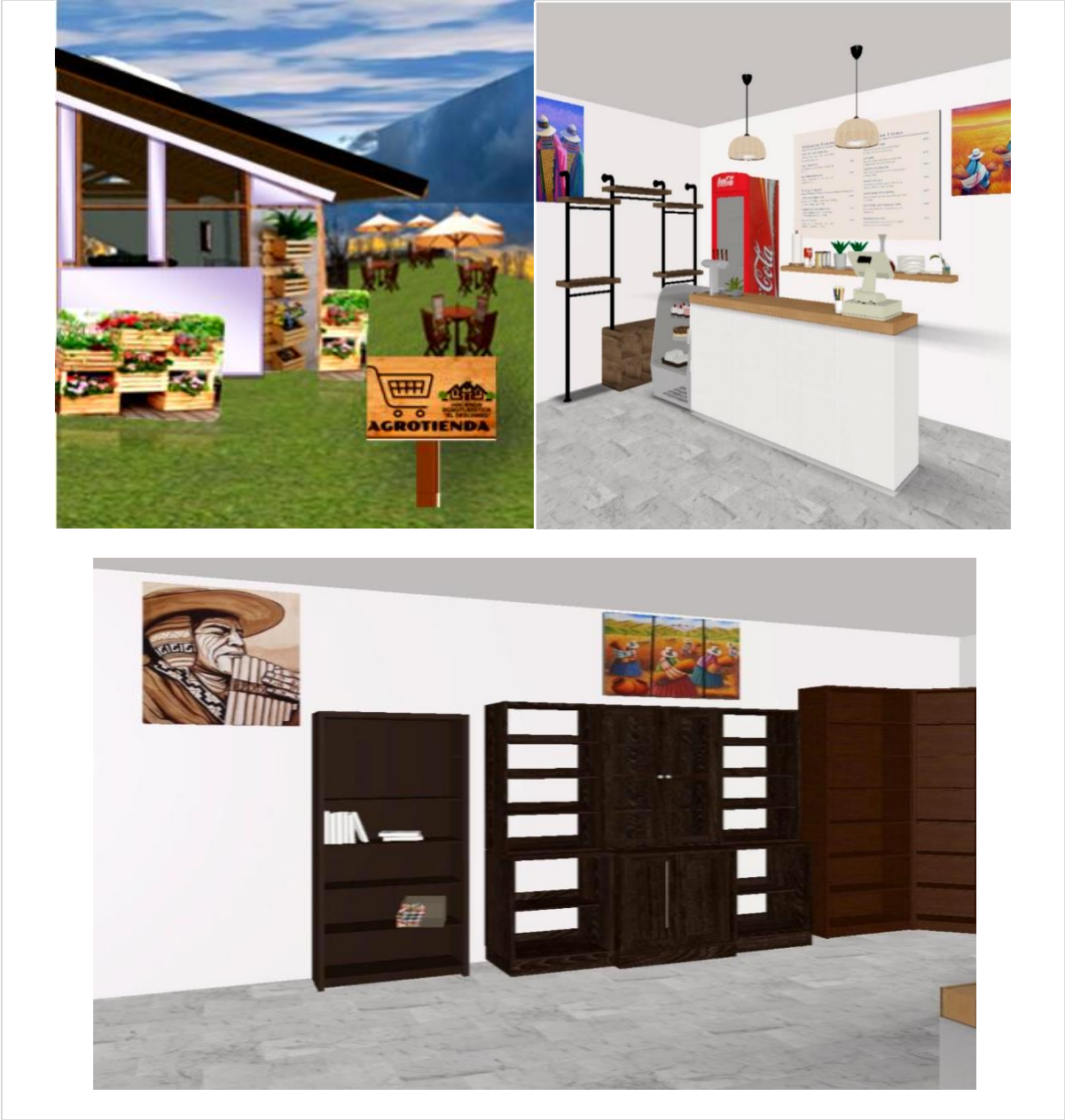
**Propuesta para Dependencias Complementarias.** En las dependencias complementarias consta la tienda agroturística, el taller artesanal, la zona para asados o parrillas, el área social y la recepción, el área de uso exclusivo del personal o bodega, la zona de parqueadero, la zona del reservorio para pesca deportiva, el espacio para la fogata y los corrales. Todas estas dependencias contarán con las medidas de seguridad correspondientes para cada caso, una iluminación adecuada y energía eléctrica; se colocarán señalética de evacuación para emergencias y se trabajará en la accesibilidad para personas con discapacidad esto incluyen específicamente la construcción de una rampa que facilitará la movilidad dentro de las instalaciones.

Los senderos, caminos y espacios en general serán algunos de tierra, césped, piedra, grava y gravilla indistintamente de acuerdo a las necesidades y ornamentación que se quiere lograr, sin embargo, de manera general se mantendrá la estética de la zona rural que es el principal atractivo, por ello las adecuaciones serán para potenciar la belleza de la hacienda, cuidando de no alterar sus características naturales; es así que lo que se espera alcanzar es una mejor distribución y delimitación de las áreas y dependencias de la hacienda, rotulación de huertos y espacios; caminos y senderos llamativos y en buenas condiciones; seguridad, orden y confort.

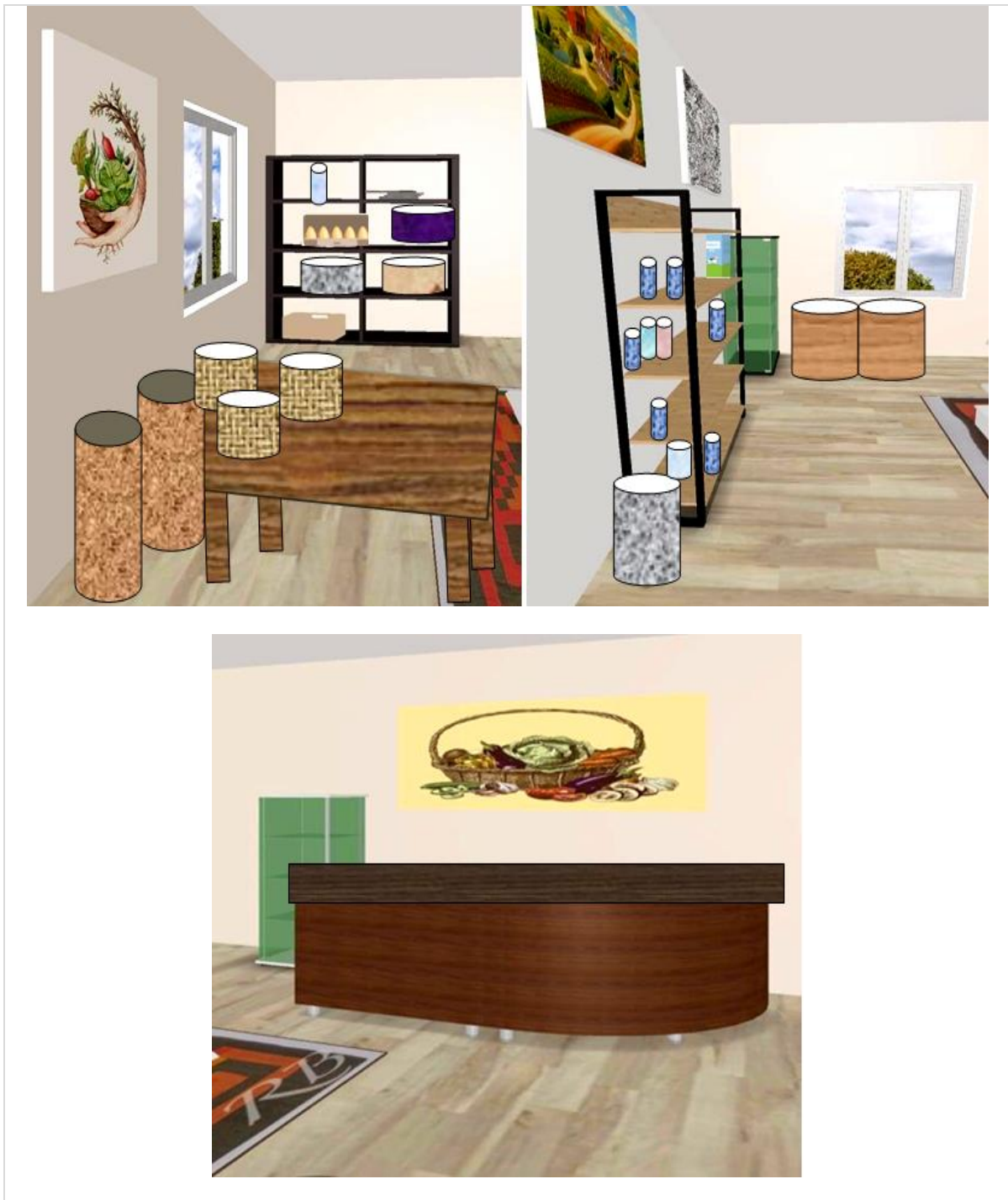
**Tienda Agroturística y Taller Artesanal.** La hacienda no posee servicios complementarios por lo que se ha visto conveniente incorporar una tienda agrícola para la venta de productos cultivados por los agricultores de la hacienda, además de los productos agrícolas de las demás familias de la comunidad. Adicionalmente se incluirá una segunda sección donde se ofrecerán productos lácteos como queso, quesillo o manjar; también mermeladas, compotas y productos a base de frutas. Los productos estarán disponibles en estantes con buena ubicación para que los turistas puedan escoger y pagar. Se trabajará con productos orgánicos y fundas biodegradables. Por su parte, el taller artesanal, se encontrará en un salón contiguo.

Figura 40

Propuesta del Diseño de la Tienda Agroturística







*Nota.* Para la Agrotienda se emplearán estantes y repisas de madera y contará con productos de primera necesidad. En el taller artesanal, este lugar estará amoblado especialmente con repisas, mesas e insumos.

Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Zona para Parrilladas.** Para mejorar la experiencia del turista con respecto a las actividades al aire libre y con relación a la alimentación, se propone construir parrilleras para que el turista pueda realizar asados en una zona determinada de la hacienda.

**Figura 41**

*Propuesta de Diseño de Parrillas*

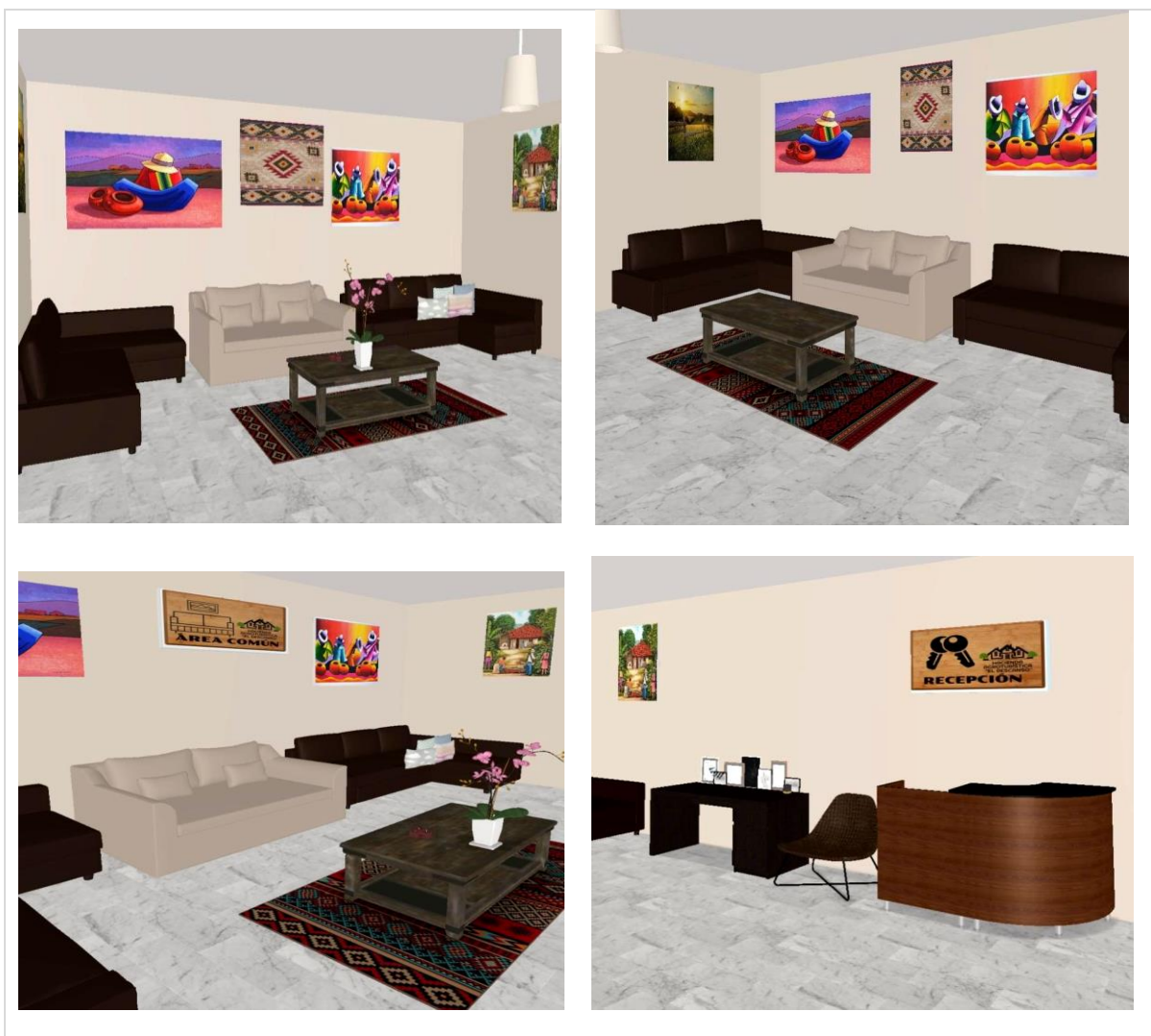


*Nota.* En la primera opción, se adecuará la zona aplanando el terreno, podando los árboles, colocando parrillas, mesas y sillas de madera rústicos. En la segunda opción, se propone construir una estructura amplia de madera, piedra grande y cemento; para el piso colocar gravilla gris, adicionar plantas ornamentales del lugar y taburetes de madera. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Área Social y Recepción.** Se propone modificar el área social con muebles y una mesa central para el descanso de los visitantes, decorar las paredes de manera armoniosa y colocar cortinas en las ventanas, en esta área estará ubicada la recepción. A continuación, se muestra la propuesta:

**Figura 42**

*Propuesta para el Área Social y la Recepción*



Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Área de Uso Exclusivo para el Personal.** Esta es una habitación destinada para el almacenamiento de los artículos de la hacienda como menaje, mantelería, cobijas, sábanas, toallas, equipamiento de cada actividad, entre otros artículos; así también es el lugar en donde el personal puede colocar sus artículos personales, por lo que se colocarán varias repisas y estantes. Además, se acondicionará un espacio para lavandería.

### Figura 43

*Propuesta para el Área de Uso Exclusivo para el Personal*



*Nota.* En la bodega se colocarán estantes y repisas de madera para las sábanas, cobijas, toallas, manteles, cajones para herramientas y artículos para alquilar como botas y ponchos de agua. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Zona de Parqueadero.** Se destinará una zona exclusiva para estacionar los vehículos, quedando la misma de la siguiente manera:

Figura 44

Propuesta para la Zona de Parquadero

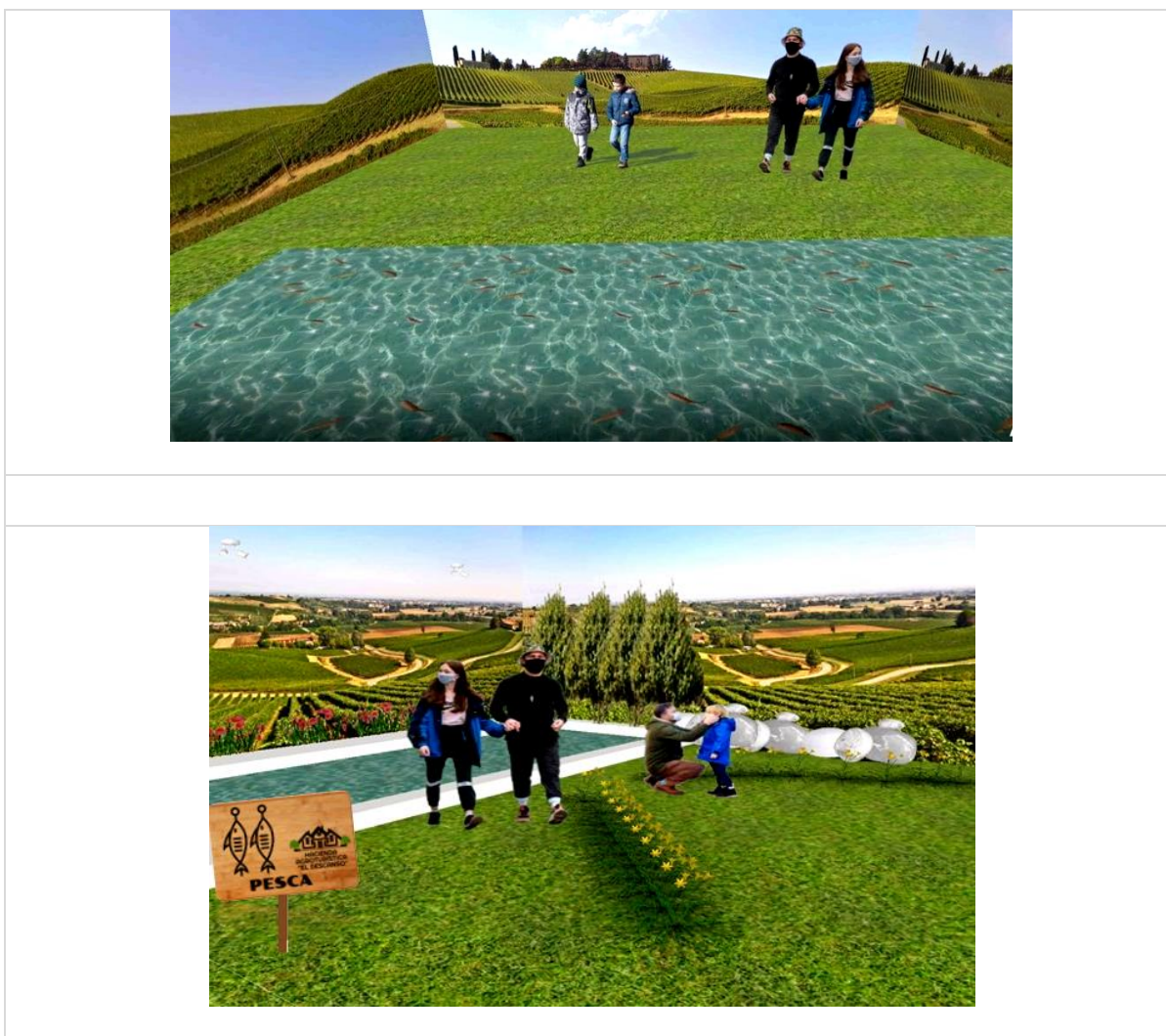


Nota. En el espacio destinado únicamente se podará el césped, se hará la división de los espacios con piedras medianas y se ubicará la señalética correspondiente. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Zona del Reservoirio de Peces.** La zona del reservorio de peces será remodelada en cuanto a estética y medidas de seguridad. Los senderos alrededor del reservorio de peces serán a base de tierra, césped, grava y gravilla; y contará con la señalética correspondiente.

**Figura 45**

*Propuesta para la Zona del Reservoirio de Peces*



*Nota.* Para el reservorio grande: se adecuarán los alrededores, esto incluye aplanar el terreno manteniendo la vegetación nativa, colocar señalética, podar el césped y ubicar medidas de seguridad. Por su parte, los reservorios más pequeños serán delimitados con grava gris, se podará el césped y se adecuarán pequeñas gradas y senderos para movilizarse con mayor facilidad. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Espacio para la cocina de leña.** Paralelamente a la casa principal se encuentra un espacio con paredes de adobe el cual se utiliza para quemar leña a manera de fogata, este espacio se mantendrá y únicamente se lo adecuará para mayor comodidad de los turistas que podrán tener un momento ameno.

#### Figura 46

*Adecuación para la Cocina de Leña*



*Nota.* Se colocarán bancas de madera alrededor de la fogata, se limpiará y se acomodará la leña en un nuevo lugar para obtener mayor espacio. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Corrales.** La mayoría de corrales de manera general se encuentran en buen estado, por lo que únicamente se cambiarán las maderas que se encuentren rotas. Para el caso de los corrales de las vacas se construirán unas nuevas estructuras y más amplias; y posteriormente todos los corrales se pintarán con pintura de látex de color café para lograr mayor durabilidad de la madera. Finalmente, el gallinero será trasladado a una mejor ubicación a fin de agrandar su tamaño y se adecuará un espacio para criar conejos.

Figura 47

Remodelación de Corrales para los Animales



Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)



Ahora bien, se presentan algunas estancias que se construirán paralelas a las edificaciones actuales; estas estancias brindarán mayor amplitud al lugar y espacios para descansar.

**Figura 48**

*Estancias Propuesta de las Zonas de la Hacienda El Descanso*

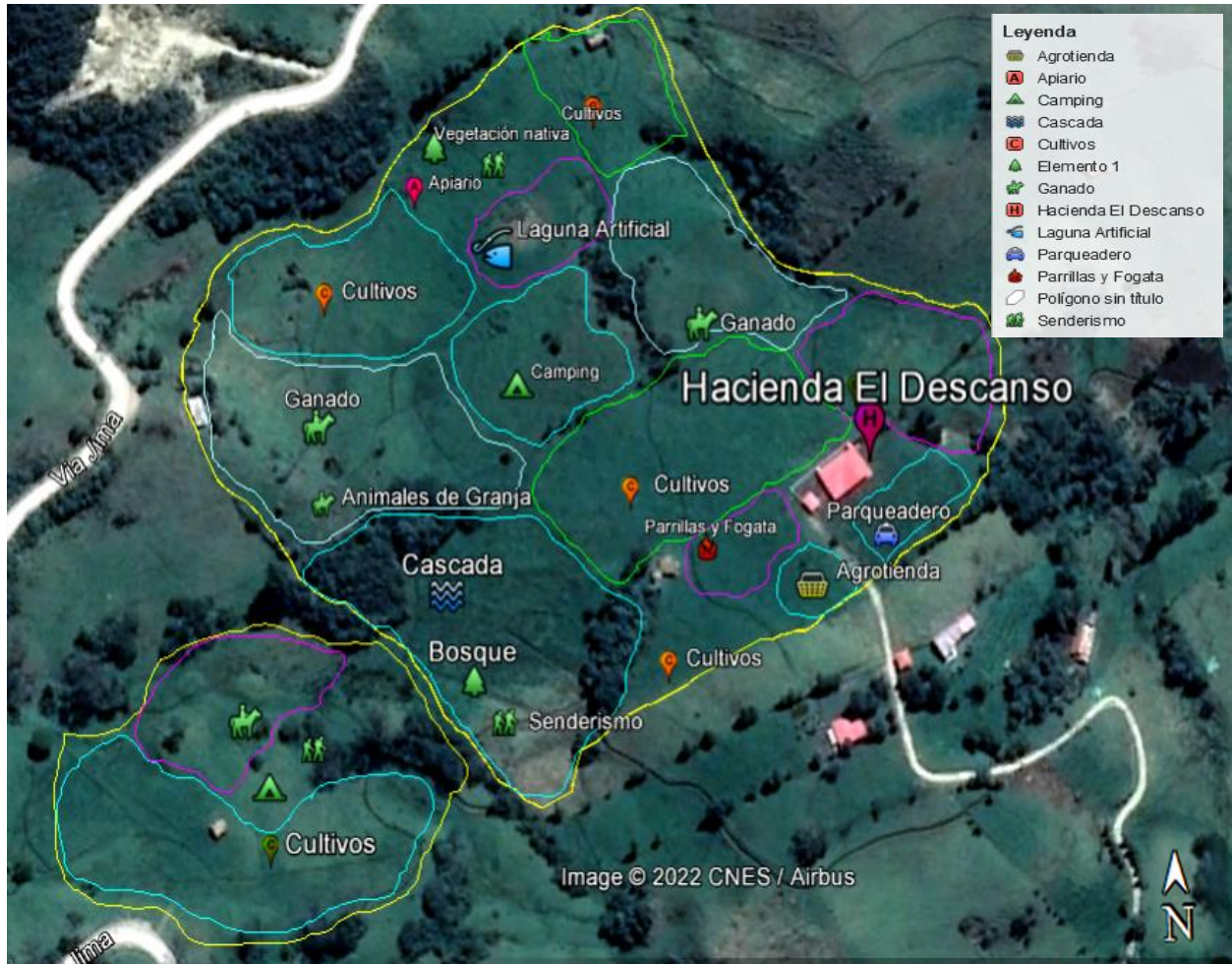


*Nota.* Las estructuras de estos espacios serán en madera teca, con techo de madera; y equipados con sillas y mesas de madera tallada, troncos de árboles naturales, plantas ornamentales del lugar y un cobertor de mosquitos y lluvia. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Para finalizar en la Figura 49 se puede apreciar la distribución final de las zonas de la hacienda conjuntamente con las actividades previstas para cada una de ellas.

**Figura 49**

*Distribución Final de las Zonas de la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Fuente: Google Earth Pro. Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

**Propuesta para Señalética en la Hacienda El Descanso.** Para mejorar la imagen de la Hacienda El Descanso y para facilitar principalmente el desplazamiento de los turistas por todas las instalaciones y las áreas de la hacienda, así como para identificar los tipos de cultivos, se ha optado por implementar señalética que será elaborada con madera que posee el propietario de la hacienda. La señalética aportará identidad y diferenciación al lugar por lo que a continuación se presenta los modelos propuestos.

**Figura 50**

*Propuesta de Letreros para las Áreas de la Hacienda El Descanso*





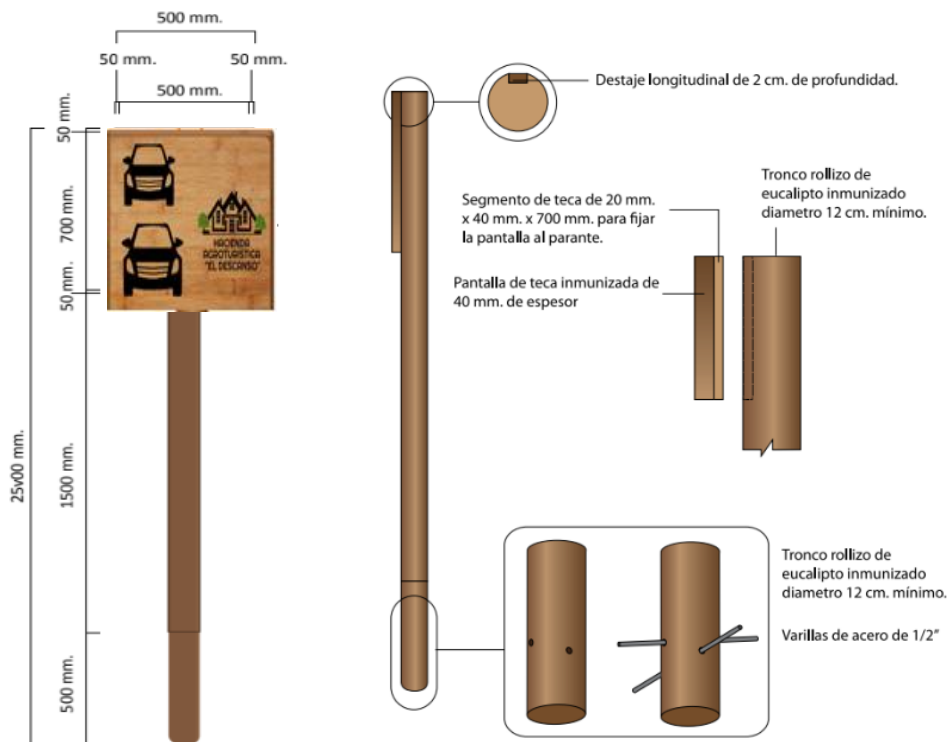
*Nota.* El letrero para la entrada a la hacienda será en madera teca, las letras serán talladas y coloreadas con pintura de látex para exteriores con dimensiones de 2,5m alto x 1,5m largo. La primera opción que se presenta son letreros en madera teca tallados y pintados con pintura látex. La segunda opción, son letreros de madera colocados en sujetadores de metal negro. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Según la nomenclatura del color, el color café se usa de fondo para señales informativas turísticas y ambientales, es por ello que será el color predominante en toda la señalética de la hacienda, el material a emplearse como se mencionó es la madera teca y tendrá las dimensiones sugeridas en el Manual de Señalización Turística del MINTUR que son 500mm x 500mm y 500mm x 700mm.

Los pictogramas, cuyos signos o símbolos representan un objeto, figura o servicio, pueden ser apreciados en la Figura 51 en dos modelos para la respectiva señalética; en cada modelo se utilizará pintura látex para exteriores para obtener una mayor duración y se adicionará el nombre de la hacienda. Por su parte, los parantes o postes para la señalética del exterior serán troncos rollizos de eucalipto inmunizado como se presenta en la Figura 52.

**Figura 51**

*Poste para la Señalética*

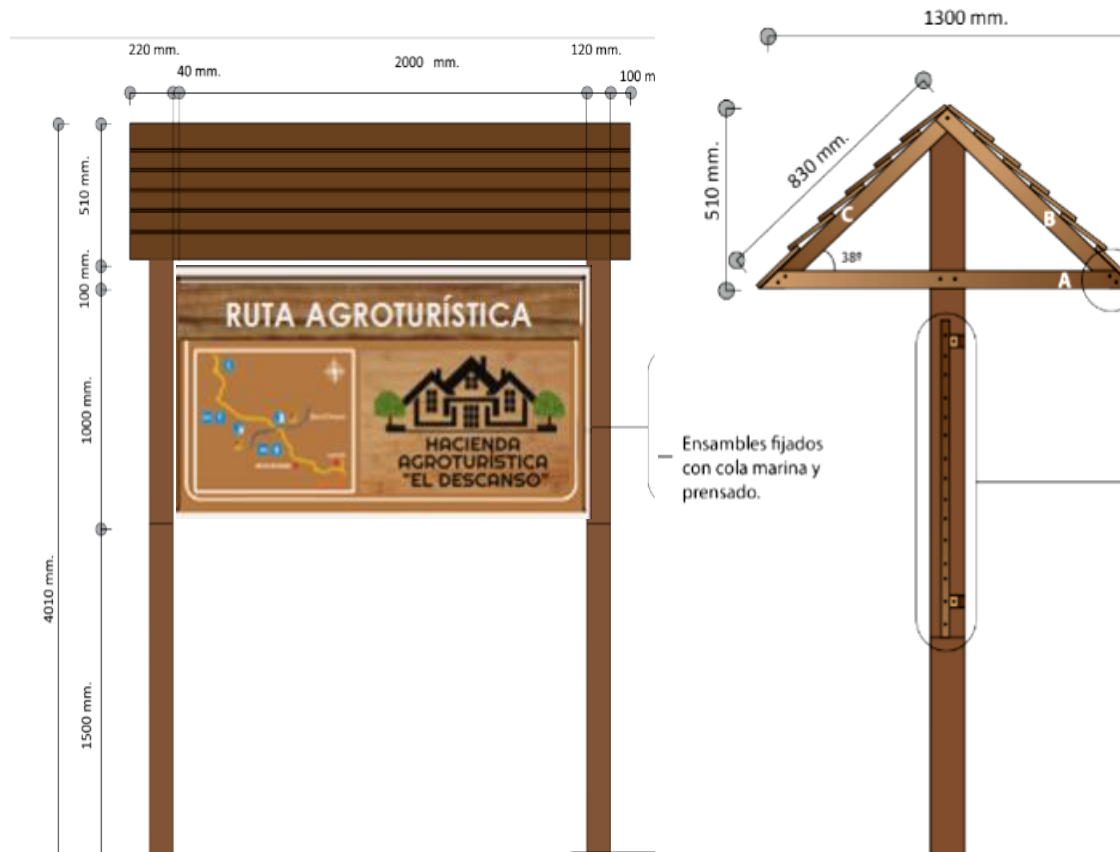


*Nota.* Montaje realizado por Guayllas, T. y Lituma, E. (2021). Fuente: Manual de Señalización Turística, MINTUR, 2020 ([https://drive.google.com/file/d/1KTM8blATZSyWfR1\\_HFTaifQX4RHjMxjT/view](https://drive.google.com/file/d/1KTM8blATZSyWfR1_HFTaifQX4RHjMxjT/view)).

Para la ruta agroturística se empleará un panel informativo sobre el recorrido propuesto; la estructura física será completamente de madera, con pictogramas tallados y coloreados con pintura látex para exteriores.

**Figura 52**

*Poste Informativo para la Ruta Agroturística*



*Nota.* Fuente: Manual de Señalización Turística, MINTUR (2020)




([https://drive.google.com/file/d/1KTM8bIATZSyWfR1\\_HFTaifQX4RHjMxjT/view](https://drive.google.com/file/d/1KTM8bIATZSyWfR1_HFTaifQX4RHjMxjT/view)). Montaje realizado por Guayllas, T. y Lituma, E. (2021).

***Propuesta de las Actividades Agroturísticas para la Hacienda El Descanso***

A continuación, en la Tabla 20 se detalla el potencial turístico que tiene la Hacienda El Descanso con las actividades propuestas y los implementos necesarios para desarrollar cada actividad. Las actividades están clasificadas por actividades recreativas, de naturaleza, agroturismo, acuicultura, apicultura, gastronómicas, actividades académicas y talleres.

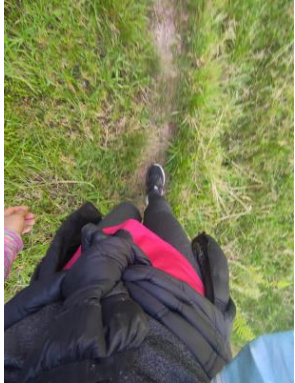
Tabla 20

*Actividades Agroturísticas Propuestas*

Producto	Actividades	Recursos
<p><b>Recreación</b></p>	<p><b>1. Cabalgata</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caballos</li> <li>- Montura</li> </ul>
	<p><b>2. Camping</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carpas</li> <li>- Sogas</li> <li>- Leña</li> </ul>
	<p><b>3. Actividades lúdicas</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sombrero</li> <li>- Ropa cómoda</li> <li>- Instrumentos lúdicos</li> </ul>

Naturaleza

4. Senderismo





- Guía turístico
- Bosque
- Cascada
- Equipamiento para alquilar:  
Botas, poncho de aguas, linternas.

5. Observación de flora y fauna



- Guía turístico



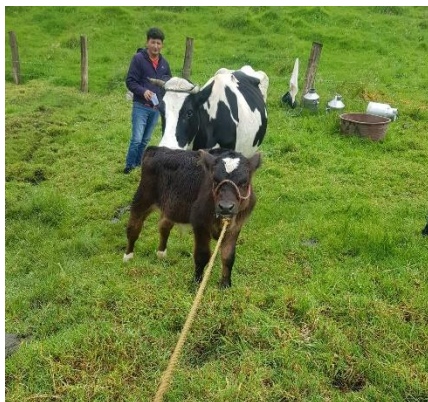
	<p><b>6. Arboterapia</b></p> <p>La arboterapia es una terapia natural que consiste en relajarse a través del contacto con los árboles; es recomendado para aquellas personas que sufren de asma, hipertensión, ansiedad, nerviosismo e insomnio.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía turístico</li> <li>- Naturaleza, bosque</li> </ul>
<p><b>Agroturismo</b></p>	<p><b>7. Preparación de huertos, siembra y cosecha</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semillas y cultivos</li> <li>- Utensilios de jardinería</li> <li>- Abonos</li> <li>- Botas de caucho</li> </ul>

## 8. Ordeño



- Guantes
- Botas
- Alcantarillas o recipientes

## 9. Pastoreo



- Botas y ropa cómoda
- Sombrero y protector solar

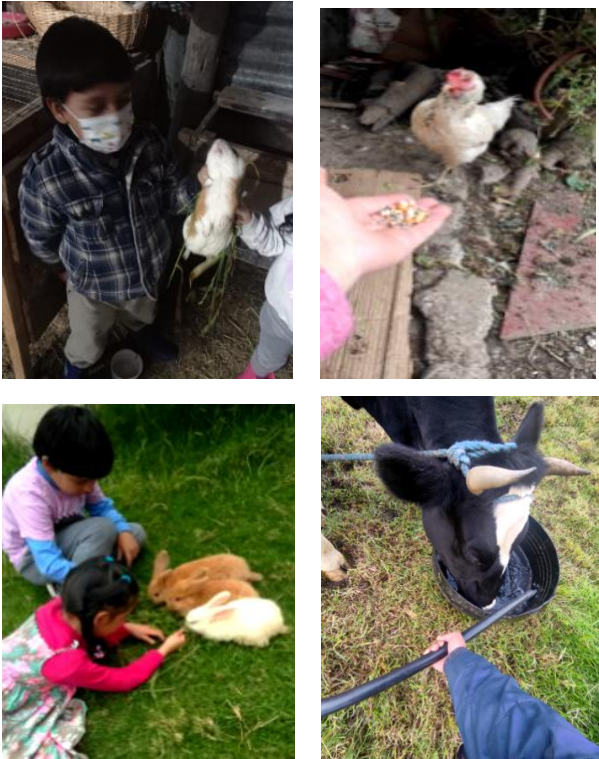
10. Recolección de huevos



- Gallinas
- Cestas





11. Alimentación de animales



- Alimento para cada tipo de animal

	<p><b>12. Trasquilado de lana de ovejas</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ovejas</li><li>- Tijeras</li></ul>
<p><b>Acuicultura</b></p>	<p><b>13. Pesca deportiva</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>- Caña de pescar</li><li>- Recipientes</li><li>- Masa</li></ul>

<p><b>Apicultura</b></p>	<p><b>14. Cuidado de colmenas, extracción de miel y jalea real.</b> Elaboración de cosméticos: Jabón y crema humectante, a base de productos apícolas.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 Colmenas</li> <li>- Traje de apicultura</li> <li>- Utensilios para apicultura</li>   <li>- Materiales: Glicerina, esperma de ballena, Flex, aromatizante, miel, jalea real y cera de abejas y envases</li> </ul>
<p><b>Gastronomía</b></p>	<p><b>15. Preparación de alimentos tradicionales de la zona: parrilladas y asados</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuy, pollo, carne de res</li> <li>- Condimentos</li> <li>- Alimentos varios</li> <li>- Palos para asar</li> <li>- Parrillas</li> <li>- Carbón</li> <li>- Platos, cucharas, vasos</li>   <li>- Fogata</li> <li>- Leña</li> <li>- Alimentos</li> <li>- Instrumentos musicales</li> </ul>



## ***Diseño de los paquetes agroturísticos para la Hacienda El Descanso***

A partir de las actividades y las implementaciones antes mencionadas, se elaboraron los siguientes cuatro paquetes agroturísticos que ofrecerá la Hacienda El Descanso. Cada uno de los tres primeros paquetes están elaborados en base al tiempo de estadía de uno, dos y tres días respectivamente; mientras que el cuarto y último paquete, es una ruta agroturística, la cual tendrá una duración de dos días e implica la participación de la Granja Integral Fernández y la Hacienda Yolanda.

**Paquete 1 “Hacienda El Descanso Full Day”.** El primer paquete para ofertar es un Full Day, es decir el turista tiene la oportunidad de conocer las áreas de producción agrícola y ganadero de la Hacienda El Descanso en una sola visita. Las actividades que se describen a continuación se desarrollarán conforme a la disponibilidad, temporada y clima, así también este paquete está abierto a modificaciones conforme a las necesidades del turista. Para más detalles presentamos a continuación el itinerario correspondiente:

**Tabla 21**

*Itinerario, Paquete Agroturístico “Hacienda El Descanso Full Day”*

<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Descripción</b>
06:00	Salida desde la ciudad de origen (Cuenca).	La salida se coordina desde la ciudad de origen, pudiendo ser Cuenca u otro lugar. Así también queda a preferencia del turista si desea venir por su cuenta.
08:00	Llegada a la Hacienda El Descanso	Bienvenida, presentación e indicaciones generales.
08:15	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, huevos revueltos, leche, café, pan y mermelada o dulce de frutos de la zona.
08:50	Recorrido por las zonas de cultivos	El turista participa en la preparación de la tierra, abonos y semillas, así como de la siembra y cosecha.

10:50	Recorridos por las zonas ganaderas	Los recorridos incluyen charlas educativas y la participación en actividades como: Ordeño de vacas Recolección de huevos Alimentación a los animales Trasquilado de lana de oveja Cabalgatas Pastoreo
12:30	Almuerzo	-Arroz, pollo asado y ensalada de vegetales; sopa de maíz de cebada. -Arroz con trucha frita, puré de papa y ensalada de vegetales; sopa de habas tiernas con papas. (Por disponibilidad de alimentos)
13:30	Visita a la cascada, bosque y el reservorio de peces	Recorrido por los paisajes naturales donde se puede realizar pesca deportiva y senderismo.
16:00	Preparación de plato típico	En compañía de la familia el turista prepara la cena: sopa de avena, arroz con pollo asado o carne de res, ensalada de vegetales y colada de frutos de temporada.
17:30	Cena	Degustación del plato preparado.
18:00	Retorno a la ciudad de origen (Cuenca).	Los turistas retornan a su lugar de origen.
<b>20:00</b>	<b>Fin de los servicios</b>	<b>Fin de los servicios</b>

Nota. Guailas, T. y Lituma E. (2021)

**Paquete 2 “Agroturismo 2 Días - 1 Noche”.** El segundo paquete agroturístico corresponde a dos días y una noche en la Hacienda El Descanso realizando actividades agrícolas, acuícolas, apícolas y ganaderas. Las actividades a desarrollarse se detallan a continuación:



**Tabla 22**

*Itinerario, Paquete Agroturístico “Agroturismo 2 Días y 1 Noche”*

<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Descripción</b>
06:00	Salida desde la ciudad de Cuenca	La salida se coordina desde la ciudad de origen, pudiendo ser Cuenca u otro lugar.
08:00	Arribo a la Hacienda El Descanso	Bienvenida, presentación e indicaciones generales.
08:15	Check in	Se registran y se hace la entrega de las llaves de las habitaciones.
08:30	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, huevos revueltos, leche, café, pan y mermelada o dulce de frutos de la zona.
09:30	Recorrido por las zonas ganaderas	Los recorridos incluyen charlas educativas y la participación en actividades como: Ordeño de vacas Recolección de huevos Alimentación a los animales Trasquilado de lana de oveja Pastoreo Cabalgata
13:00	Almuerzo tradicional	- Arroz con trucha frita, menestra de fréjol y ensalada de vegetales. Sopa de fideo local con queso y mote. - Arroz con carne, menestra de lenteja y ensalada de vegetales. Sopa de verduras. (Por disponibilidad de alimentos)
14:00	Descanso	Breve descanso para continuar con el itinerario.
14:30	Elaboración de alimentos con productos de la hacienda	Preparación de queso, yogurt, mermelada y vino de manzana. Explicación y participación.
16:30	Refrigerio	Degustación de chicha de jora y tortillas de maíz.

17:10	Elaboración de cosméticos a base de productos apícolas	Preparación de jabones y cremas hidratantes faciales a base de miel, polen, jalea real y cera de abejas.
19:00	Cena	- Arroz con pollo al jugo y ensalada de legumbres. Sopa de fideo con papas. - Arroz con tallarín y carne, y ensalada de legumbres. Sopa de col, fréjol y papas. (Por disponibilidad de alimentos)
21:00	Programa de integración	Momento de integración: Fogata, música.
22:30	Descanso	Fin del primer día
<b>SEGUNDO DÍA</b>		
08:00	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, huevos revueltos, leche, café, pan y mermelada.
09:00	Recorrido por el bosque, cascada y reservorio	Senderismo, fotografía, pesca deportiva, avistamiento de aves, observación de flora y fauna, arboterapia.
12:30	Almuerzo	- Arroz con pollo al jugo, menestra de fréjol y ensalada de verduras. Sopa de legumbres. - Arroz con carne asada, menestra y ensalada de vegetales. Sopa de acelga con papas. (Por disponibilidad de alimentos)
13:30	Descanso	Breve receso posterior al almuerzo.
14:00	Recorrido por los huertos frutales y zonas de cultivo	Los recorridos incluyen la participación en: Preparación de la tierra, abonos y semillas Siembra y cosecha de plantas Técnicas de labranza y jardinería.
16:00	Preparación de la cena por los turistas	Preparación: cuy asado, llapingachos, arroz, ensalada, mote, sopa de maíz de cebada y queso.
18:00	Cena	Degustación del plato preparado.
19:00	Retorno a la ciudad de origen (Cuenca).	Despedida, los turistas retornan a su lugar de origen.
<b>21:00</b>	<b>Fin de los servicios</b>	<b>Fin de los servicios</b>

Nota. Guayllas, T. y Lituma E. (2021)

**Paquete 3 “Agroturismo Vivencial de 3 Días - 2 Noches”.** El tercer paquete agroturístico corresponde a tres días y dos noches en la Hacienda El Descanso realizando todo tipo de actividades agrícolas. Se ha denominado “Agroturismo Vivencial” ya que la convivencia entre los turistas y los campesinos es más extensa y gracias a ello los turistas pueden experimentar de manera más profunda la vida del campo. Las actividades planificadas son:

**Tabla 23**

*Itinerario, Paquete Agroturístico “Agroturismo Vivencial de 3 Días y 2 Noches”*

<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Descripción</b>
06:00	Salida desde la ciudad de origen (Cuenca)	La salida se coordina desde la ciudad de origen, pudiendo ser Cuenca u otro lugar.
08:00	Arribo a la Hacienda El Descanso	Bienvenida, presentación e indicaciones generales.
08:15	Check in	Registro y entrega de las llaves de las habitaciones.
08:30	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, huevos revueltos, leche, café, pan y mermelada o dulce de frutos de la zona.
09:30	Recorrido por los huertos frutales y zonas de cultivo	Los recorridos incluyen la participación en: Preparación de la tierra y abonos Preparación de las semillas Siembra de cultivos y cosecha
13:00	Almuerzo	- Arroz con pollo al jugo, papas tradicionales y ensalada de vegetales. Sopa de avena con papas. - Arroz con trucha frita, llapingacho y ensalada de vegetales. Sopa de zambo con papas. (Por disponibilidad de alimentos)
14:00	Descanso	Breve descanso para continuar con el itinerario.
14:30	Actividades ganaderas	Los recorridos incluyen la participación en: Visita a los animales de la granja Recolección de huevos Trasquilado de lana de ovejas

		Alimentación a los animales Pastoreo
19:00	Cena tradicional	- Arroz con pollo, plátano frito con queso y ensalada de vegetales. Caldo de gallina criolla. - Arroz con tallarín y carne, y ensalada de vegetales. Sopa de col, fréjol y papas. (Por disponibilidad de alimentos)
21:00	Programa de integración	Actividades de integración con los miembros de la hacienda: fogata, música, convivencia.
22:30	Descanso	Fin del primer día
	<b>SEGUNDO DÍA</b>	
08:00	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, mote pillo, leche, café, pan y mermelada o dulce de frutos de la zona.
08:30	Elaboración de alimentos con productos de la hacienda	Preparación de queso, yogurt, mermelada y vino de manzana.
10:00	Preparación del almuerzo	En compañía de la familia, todos preparan el almuerzo con alimentos típicos: cuy asado, llapingachos, arroz, ensalada, mote, sopa de maíz de cebada.
12:30	Almuerzo	Degustación del plato tradicional preparado.
14:00	Recorrido	Recorrido en caballo por el reservorio de truchas de la hacienda y pesca deportiva
15:30	Elaboración de cosméticos	Preparación de jabones y cremas hidratantes faciales a base de miel, polen, jalea real y cera de abejas.
17:00	Libre	El turista dispone de tiempo libre hasta la cena para descansar o recorrer el lugar.
19:00	Cena tradicional local	- Arroz con puré de papa, pollo y ensalada de legumbres. Sopa de zambo con papas. - Sancocho, llapingacho, mote y ensalada de vegetales. Sopa de granos tiernos y queso. (Por disponibilidad de alimentos)

20:00	Actividades culturales y de relajación	Actividades de integración con música y fogata.
22:00	Descanso	Fin del segundo día
<b>TERCER DÍA</b>		
07:00	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, tortilla de maíz, leche, café y mermelada.
08:00	Recorrido por el bosque de pinos	Actividades de senderismo, fotografía, arboterapia, observación de flora y fauna nativa.
10:00	Refrigerio	Plátano con queso, choclo con queso, tortilla de choclo o empanadas de viento.
10:20	Visita a la cascada y el reservorio de truchas	Senderismo, pesca deportiva, avistamiento de aves.
12:30	Almuerzo	- Arroz, pollo asado y ensalada de vegetales; sopa de maíz de cebada. - Arroz con trucha frita, puré de papa y ensalada de vegetales; sopa de habas tiernas con papas.
13:30	Retroalimentación	Retroalimentación de la experiencia de agroturismo y despedida.
14:00	Retorno	Los turistas retornan a su lugar de origen.
<b>16:00</b>	<b>Fin de los servicios</b>	<b>Fin de los servicios</b>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma E. (2021)

**Paquete 4 Ruta Agroturística “Naturaleza y Vida”.** Finalmente, el cuarto paquete agroturístico es la “Ruta Naturaleza y Vida”; esta ruta se desarrolla durante dos días en los cuales los turistas tendrán la oportunidad de conocer a más de la Hacienda El Descanso, la Granja Integral Fernández y la Hacienda Yolanda, que también poseen interesantes recursos para visitar. Estas haciendas en la actualidad no son agroturísticas, pero gracias a la disponibilidad de sus propietarios para dar a conocer sus áreas de producción agrícolas y ganaderas, estarán dentro de la ruta. Con esta iniciativa en conjunto se estará aportando al desarrollo de la comunidad de Cuzhig a través del agroturismo. La ruta comprende:

**Tabla 24**

*Itinerario, Ruta Agroturístico “Naturaleza y Vida”*

<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Descripción</b>
06:00	Salida desde la ciudad de origen (Cuenca)	La salida se coordina desde la ciudad de origen, pudiendo ser Cuenca u otro lugar.
08:00	Arribo a la Hacienda El Descanso	Bienvenida e indicaciones generales.
08:15	Check in	Registro y entrega de las llaves de las habitaciones.
08:25	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, huevos revueltos, leche, café, pan y mermelada.
09:00	Recorrido por las áreas de la Hacienda El Descanso	Se hace un recorrido general por todas las instalaciones y las actividades que ofrece la Hacienda El Descanso: zonas agrícolas, ganaderas, reservorio de truchas, bosque y cascada.
12:00	Preparación de productos	Elaboración de quesos y mermeladas.
13:00	Almuerzo	Cuy asado, papas, arroz, ensalada, mote, sopa de maíz de cebada y jugo de frutas de temporada.
14:00	Visita a la Granja Integral Fernández	Recorrido por la granja para conocer sus procesos de producción, huertos y zonas ganaderas.
19:00	Cena tradicional local	- Arroz con pollo al jugo, pure de papas y ensalada de vegetales. Sopa de avena con papas. - Arroz con estofado de carne, menestra y ensalada de vegetales. Sopa de acelga con papas y queso. (Por disponibilidad de alimentos)
20:00	Programa de integración	Momento de integración con los miembros de la hacienda: fogata, música, convivencia.
22:00	Descanso	Fin del primer día
	<b>SEGUNDO DÍA</b>	
07:00	Desayuno	Jugo de frutas de temporada, mote pillo, leche, café, pan y mermelada o dulce de frutos de la zona.

08:00	Visita a la iglesia de Jima	Famosa por sus reliquias, cuadro de la Virgen y el pozo de agua milagrosa.
09:00	Visita a la Hacienda Yolanda	Recorrido por las instalaciones y las áreas de producción agrícola y ganadera de la hacienda.
10:30	Refrigerio	Plátano con queso, choclo con queso, tortilla de choclo o empanadas de viento.
13:00	Almuerzo tradicional local	- Arroz con trucha frita, puré de papa y ensalada de vegetales; sopa de habas tiernas con papas. - Arroz con pollo asado, plátano frito y ensalada de legumbres. Sopa de sambo con papas. (Por disponibilidad de alimentos)
14:00	Retorno al lugar de origen	Despedida, los turistas retornan a su lugar de origen.
<b>16:00</b>	<b>Fin de los servicios</b>	<b>Fin de los servicios</b>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma E. (2021)

Como se puede observar, los itinerarios constan de varias actividades en donde existe la participación activa de los turistas tanto al aire libre como en talleres artesanales, por lo que al final de la visita cada uno de los turistas puede llevar consigo lo elaborado por ellos mismos: jabones, cremas, quesos, mermeladas, etc.; así también, pueden adquirir varios productos que no constan dentro del paquete agroturístico pero que se ofrecen en la agrotienda.

## Formalización del Modelo de Gestión

### *Estructura Empresarial de la Hacienda El Descanso*

Como parte de la formalización del modelo de gestión, en este apartado se detallan los puntos importantes para que la hacienda se constituya como una empresa que presta servicios agroturísticos; se plantea la misión y visión organizacional, la estructura y cultura organizativa, así como el manejo en la operación del producto agroturístico, entre otras consideraciones.

**Estructura Legal.** La Hacienda El Descanso constará en la categoría de hacienda turística, para lo cual se deberá cumplir con los siguientes requisitos: Primero, obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC), para ello se accede a la página del SRI en línea y se solicita de manera gratuita. Segundo, registrarse como establecimiento turístico en el Ministerio de Turismo; este trámite no tiene costo y está orientado a los establecimientos de alojamiento turístico tales como: resort, refugio, hostel, lodge, hostería, hacienda turística, casa de huéspedes, hotel y campamentos turísticos que deseen obtener el Certificado de Registro de Turismo de acuerdo a los parámetros establecidos en la Ley de Turismo y sus reglamentos específicos. Tercero, realizar los trámites del IEPI para patentar la marca, es decir se debe registrar en la página web del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales la marca Hacienda Agroturística “El Descanso”; este trámite tiene un costo adicional. Cuarto, la patente municipal, es un requisito indispensable para aquellas personas naturales y jurídicas que ejercen actividades económicas en el país, por lo que se deberá cancelar en el GAD Municipal del cantón Sigsig el monto respectivo; dicho trámite se deberá realizar cada año. Como quinto punto se debe obtener la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF). Para obtener esta licencia se deben presentar los documentos previos como el RUC, la patente municipal, el registro del MINTUR, y adicionalmente un formulario de solicitud para la obtención de la LUAF, con esta licencia se puede empezar a operar y se deberá renovar cada año.



**Misión y Visión Organizacional.** Según Marcó, Loguzzo y Fedi (2016), la *misión organizacional* hace referencia al fin de la organización o empresa, la razón por la cual existe; mientras que la *visión organizacional* tiene que ver con las aspiraciones que tiene a largo plazo, es decir, es una imagen futura que motiva al accionar de todos los miembros de la empresa para alcanzar dicho fin. La misión y la visión servirán de brújula tanto para los miembros de la hacienda como para los visitantes ya que percibirán que se encuentran frente a una empresa comprometida, que tiene identidad y metas.

**Misión Organizacional.** Somos una innovadora y acogedora Hacienda Agroturística caracterizada por ofrecer a los visitantes paquetes y rutas agroturísticas con todo incluido. Contamos con amplias instalaciones, menús variados y un servicio de calidad enfocado en satisfacer las expectativas de nuestros clientes y en apoyar a la comunidad local. Ubicados en la parroquia Jima, contribuimos al desarrollo turístico, gastronómico y local del cantón Sigüig.

**Visión Organizacional.** Llegar a ser una de las mejores haciendas agroturísticas del sur del Ecuador, ofreciendo a más de un servicio de calidad, experiencias inolvidables a nuestros visitantes amantes de la naturaleza, las actividades de campo y la vida al aire libre.

**Cultura Organizacional.** Para Brume (2019) la *cultura organizacional* dentro de una empresa, institución u organización, involucra dos tipos de elementos: elementos visibles que hacen referencia a los valores, las ceremonias, los slogans, las normas y conductas de sus miembros; y los elementos invisibles que generalmente son las actitudes, los miedos, los sentimientos y las creencias de los empleados, es decir, tienen que ver con la parte más profunda y vulnerable de una persona. En términos amplios podemos manifestar que la Hacienda El Descanso posee una cultura organizativa encaminada a potenciar sus servicios, recursos y el capital humano con el que cuenta, basándose en la innovación constante, el buen trato y la excelente calidad de su producto ofertado; sin olvidar el respeto hacia las actividades agro

ganaderas, a la idiosincrasia de los miembros de la comunidad y a la consciencia ambiental, así como el alentar al crecimiento de la actividad agroturística local.

Por otro lado, entre los elementos visibles de la cultura organizacional de la Hacienda El Descanso tenemos: primero, el compromiso que tiene la hacienda con los visitantes, al brindarles un servicio óptimo y de buena calidad; con la sociedad, al cumplir con las medidas de bioseguridad dada la situación actual; con la comunidad, al respetar su cultura e idiosincrasia; y con el entorno, al respetar las medidas de conservación y mantenimiento de la naturaleza. Segundo, la comunicación constante y efectiva entre todos los miembros que forman parte de la hacienda, así como con los proveedores y visitantes para llegar a acuerdos equitativos. Tercero, la puntualidad en la entrega y ejecución de los diferentes itinerarios propuestos para el visitante. Cuarto, la integridad entre todo el personal de la hacienda para realizar las tareas dentro de un ambiente de cooperación, respeto, ética y confianza; acatando y cumpliendo con responsabilidad cada una de sus labores. Quinto, al ser el agroturismo una actividad que involucra cien por ciento la hospitalidad tenemos como base fundamental el servicio, buscando que todo miembro de la hacienda sea servicial y considerado ante las necesidades de los visitantes, para brindarles confianza y la sensación de calidez y confort durante su estadía. Sexto, la disciplina y el esfuerzo en las tareas que se llevan a cabo día a día con el fin de alcanzar las metas y el éxito de la propuesta agroturística. Y séptimo, innovación en los servicios y en las estrategias de trabajo, con el propósito de captar la atención de más visitantes potenciales.

**Estructura Organizacional.** Mario Brume (2019) conceptualiza la *estructura organizacional* de la siguiente manera:

Estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la

organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro. (p. 8)

Por lo tanto, diseñar un modelo de estructura organizacional para la Hacienda El Descanso es importante dentro de la gestión turística, para que cada miembro de la hacienda conozca su función, se sienta partícipe y responsable de la misma; así también, la estructura organizativa adecuada ayuda a gestionar de mejor manera la prestación de servicios turísticos (Fundación CODESPA, 2011). De manera general podemos indicar que la hacienda tiene una estructura simple, por las siguientes características:

Presenta un comportamiento formalizado y simple, que es común en las pequeñas y medianas empresas. En estas, la autoridad está centralizada en una sola persona (el dueño) y es plana. Su entorno es simple y dinámico: es simple porque el dueño lo conoce bien, pero es dinámico porque está buscando constantemente segmentos en los cuales desarrollarse. La supervisión es directa y la cumbre estratégica es la parte clave. Al estar centralizada la toma de decisiones en una o dos personas, es rápida para absorber los conflictos, es flexible y tiene bajo costo de mantenimiento. (Marcó, Loguzzo y Fedi, 2016, p. 96)

**Organigrama de la Hacienda Agroturística El Descanso.** El *organigrama* es una herramienta fundamental cuando se inicia con una empresa, pues aporta con la estructuración de los departamentos, sus funciones y las relaciones que se dan entre ellos. En palabras de Marcó, Loguzzo y Fedi (2016) “El organigrama es un diagrama de la estructura formal de la organización. Es una representación visual que muestra las distintas posiciones existentes dentro de una organización, cómo están agrupadas y el flujo de autoridad formal” (p. 85). Por lo tanto, ayudan a visualizar la distribución de los puestos de trabajo en una empresa, puntualizando los niveles jerárquicos que son clave para que exista una voz de mando y liderazgo. Existen cinco

tipos de organigramas de acuerdo a su formato: vertical, horizontal, mixto, de bloque, circular; y de acuerdo a su contenido se los clasifican en: estructurales, funcionales, matriciales, de integración de puestos y de ubicación (Brume, 2019).

Para el organigrama de la Hacienda El Descanso se han elegido dos modelos: de acuerdo al contenido, el organigrama matricial y de acuerdo al formato, el organigrama vertical. El *organigrama matricial* se escogió debido a que es una matriz que nos permitirá apreciar de mejor manera la conformación del personal y sus funciones, ya que la mayoría del personal realiza más de una función en la hacienda.

**Tabla 25**

*Organigrama Matricial de la Hacienda Agroturística El Descanso*

Personal	Departamento de Administración		Departamento de Producción			
	Área de Finanzas	Área de Marketing y Ventas	Área Agropecuaria	Área de Alimentos y Bebidas	Área de Mantenimiento	Área de Agroturismo
Gerente	X	X				X
Trabajador 1			X	X		X
Trabajador 2			X		X	X
Trabajador 3			X			X

Nota. Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

El Departamento de Administración consta del área de finanzas y marketing. El encargado de este departamento es el Gerente de la hacienda, el cual realiza un trabajo polifuncional debido a que la empresa es pequeña. Cada área cumple:

**Área de Finanzas.** Se encarga del control de los recursos financieros de la hacienda, trabaja conjuntamente con un contador el cual lleva los registros contables y realiza las declaraciones de impuestos correspondientes.

**Área de Marketing.** La sección de marketing se ocupa de la publicidad de la hacienda vía online y offline, además se ocupa de las ventas y servicio al cliente.

Por su parte el Departamento de Producción consta del área agrícola y ganadera, área de agroturismo, área de mantenimiento y el área de alimentos y bebidas. Cada área está encargada de las siguientes funciones:

**Área Agrícola y Ganadero.** Se encarga del manejo de los recursos agrícolas y ganaderos, su mantenimiento, producción, recolección y comercialización. Esta área la conforma todo el personal de la hacienda a excepción del gerente.

**Área de Agroturismo.** Dirige la operación de todas las actividades agroturísticas dentro de la hacienda entre ello: coordina itinerarios, plantea y desarrolla nuevos paquetes, realiza guianza, acompañamiento, evaluación de los servicios, entre otras actividades. Al ser una nueva actividad, todos los trabajadores de la hacienda participan en esta labor conjuntamente con el gerente.

**Área de Mantenimiento.** Una persona se encarga de la limpieza, desinfección y mantenimiento de todas las instalaciones y espacios externos de la hacienda; además, cuando hay la presencia de huéspedes se encarga de la limpieza diaria de cada habitación.

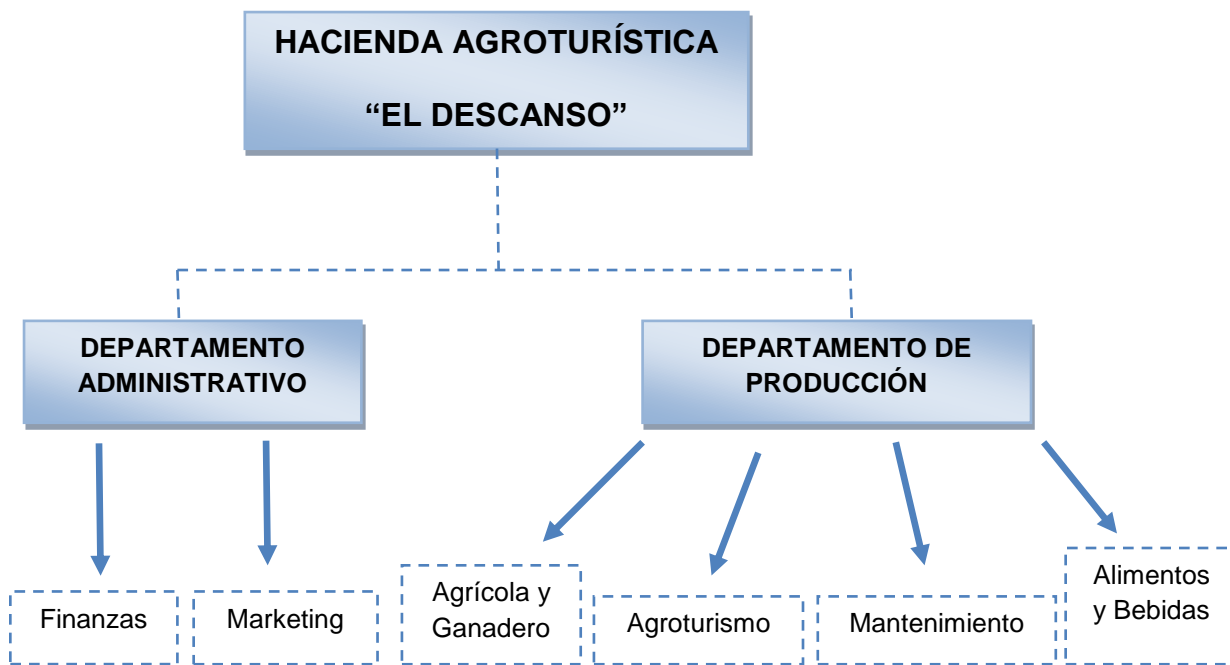
**Área de Alimentos y Bebidas.** Una persona se encarga de la preparación de los alimentos para el consumo de los huéspedes, esto abarca: desayuno, almuerzo, cena y refrigerios. El horario de atención de la cocina para desayunos es de 07:00 a 09:00, almuerzos

de 13:00 a 14:00 y cena de 19:00 a 20:00, pudiendo variar dependiendo de los requerimientos del huésped y del itinerario.

Por su parte, el organigrama *vertical* ayuda a representar la estructura empresarial de la Hacienda El Descanso de una manera más gráfica a manera de pirámide jerárquica; en la Figura 53 se pueden visualizar los departamentos y sus áreas respectivas de manera más delimitada.

**Figura 53**

*Organigrama Horizontal de la Hacienda Agroturística El Descanso*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Plan Operativo General.** De acuerdo a los departamentos que posee una empresa se genera un *plan operativo* que detalla los puntos más relevantes de la manera de accionar de cada departamento, así como de los instrumentos necesarios para cumplir con sus labores; en el caso de la Hacienda El Descanso viene a ser las materias primas que se utilizarán en cada

área, sin olvidar el número de personal involucrado para cada labor. Como mencionan Marcó, Loguzzo y Fedi (2016) en su libro *Introducción a la Gestión y Administración de las Organizaciones*: “El planeamiento operativo posee un alcance a corto plazo determinando el contenido específico de cada tarea o actividad en pos de alcanzar las metas determinadas” (p. 131). A continuación, se detalla el plan operativo general de la hacienda por área operativa, mano de obra, materia prima y funciones.

**Tabla 26**

*Plan Operativo por Mano de Obra, Materia Prima y Funciones de los Trabajadores*

ÁREA OPERATIVA	DETALLES		
	Mano de Obra	Materia Prima	Funciones
<p><b>1. Área de Finanzas</b></p> <p>Es el dueño de la hacienda quien lleva la administración y el control de las finanzas</p>	<p>1 Gerente general / Recepcionista</p> <p>*Contador ocasional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales de oficina</li> <li>- Impresora</li> <li>- Tinta</li> <li>- Registros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control de reservaciones</li> <li>- Servicio al Cliente</li> <li>- Control de Facturación</li> </ul>
<p><b>2. Área de Marketing y Ventas</b></p> <p>Trabaja en conjunto con el área de administración</p>	<p>1 Gerente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conexión wifi</li> <li>- Laptop</li> <li>- Celular</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio al Cliente</li> <li>- Promoción y publicidad</li> <li>- Manejo de redes sociales</li> <li>- Fortalecer alianzas</li> </ul>
<p><b>3. Área Agropecuaria</b></p> <p>Se mantienen en operación todos los días para producir y generar ingresos con los productos agro ganaderos.</p>	<p>3 personas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pico</li> <li>- Lampa</li> <li>- Podadora</li> <li>- Abonos</li> <li>- Semillas</li> <li>- Hoz</li> <li>- Machete</li> <li>- Carretillas</li> <li>- Mangueras</li> <li>- Pala</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producción agrícola</li> <li>- Crianza de animales</li> <li>- Alimentación de animales</li> <li>- Mantenimiento del huerto</li> <li>- Preparación de insumos</li> <li>- Asistencia en mantenimiento general</li> <li>- Servicio al cliente</li> </ul>

<p><b>4. Área de Alimentos y Bebidas</b></p> <p>Esta área es eventual, depende si hay reservaciones turísticas.</p>	<p>1 Cocinero/ Mesero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Verduras</li> <li>-Frutas</li> <li>-Bebidas</li> <li>-Carnes</li> <li>-Legumbres</li> <li>-Condimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparación de alimentos y bebidas</li> <li>- Servicio de alimentos</li> <li>- Surtido de productos</li> <li>- Servicio al cliente</li> </ul>
<p><b>5. Área de Mantenimiento y Limpieza</b></p> <p>Opera diariamente</p>	<p>1 Persona de mantenimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productos de aseo</li> <li>-Jabón</li> <li>-Detergente</li> <li>-Desinfectante</li> <li>-Alcohol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aseo de las habitaciones</li> <li>- Aseo de áreas comunes</li> <li>- Mantenimiento general</li> <li>- Servicio al cliente</li> </ul>
<p><b>6. Área de Agroturismo</b></p> <p>En esta área laboran en conjunto todos los miembros de la hacienda al ser una actividad nueva.</p>	<p>Todos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Botas para campo</li> <li>-Souvenirs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de paquetes agroturísticos</li> <li>- Servicio al cliente</li> <li>- Convivencia con el turista</li> <li>- Guianza de turistas</li> <li>- Transporte a los visitantes</li> </ul>
<p><b>TOTAL</b></p>	<p><b>4 empleados polifuncionales</b></p>		

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

La Tabla 26 muestra las actividades que se deben cumplir por área operativa. La hacienda como se mostró anteriormente, contará con seis áreas operativas funcionales, en donde los empleados debido al tamaño de la hacienda realizan labores de varias áreas, es decir es un sistema polifuncional, lo cual ayudará a reducir los gastos en mano de obra al inicio del proyecto, sin embargo, con el transcurso del tiempo se puede ampliar el número de empleados de acuerdo a las necesidades y presupuestos de la hacienda.

El horario de atención de lunes a sábado es de 08:00 a 17:00 para el área agrícola y administrativa; en cuanto al servicio de agroturismo los paquetes operarán generalmente viernes, sábados, domingos y feriados, con un horario que puede variar adaptándose a las necesidades del personal como de los turistas.



### **Operación del Producto Agroturístico**

**Consideraciones Generales.** La hacienda contará con cuatro paquetes agroturísticos: un full day, dos paquetes de fin de semana y una ruta agroturística, por lo que cada paquete agroturístico dispone de las siguientes especificaciones para su operación:

**Edad recomendable.** Los recorridos son aptos para personas de todas las edades, considerando siempre que los niños acudan en compañía de adultos y que las personas de la tercera edad dispongan de todas las facilidades pertinentes.

**Duración.** La estipulada en cada uno de los paquetes agroturísticos.

**Capacidad:** mínimo 1 pax, máximo 18 pax.

**Incluye.** Alojamiento, desayuno y las actividades especificadas en el itinerario. Las actividades se organizarán dependiendo de la disponibilidad, la temporada y el clima, entre otros factores. El transporte es opcional y se debe coordinar.

**No incluye.** Gastos no especificados en el itinerario, comidas adicionales y seguro de viaje.

**Condiciones.** Precios sujetos a cambios y disponibilidad al momento de confirmar las reservas; revisar condiciones de pago, cancelaciones y reembolsos. Los itinerarios están sujetos a cambios debido a circunstancias de fuerza mayor o de carácter operativo y técnico.

**Recomendaciones de viaje.** Vestimenta adecuada como chaqueta para el frío, ropa abrigada, zapatos cómodos e impermeables, botas de caucho, sombrero, protector solar, cámara, poncho de agua y repelente de insectos; o en caso de ser necesario la hacienda dispone de artículos para alquiler como botas de caucho, ponchos de agua y linternas. Por otro lado, si se desean realizar estadías más prolongadas a las expuestas en los paquetes, se coordinará con administración.

**Políticas de los Servicios Agroturísticos.** Es importante tener redactadas de manera clara y precisa las políticas con la que opera una empresa de servicios turísticos, ya que esto evitará posibles contratiempos con los clientes. Por ello, la Hacienda Agroturística El Descanso contará con las siguientes políticas en reservaciones, pagos, tarifas, no show, cancelación y reembolsos:

**Reservaciones.** Las reservaciones se realizarán vía correo electrónico, WhatsApp o personalmente con al menos 48 horas de anticipación si es un full day y quince días de anticipación si son paquetes de más de dos días. Las reservaciones deberán estar debidamente confirmadas e identificadas con apellidos y nombres completos, número de identificación, fecha de nacimiento, contacto, dirección; se debe comunicar si presentan enfermedades y especificar la forma de pago. En el momento de las reservaciones como empresa se dará a conocer todos los pormenores y los servicios que se ofrecen de manera detallada a fin de que el turista pueda tener claro el paquete que está contratando para así evitar confusiones. Entre las especificaciones se tomarán en cuenta el tipo de habitación, horarios, disponibilidad, políticas y sugerencias.

**Pago.** Todos los pagos se deberán realizar en su totalidad 48 horas antes del inicio de los servicios agroturísticos. Las formas de pago pueden ser en efectivo, depósito o transferencia bancaria en los siguientes bancos: Banco de Guayaquil, Banco del Austro o Banco del Pichincha; y no se aceptarán cheques. Para la cancelación con tarjeta de crédito se gestionará a través de los medios correspondientes y las entidades bancarias.

La Hacienda Agroturística El Descanso se reserva el derecho de suspender y cancelar los viajes si los pagos no se han realizado en las fechas establecidas.

**Precios.** Todos los precios expuestos en el siguiente tarifario son precios tentativos de venta al público, se encuentran en USD dólares americanos y se puede observar el desglose de los costos operacionales reales, esta información servirá de base para la sección de fijación de precios definitivos conjuntamente con el estudio de mercado. Por otra parte, existirán tarifas especiales que aplican para niños y personas con capacidades diferentes quienes recibirán un descuento del 25%. Los valores están desglosados por precio venta al público en efectivo y precio venta al público con tarjeta de crédito. La comisión está en base al 0,7% del valor neto.

**Tabla 27**

*Tarifario, Paquete Hacienda El Descanso Full Day*

<b>PAQUETE FULL DAY</b>	
<b>VALOR POR PERSONA</b>	<b>COSTO</b>
Transporte Cuenca – Hacienda	10,00
Transporte Hacienda – Cuenca	10,00
Desayuno	3,00
Refrigerio	3,00
Almuerzo	8,00
Recuerdo y producto elaborado	10,00
<b>VALOR NETO</b>	<b>44,00</b>
COMISION	11,00
<b>VALOR DEL PAQUETE</b>	<b>55,00</b>
2,4% IVA	<b>1,32</b>
<b>VALOR EN EFECTIVO</b>	<b>56,32</b>
VALOR COMISION T/C	<b>2,96</b>
<b>VALOR CON TARJETA</b>	<b>59,28</b>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma E. (2021)

Los siguientes precios de los paquetes de dos días una noche, tres días dos noches, y la ruta agroturística están desglosados por el tipo de habitación, la comisión corresponde al 0,7% del valor neto, más el IVA del 2,4%.

**Tabla 28**
*Tarifario, Paquete 2 Días y 1 Noche Hacienda El Descanso*

<b>PAQUETE 2 DÍAS - 1 NOCHE</b>			
	<b>SGL</b>	<b>DBL</b>	<b>TPL</b>
VALOR POR HABITACIÓN	15,00	25,00	30,00
VALOR POR HUESPED	15,00	12,50	10,00
<b>1 NOCHE</b>	<b>15,00</b>	<b>12,50</b>	<b>10,00</b>
Transporte Cuenca – Hacienda	10,00	10,00	10,00
Transporte Hacienda – Cuenca	10,00	10,00	10,00
Desayuno día 1 y 2	4,00	4,00	4,00
Almuerzo día 1 y 2	6,00	6,00	6,00
Elaboración de productos alim.	5,00	5,00	5,00
Elaboración de productos apícolas	5,00	5,00	5,00
Cena día 1	3,00	3,00	3,00
Cena especial	8,00	8,00	8,00
Recuerdos/Souvenirs	2,00	2,00	2,00
<b>VALOR NETO</b>	<b>68,00</b>	<b>65,50</b>	<b>63,00</b>
COMISION	29,14	28,07	27,00
<b>VALOR DEL PAQUETE</b>	<b>97,14</b>	<b>93,57</b>	<b>90,00</b>
2,4% IVA	2,33	2,25	2,16
<b>VALOR EN EFECTIVO</b>	<b>99,47</b>	<b>95,82</b>	<b>92,16</b>
VALOR COMISION T/C	5,24	5,04	4,85
VALOR CON TARJETA	104,71	100,86	97,01

*Nota. Guallas, T. y Lituma E. (2021)*
**Tabla 29**
*Tarifario, Agroturismo Vivencial 3 Días y 2 Noches en la Hacienda El Descanso*

<b>AGROTURISMO VIVENCIAL 3 DÍAS - 2 NOCHES</b>			
	<b>SGL</b>	<b>DBL</b>	<b>TPL</b>
VALOR POR HABITACIÓN	15,00	25,00	30,00
VALOR POR HUESPED	15,00	12,50	10,00
<b>2 NOCHES</b>	<b>30,00</b>	<b>25,00</b>	<b>20,00</b>
Transporte Cuenca – Hacienda	10,00	10,00	10,00
Transporte Hacienda – Cuenca	10,00	10,00	10,00
Desayuno día 1, 2 y3	7,00	7,00	7,00
Almuerzo día 1 y 3	6,00	6,00	6,00
Elaboración de productos artesanales	5,00	5,00	5,00

Elaboración de productos apícolas	5,00	5,00	5,00
Cena día 1 y 2	6,00	6,00	6,00
Almuerzo especial día 2	8,00	8,00	8,00
Refrigerio día 3 y act. de integración	8,00	8,00	8,00
Recuerdos/Souvenirs	2,00	2,00	2,00
<b>VALOR NETO</b>	<b>97,00</b>	<b>92,00</b>	<b>87,00</b>
COMISION	52,23	49,54	46,85
<b>VALOR DEL PAQUETE</b>	<b>149,23</b>	<b>141,54</b>	<b>133,85</b>
2,4% IVA	3,58	3,40	3,21
<b>VALOR EN EFECTIVO</b>	<b>152,81</b>	<b>144,94</b>	<b>137,06</b>
VALOR COMISION T/C	8,04	7,63	7,21
VALOR CON TARJETA	160,86	152,56	144,27

Nota. Guailas, T. y Lituma E. (2021)

**Tabla 30**

*Tarifario, Ruta Agroturística “Naturaleza y Vida”*

<b>RUTA AGROTURÍSTICA NATURALEZA Y VIDA</b>			
	<b>SGL</b>	<b>DBL</b>	<b>TPL</b>
VALOR POR HABITACIÓN	15,00	25,00	30,00
VALOR POR HUESPED	15,00	12,50	10,00
<b>1 NOCHE</b>	<b>15,00</b>	<b>12,50</b>	<b>10,00</b>
Desayuno día 1 y 2	4,00	4,00	4,00
Almuerzo normal día 2	3,00	3,00	3,00
Elaboración de productos alimenticios	10,00	10,00	10,00
Visita a la Granja Integral Fernández	10,00	10,00	10,00
Visita a la Hacienda Yolanda	10,00	10,00	10,00
Cena día 1	3,00	3,00	3,00
Almuerzo especial día 1	8,00	8,00	8,00
Refrigerio - Iglesia parroquial	2,00	2,00	2,00
Transporte	20,00	20,00	20,00
<b>VALOR NETO</b>	<b>85,00</b>	<b>82,50</b>	<b>80,00</b>
COMISION	36,43	35,36	34,29
<b>VALOR DEL PAQUETE</b>	<b>121,43</b>	<b>117,86</b>	<b>114,29</b>
2,4% IVA	2,91	2,83	2,74
<b>VALOR EN EFECTIVO</b>	<b>124,343</b>	<b>120,69</b>	<b>117,03</b>
VALOR COMISION T/C	6,54	6,35	6,16
VALOR CON TARJETA	130,89	127,04	123,19

Nota. Guailas, T. y Lituma E. (2021)

**No Show.** La Hacienda Agroturística El Descanso no se responsabiliza si el pax no se presenta, llega tarde o no cumple con las actividades y servicios estipulados en el itinerario. No hay reembolso. Únicamente existirá reembolso en los casos que se presentan en la sección: cancelaciones y reembolsos.

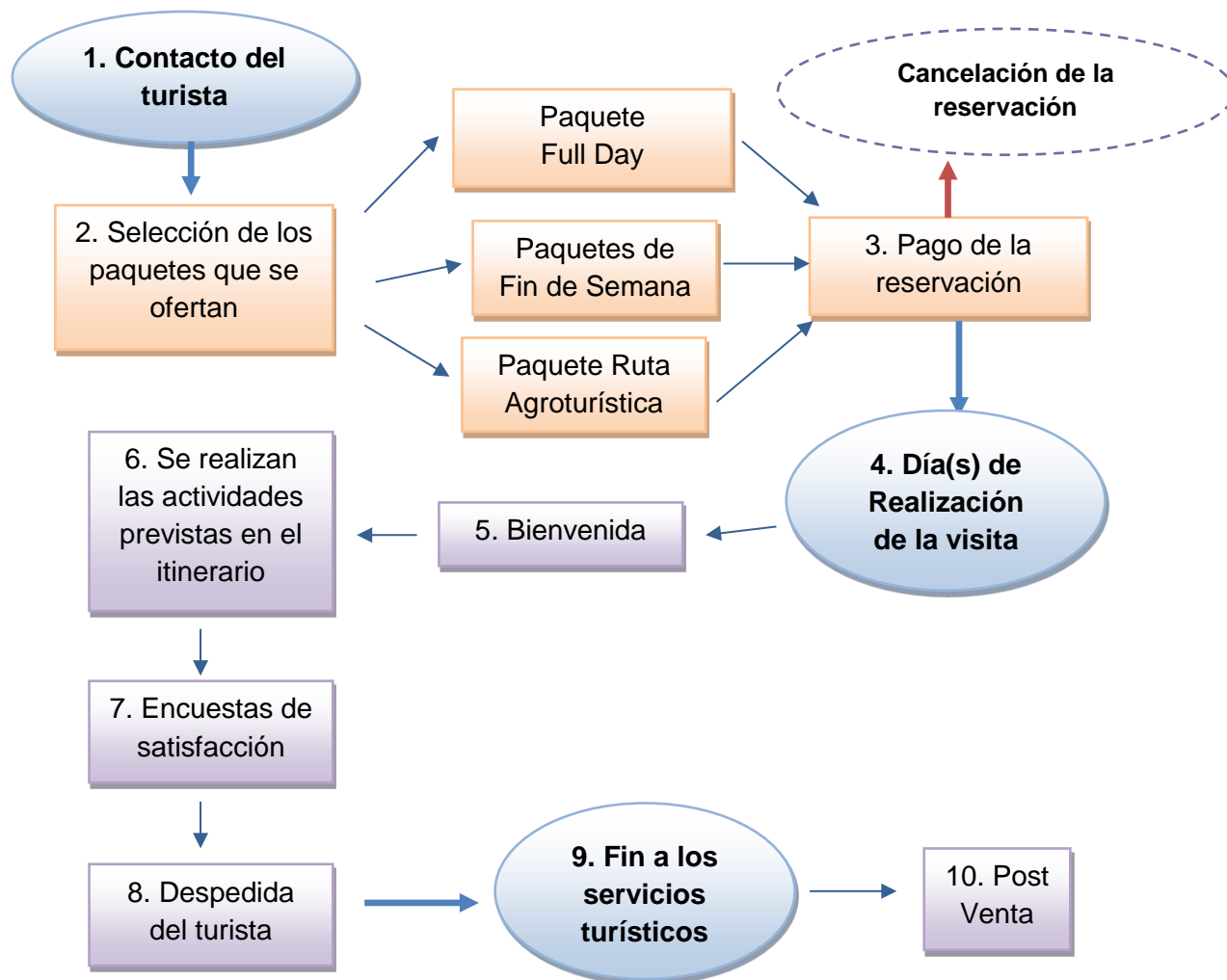
**Cancelaciones y Reembolsos.** Las visitas de un día o full day, son reembolsables en su totalidad si se cancelaron dentro de las 24 horas antes de su viaje. Para el resto de paquetes, tomando en consideración que se deben realizar las reservaciones con mínimo 15 días de anticipación, se reembolsará el 75% del costo si la cancelación de los servicios fue realizada diez días antes de la visita; se reembolsará un 25% si fue realizada la cancelación de tres a siete días antes del viaje y no habrá reembolsos por servicios no utilizados (no shows).

**Diagrama de procesos.** Dentro del plan operativo se debe incluir un diagrama de procesos para la operación de los servicios, ya que permite visualizar los pasos a seguir para la comercialización de los servicios por parte del personal de la hacienda, así como el desarrollo de los mismos.

El *diagrama o mapa de procesos* “refleja todas y cada una de la actividad que realiza la organización. Es un gráfico ordenado y secuencial de todas las actividades o grupos de actividades que aportan valor al producto servicio para el cliente” (Universidad del Pacífico, 2017, p. 7). Por consiguiente, este gráfico secuencial sirve de herramienta para poder implementar mejoras en las diferentes fases de la comercialización y la operación del producto turístico, ayuda a optimizar los tiempos y a verificar el empleo adecuado de los recursos en cada fase; en otras palabras, permite delimitar cada paso a seguir a fin de conseguir una sistematización del proceso de compra y venta. Para la Hacienda El Descanso se ha elaborado el siguiente diagrama del proceso para la venta y ejecución del producto agroturístico.

**Figura 54**

*Diagrama del Proceso de Venta y Desarrollo de la Actividad Agroturística*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

El proceso de operación comienza cuando el turista contacta a la hacienda agroturística; el gerente da a conocer los paquetes agroturísticos que posee la hacienda, aquí el turista tiene la oportunidad de preguntar y seleccionar el paquete que más se ajuste a sus necesidades y preferencias. Una vez que se llega a un acuerdo, se realiza el pago de los servicios de acuerdo a los medios seleccionados.

Con el pago completo se procede a llevar a cabo la visita del turista a la hacienda, se le da la bienvenida, indicaciones generales e información relevante, luego de acuerdo al itinerario se cumple cada actividad propuesta. Las actividades están sujetas a la predisposición del turista, así como a las condiciones externas como el clima, la temporada, y disponibilidad de equipamiento y servicios, ya que al ser actividades al aire libre existen este tipo de factores que no se pueden evitar, pero si prever o sustituir con actividades adicionales. El ideal es cumplir con lo pactado en la reservación por ello al momento de la reservación se hace énfasis en estos detalles a fin de que el turista tenga conocimientos sobre los escenarios que se podrían presentar.

Una vez concluido el itinerario y los días de visita en la hacienda, se le pide al turista que por favor llene la encuesta de satisfacción sobre los servicios que recibió, se le despide y está listo para retornar a su lugar de origen.

Finalizados los servicios se enviará un correo de agradecimiento al turista por haber elegido nuestros servicios, con el fin de trabajar la fidelización de clientes post venta y ganar referidos. Adicionalmente, se creará una base de datos de los clientes y se les mantendrán informados sobre promociones o innovaciones de los paquetes.

#### **Plan para el Manejo de la Sostenibilidad Ambiental del Producto Agroturístico.**

Según el diccionario de la RAE el término *sostenible* hace referencia a algo que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente, y se lo usa especialmente en ecología y economía (2020, definición 2); ahora bien, de este término se desprende la palabra *sostenibilidad*, la misma que ha tenido una incidencia notable en todas las ramas de la ciencia ya que busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer o poner en peligro las necesidades de la futuras generaciones, ya sea desde un



punto ambiental, sociocultural o económico. Con respecto al ámbito ambiental, la Hacienda El Descanso en la actualidad se encamina de forma sostenible de la siguiente manera:

**Separación de Desechos.** En la hacienda se realiza la clasificación de los desechos, se divide todo lo orgánico y lo inorgánico; todo lo que respecta a papel, plástico, vidrio, cartón, etc., es colocado en una funda plástica azul y enviado al recolector de basura, mientras que los demás desechos orgánicos son utilizados como alimento para los diferentes animales que poseen en la hacienda, por ello en este proyecto se pretende introducir la regla de las 3R: reducir, reutilizar y reciclar los desechos inorgánicos debido a que existirá mayor cantidad de desechos una vez que se empiece a prestar los servicios turísticos.

Se reducirá el uso de productos que atenten contra el medio ambiente como aerosoles, detergentes, desinfectantes, fundas plásticas, entre otros, y en su lugar se preferirá productos con marcas biodegradables y que sean amigables con el medio ambiente; por otro lado se dará prioridad a la reutilización de materiales o productos que se encuentren en buen estado; y con respecto al reciclaje, se colocarán embaces para clasificar botellas, plásticos y cartón en una zona estratégica dentro de la hacienda.

**Producción 100% Orgánica.** En la hacienda todos los productos son completamente orgánicos pues se utiliza abono natural para los cultivos; en lo que respecta al ganado, su alimentación es natural, su método de reproducción es natural, se utiliza medicina natural y solo si es necesario se utilizan medicamentos veterinarios químicos; esto aplica también con los otros tipos de ganado. Los beneficios que se obtienen a más de los beneficios ambientales, son también económicos ya que una producción cien por ciento orgánica baja los costos de producción pues no se tendrá que invertir en pesticidas, aditivos químicos, insecticidas, fertilizantes, etc., que alteran la composición y el sabor de los productos, y los cultivos al ser saludables, favorecen el valor nutricional de los alimentos protegiendo así la salud de los

consumidores como de los trabajadores. Por ello se propone la capacitación sobre el tema a profundidad dando prioridad al impacto positivo que tendrá en los visitantes el saber que en la hacienda se trabaja en base a una producción cien por ciento orgánica, libre de agentes contaminantes con lo que se puede garantizar la calidad de los productos que deseen adquirir.

**Energía Alternativa.** Se propone la adaptación de lámparas solares como primer paso para que la hacienda sea amigable con el medio ambiente. Estos productos son económicos y poseen garantía de años de durabilidad. Se colocarían en la entrada de la hacienda y otros puntos importantes ya que al momento la hacienda no cuenta con alumbrado en determinadas zonas.

**Conservación de la Biodiversidad.** Se propone lograr que todos los miembros de la hacienda, turistas y la comunidad contribuyan a mantener, cuidar y conservar los hábitats, áreas naturales, la fauna y flora nativa a través de la disminución de uso de pesticidas, la implementación de capacitaciones en educación ambiental y la importancia de la prevención de incendios en espacios naturales. También se trabajará en incentivar la consciencia ambiental a través de la reforestación, por lo que se ha pensado en dar a los turistas la oportunidad de llevar semillas o plantas para que puedan sembrarlas en sus domicilios.

Finalmente, en la siguiente sección se dará a conocer el plan y análisis financiero del proyecto de agroturismo, el cual permitirá conocer los costes de producción, la inversión y la financiación que se necesita; y su factibilidad a corto y largo plazo.

## Plan Financiero de la Propuesta de Agroturismo

Una parte importante de la propuesta de agroturismo es diseñar un plan económico financiero que respalde la puesta en marcha de la actividad. El Plan Económico Financiero es la versión cuantificada del plan de la empresa. Los números son esenciales para definir la inversión que es necesaria para emprender un negocio, de manera que se pueda saber cómo se van a cubrir los gastos de operación con los ingresos generados, cómo se va a financiar todo el emprendimiento y si el negocio será rentable, es decir, muestra la viabilidad económica y financiera del proyecto. La viabilidad no es más que saber si existirá solvencia para hacer frente a las obligaciones del negocio (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2014). Por lo tanto, a continuación, se especifica la estructura financiera del proyecto agroturístico y se culmina con el análisis financiero que consta los indicadores financieros VAN y TIR, y el punto de equilibrio.

### *Estructura Financiera*

La estructura financiera informa sobre el origen y la composición de los recursos financieros (Muñoz, 2008), involucra: inversión, financiamiento, costos e ingresos; y su respectivo análisis a través del flujo de fondos que muestra la dinámica de estos componentes.

**Inversión.** La inversión se desglosa en inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo. La inversión fija a su vez se divide en: terrenos; edificios e infraestructura; vehículos; maquinaria y equipos; muebles, enseres y menaje; y los equipos de cómputo; mientras que la inversión diferida se divide en gastos de constitución y estudio de mercado.

En este apartado se detalla cada uno de los componentes de la inversión pertenecientes a la Hacienda El Descanso, tomando en cuenta que la inversión hace referencia a dos puntos importantes: el primero, la inversión es el dinero destinado a la adquisición de activos fijos y de suministros para el inicio de la actividad; y el segundo: la inversión es la liquidez necesaria para mantener la actividad económica hasta que el negocio pueda generar fondos propios para

contrarrestar las obligaciones financieras (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2014). En consecuencia, con respecto a la inversión fija presentamos la infraestructura y edificios; maquinaria y equipos; muebles, enseres y menaje; y los equipos de cómputo presentes en la hacienda:

**Infraestructura y Edificios.** Es toda la infraestructura necesaria para el desarrollo de la actividad tanto productiva, administrativa, comercial o de almacenamiento, ya sean locales comerciales, edificios o terrenos. La Hacienda El Descanso realizará la siguiente inversión con respecto a la remodelación de las casas, el taller artesanal, las parrillas y el reservorio para truchas.

**Tabla 31**

*Infraestructura y Edificios*

INFRAESTRUCTURA Y EDIFICIOS			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Casa Principal	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Casa Secundaria	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Taller Artesanal y Parrillas	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Reservorio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9.000,00</b>

*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

**Maquinaria y Equipos.** Son dispositivos y equipos técnicos directamente relacionados con el proceso productivo y, por tanto, íntimamente relacionados con el negocio a desarrollar. Para el proyecto se invertirá en una refrigeradora, una cocina, una cafetera, dos parrillas grandes, una batidora y un calefactor.

**Tabla 32**
*Maquinaria y Equipos*

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
ÁREA	DESCRIPCIÓN	TOTAL
Cocina	Refrigerador Indurama	\$ 250,00
	Cocina Indurama	\$ 180,00
	Cafetera Oster	\$ 45,00
	Parrillas	\$ 300,00
	Batidora	\$ 35,00
Recepción	Calefactor	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 880,00</b>

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Muebles, Enseres y Menaje.** Los muebles son todos los artículos o enseres movibles que sirven para decorar casas, oficinas y todo género de locales (RAE, 2020, definición 2); por su parte el menaje se refiere a todo utensilio de cocina y de servicio de mesa (RAE, 2020, definición 2). A continuación, se detalla los muebles, enseres y menaje que se requiere por área: restauración, alojamiento, recepción y agrotienda.

**Tabla 33**
*Muebles, Enseres y Menaje*

MUEBLES, ENSERES Y MENAJE				
ÁREA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	TOTAL
Restauración	Juego de comedor madera	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Restauración	Armario de madera	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Restauración	Platos para sopa	20	\$ 1,25	\$ 25,00
Restauración	Platos tendidos	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Restauración	Platos para postre	20	\$ 1,05	\$ 21,00
Restauración	Juego de cubiertos x24	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Restauración	Cucharas pequeñas	20	\$ 0,35	\$ 7,00

Restauración	Juego de ollas x3	3	\$ 36,00	\$ 108,00
Restauración	Cuchillos	5	\$ 1,45	\$ 7,25
Restauración	Sartén	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Restauración	Recipientes	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Restauración	Cucharones	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Restauración	Jarras	5	\$ 2,40	\$ 12,00
Restauración	Vasos de vidrio	20	\$ 0,80	\$ 16,00
Restauración	Tabla de picar	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Restauración	Recipientes medianos	10	\$ 1,35	\$ 13,50
Restauración	Recipientes pequeños	5	\$ 0,65	\$ 3,25
Restauración	Tasas para café	20	\$ 1,20	\$ 24,00
Restauración	Manteles	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Alojamiento	Camas plaza y media	8	\$ 98,00	\$ 784,00
Alojamiento	Camas dos plazas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Alojamiento	Velador	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Alojamiento	Armario	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Alojamiento	Sábanas	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Alojamiento	Cobijas	24	\$ 6,00	\$ 144,00
Alojamiento	Edredones	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Alojamiento	Almohadas	14	\$ 2,00	\$ 28,00
Alojamiento	Espejos de tocador	8	\$ 7,00	\$ 56,00
Alojamiento	Colchones cama plaza y media	8	\$ 100,00	\$ 800,00
Alojamiento	Basureros	8	\$ 2,00	\$ 16,00
Alojamiento	Toallas	16	\$ 6,00	\$ 96,00
Alojamiento	Cortinas de baño	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Alojamiento	Cuadros	6	\$ 4,00	\$ 24,00
Alojamiento	Enseres para el baño	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Recepción	Escritorio de madera	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Recepción	Juego de Sala	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Recepción	Estante	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Taller artes.	Mesas de madera mediana	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Taller artes.	Estante	2	\$ 20,00	\$ 40,00
General	Cortinas	10	\$ 6,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4.127,00</b>

Nota. Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

**Equipos de Cómputo.** Entre los equipos de cómputo se incluyen computadoras, servidores de aplicaciones, impresoras, etc., para el proyecto se ocupará esencialmente una computadora, el teléfono celular y un parlante de música.

Tabla 34

*Equipo de Cómputo*

EQUIPOS DE COMPUTO			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	TOTAL
Computadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Celular	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Parlante	1	\$ 45,00	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 825,00</b>

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

En cuanto a la inversión diferida que se necesita para el proyecto de la hacienda tenemos:

**Gastos de Constitución.** Los gastos de constitución se llevan a cabo a fin de crear una empresa o sociedad. En este sentido se estima una inversión de \$420,00 para realizar los trámites pertinentes de constitución.

Tabla 35

*Gastos de Constitución*

GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	TOTAL
IEPI (marca)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Patente Municipal	1	\$ 20,00	\$ 20,00
SRI	0	\$ 0,00	\$ 0,00
Permiso de bomberos	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Trámites del MINTUR	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 420,00</b>

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Estudio de Mercado.** El estudio de mercado es una investigación o un análisis del comportamiento de un determinado grupo, nicho o segmento de consumidores a fin de conocer sus gustos y preferencias con respecto al producto o servicio que se desea lanzar al mercado.

**Tabla 36**

*Estudio de Mercado*

<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
Estudio de Mercado	2	\$ 75,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 150,00</b>

*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

El capital de trabajo es el último componente de la inversión y hace referencia a todos los recursos financieros con los que dispone una empresa para realizar sus actividades económicas.

Para el proyecto, el capital de trabajo inicial se distribuirá de la siguiente manera:

**Tabla 37**

*Capital de Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
Letrero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Insumos de oficina	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Insumos de bioseguridad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Insumos de limpieza	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Logotipo	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Equipo para pescar	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Kits para jardinería x40	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo para alquiler	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Equipo para apicultura	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 750,00</b>

*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)



Finalmente, la inversión total del proyecto estará dispuesta de la siguiente manera: La inversión fija es de \$14.832,00 dólares, la inversión diferida es de \$570,00 dólares y el capital de trabajo es de \$750,00 dólares, dando un total de \$16.152,00 dólares americanos.

**Tabla 38**

*Inversión*

<b>INVERSIONES</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 14.832,00</b>
INFRAESTRUCTURA, EDIFICIOS	\$ 9.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 880,00
MUEBLES, ENSERES Y MENAJE	\$ 4.127,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 825,00
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 570,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 420,00
ESTUDIO DE MERCADO	\$ 150,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 750,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.152,00</b>

*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

**Financiamiento Inicial.** Son las fuentes de donde se tomará el dinero para hacer frente a la inversión inicial, estas pueden ser por aporte propio o aporte externo a través de entidades financieras como bancos y cooperativas, o por capital aportado por terceras personas. Para el proyecto agroturístico se necesitará de un aporte externo de \$11000,00 correspondiente al 68% del total de la inversión, los mismos que serán solicitados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo de la ciudad de Cuenca; mientras que el aporte propio es alrededor de \$5152,00 correspondiente al 32% del total de la inversión. En la Tabla 39 se puede apreciar la distribución de las fuentes de financiamiento.

Tabla 39

*Financiamiento*

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>APORTE PROPIO</b>	<b>APORTE EXTERNO</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 14.832,00</b>	<b>\$ 4.252,00</b>	<b>\$ 10.580,00</b>
EDIFICIOS	\$ 9.000,00	\$ 0,00	\$ 9.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 880,00	\$ 0,00	\$ 880,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.127,00	\$ 4.127,00	\$ 0,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 825,00	\$ 125,00	\$ 700,00
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 570,00</b>	<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ 420,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 420,00	\$ 0,00	\$ 420,00
ESTUDIO DE MERCADO	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 0,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 750,00</b>	<b>\$ 750,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.152,00</b>	<b>\$ 5.152,00</b>	<b>\$ 11.000,00</b>
Total en Porcentaje	100%	32%	68%

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

Se ha seleccionado la Cooperativa Jardín Azuayo debido a las facilidades que da para realizar el crédito. La tasa de interés seleccionada es del 11,33% con cuotas de \$198,28 dólares mensuales por un lapso de seis años. En el Anexo C se puede verificar la Tabla C1 de amortización correspondiente al crédito.

**Costos.** “El costo es un concepto esencialmente monetario; expresa y mide en dinero la gestión desarrollada por el empresario para producir una unidad de cierto bien o servicio” (Lerdón, s.f., p. 103). Con respecto a los costos de producción, administración, ventas o marketing y los costos financieros, el proyecto presenta los siguientes valores. En la sección del Anexo C se puede verificar el desglose de cada rubro (Tablas C2-C8).

Tabla 40

*Proyección de Costos*

COSTOS TOTALES						
AÑO	AÑO REAL	COSTOS DE PRODUCCIÓN	COSTOS DE ADMINIST.	COSTOS DE MARKETING	COSTOS FINANC.	TOTAL ANUAL
1	2023	\$ 26.736,00	\$ 14.487,30	\$ 660,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 44.262,66</b>
2	2024	\$ 28.276,00	\$ 15.093,44	\$ 680,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 46.428,80</b>
3	2025	\$ 29.816,00	\$ 15.699,58	\$ 700,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 48.594,94</b>
4	2026	\$ 31.356,00	\$ 16.058,22	\$ 720,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 50.513,58</b>
5	2027	\$ 32.896,00	\$ 16.664,36	\$ 740,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 52.679,72</b>
6	2028	\$ 34.436,00	\$ 16.527,64	\$ 760,00	\$ 2.379,36	<b>\$ 54.103,00</b>
7	2029	\$ 35.976,00	\$ 17.133,78	\$ 780,00	\$ 0,00	<b>\$ 53.889,78</b>
8	2030	\$ 37.516,00	\$ 17.739,93	\$ 800,00	\$ 0,00	<b>\$ 56.055,93</b>
9	2031	\$ 39.056,00	\$ 18.346,07	\$ 820,00	\$ 0,00	<b>\$ 58.222,07</b>
10	2032	\$ 40.596,00	\$ 18.952,21	\$ 840,00	\$ 0,00	<b>\$ 60.388,21</b>

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Los costos de producción abarcan: el costo de producción de los paquetes agroturísticos más el costo de la actividad agro ganadera; los costos administrativos engloban: sueldos, servicios básicos e insumos de oficina; los costos de marketing incluyen costos por publicidad en redes sociales, publicidad impresa y página web; y los costos financieros equivalen a las cuotas anuales del crédito que se realizará para seis años plazo.

**Ingresos.** Según Muñoz (2008) los ingresos podrían ser definidos “como los flujos positivos de riqueza generados como consecuencia de las actividades de la empresa en un periodo determinado y que, por lo tanto, producen un incremento del patrimonio neto” (p. 81). En la Hacienda El Descanso podemos encontrar los siguientes ingresos: ingresos por venta de productos y mercadería relacionados a la agricultura, ganadería y artesanías de la agrotienda; y los ingresos generados por la prestación de servicios turísticos a través de la venta de paquetes agroturísticos.

Tabla 41

*Proyección de Ingresos*

INGRESOS TOTALES							
AÑO	AÑO REAL	No PAQ.	PRECIO PROM.	INGRESO \$ PAQUETES	ARTESANIAS	AGRO TIENDA	TOTAL ANUAL
1	2023	336	\$ 109,00	\$ 36.624,00	\$ 768,00	\$ 7.200,00	\$ 44.592,00
2	2024	356	\$ 109,00	\$ 38.804,00	\$ 778,00	\$ 7.200,00	\$ 46.782,00
3	2025	376	\$ 109,00	\$ 40.984,00	\$ 788,00	\$ 7.200,00	\$ 48.972,00
4	2026	396	\$ 109,00	\$ 43.164,00	\$ 798,00	\$ 7.200,00	\$ 51.162,00
5	2027	416	\$ 109,00	\$ 45.344,00	\$ 808,00	\$ 7.200,00	\$ 53.352,00
6	2028	436	\$ 109,00	\$ 47.524,00	\$ 818,00	\$ 7.200,00	\$ 55.542,00
7	2029	456	\$ 109,00	\$ 49.704,00	\$ 828,00	\$ 7.200,00	\$ 67.732,00
8	2030	476	\$ 109,00	\$ 51.884,00	\$ 838,00	\$ 7.200,00	\$ 69.922,00
9	2031	496	\$ 109,00	\$ 54.064,00	\$ 848,00	\$ 7.200,00	\$ 62.112,00
10	2032	516	\$ 109,00	\$ 56.244,00	\$ 858,00	\$ 7.200,00	\$ 64.302,00

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

Para los ingresos por venta de paquetes agroturísticos se ha dispuesto comenzar con la venta de 336 paquetes el primer año y aumentar 20 paquetes más a partir del segundo año. El número de paquetes del primer año se ha determinado considerando que se inicie con la venta de la mitad de las plazas disponibles, es decir, siete plazas semanalmente, por los 12 meses del año; este valor multiplicado por el costo promedio de venta al público de cada paquete que es \$ 109,00 dólares dan como resultado los ingresos anuales por la venta de paquetes.

Con respecto a los ingresos por venta de artesanías se han calculado dichos valores a través del supuesto de que se vendan \$8 dólares sábado y domingo, multiplicado por los cuatro fines de semana y por 12 meses del año; y para la proyección se ha considerado que a partir del segundo año este valor tenga un aumento de \$10 dólares cada año.

Finalmente, para los ingresos por venta de productos agro ganaderos se ha tomado en cuenta que diariamente se vende un promedio de \$20,00 dólares, este valor multiplicado por 30 días y por 12 meses dan como resultado los valores que se pueden verificar en la Tabla 41.

## Análisis Financiero

El análisis financiero es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa u organización con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro (Roldán, 2017).

**Flujo de fondos.** Es un informe que muestra la dinámica de los recursos financieros de la empresa, es decir, muestra la cantidad de dinero que entra y la cantidad de dinero que sale durante un periodo de tiempo, en otras palabras, el flujo de fondos ayuda a conocer la tendencia de la empresa de acuerdo a sus ingresos y egresos. Según los valores antes desglosados se presenta la proyección del flujo de fondos para la Hacienda El Descanso durante los próximos diez años.

**Tabla 42**

### Flujo de fondos

FLUJO DE FONDOS											
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AÑO REAL		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
INGRESOS		\$ 44.592,00	\$ 46.782,00	\$ 48.972,00	\$ 51.162,00	\$ 53.352,00	\$ 55.542,00	\$ 57.732,00	\$ 59.922,00	\$ 62.112,00	\$ 64.302,00
EGRESOS		\$ 44.262,66	\$ 46.428,80	\$ 48.594,94	\$ 50.513,58	\$ 52.679,72	\$ 54.103,00	\$ 53.889,78	\$ 56.055,93	\$ 58.222,07	\$ 60.388,21
Costos de Producción		\$ 26.736,00	\$ 28.276,00	\$ 29.816,00	\$ 31.356,00	\$ 32.896,00	\$ 34.436,00	\$ 35.976,00	\$ 37.516,00	\$ 39.056,00	\$ 40.596,00
Costos de Administración		\$ 14.487,30	\$ 15.093,44	\$ 15.699,58	\$ 16.058,22	\$ 16.664,36	\$ 16.527,64	\$ 17.133,78	\$ 17.739,93	\$ 18.346,07	\$ 18.952,21
Costos de Marketing		\$ 660,00	\$ 680,00	\$ 700,00	\$ 720,00	\$ 740,00	\$ 760,00	\$ 780,00	\$ 800,00	\$ 820,00	\$ 840,00
Costos Financieros		\$ 2.379,36	\$ 2.379,36	\$ 2.379,36	\$ 2.379,36	\$ 2.379,36	\$ 2.379,36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Inicial	\$ 16.152,00										
Fija	\$ 14.832,00										
Diferida	\$ 570,00										
Capital de Trabajo	\$ 750,00										
Valor de Salvamento											\$ 1.483,20
Recuperacion del C.T.											\$ 750,00
Crédito Recibido	\$ 11.000,00										
Pago del Capital		\$ 1.448,13	\$ 1.583,97	\$ 1.732,56	\$ 1.895,10	\$ 2.072,89	\$ 2.267,35				
<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>-\$ 16.152,00</b>	<b>\$ 1.777,47</b>	<b>\$ 1.937,17</b>	<b>\$ 2.109,62</b>	<b>\$ 2.543,52</b>	<b>\$ 2.745,17</b>	<b>\$ 3.706,35</b>	<b>\$ 3.842,22</b>	<b>\$ 3.866,07</b>	<b>\$ 3.889,93</b>	<b>\$ 3.913,79</b>

Nota. Guillas, T. y Lituma, E. (2021)

En el flujo de fondos se puede apreciar las proyecciones de los valores correspondientes a ingresos y egresos a partir del año 2023 hasta el año 2032, una vez que se implemente el proyecto, la diferencia entre éstos valores como se puede ver en la última fila de la Tabla 42 es positivo con \$1777,47 dólares líquidos para el año 1, y va en aumento según los años, lo cual significa que la hacienda contará con los recursos económicos necesarios para hacer frente a las responsabilidades financieras pues existe un flujo de ingresos superior al flujo de egresos. Esta dinámica económica se debe en gran medida a que se cuenta con el capital de \$5500,00 dólares para iniciar el proyecto y el préstamo que se realizará corresponde a un monto relativamente bajo para seis años, así también porque en la actualidad la hacienda cuenta con un flujo de dinero resultado de la venta de los productos agrícolas y ganaderos, es decir, el agroturismo no será la única fuente de ingresos de la familia sino que será una actividad complementaria a la actividad agrícola, por lo que según las proyecciones este emprendimiento se puede sostener a lo largo del tiempo si se alcanza mensualmente el volumen de ventas propuesto en referencia a los paquetes agroturísticos y la tienda agroturística, y si se mantiene el flujo de ingresos de la actividad agrícola y ganadera.

**Viabilidad del proyecto.** A partir del análisis del flujo de fondos a continuación se muestran los resultados obtenidos con los indicadores financieros del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), los mismos que brindarán un valor exacto de la rentabilidad económica del proyecto agroturístico planteado y su viabilidad a mediano y largo plazo.

**Valor Actual Neto (VAN).** El VAN es un indicador financiero que sirve para evaluar los proyectos que requieren inversión, es decir, a través de la aplicación de la fórmula podemos deducir si el proyecto es rentable, lucrativo, viable, productivo y beneficioso para los dueños de la hacienda o por el contrario si el proyecto es improductivo ya que genera únicamente pérdidas. Para poder comprender cómo opera el VAN se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones: Si el resultado obtenido es mayor a cero se está hablando de un proyecto

rentable ya que está generando ingresos que permiten solventar los gastos de la empresa, por ende el proyecto se puede aprobar; si el resultado obtenido es menor a cero, estaríamos hablando de un proyecto que presenta solo pérdidas pues los ingresos no son suficientes para solventar los gastos propios de la empresa, entonces lo correcto sería negar su implementación; y por último, si el resultado es igual a cero, quiere decir que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias, por lo tanto, su implementación también sería un riesgo para los inversores ya que el dinero en el caso de invertirlo no generará utilidades de ninguna clase (Mete, 2014).

Para el cálculo del VAN del presente proyecto se ha tomado como porcentaje referencial el 12% utilizado en el crédito financiero, el cual aplicado a los valores obtenidos del flujo de fondos da el siguiente resultado, demostrando así que el proyecto es viable y se lo puede aprobar e implementar ya que el valor es positivo, mayor a cero.

**Tabla 43**

*Indicador Financiero: VAN*

VALOR ACTUAL NETO	
Porcentaje	Resultado
5%	\$ 40.893,49
10%	\$ 33.728,89
<b>12%</b>	<b>\$ 31.344,63</b>
15%	\$ 28.196,22

*Nota.* Además de la tasa del 12% se han considerado los porcentajes del 5%, 10% y 15%, los mismos que de igual manera dan un resultado positivo. Guailles, T. y Lituma, E. (2021)

**Tasa Interna de Retorno (TIR).** El TIR es otro indicador financiero que permite verificar la rentabilidad de un proyecto de inversión y financiamiento. En palabras de Mete (2014):

Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. (p. 71)

Las consideraciones a tomar en cuenta son: si el resultado obtenido es menor a la tasa de expectativa del 12%, el proyecto no es rentable; por su parte, si es mayor a dicha tasa, se está hablando de un proyecto rentable, productivo y beneficioso para la hacienda, mientras que si el porcentaje es igual a la tasa de expectativa se estaría frente a un proyecto que no genera beneficios ni pérdidas.

Luego de aplicar la fórmula se ha obtenido un porcentaje del 35% lo que corrobora que la propuesta es totalmente viable debido a que sobrepasa la tasa del 12% que se tomó como referencia, lo que significa que todo el dinero que se invierta producirá ganancia, es decir, la hacienda dispondrá de ingresos para cubrir con todos los gastos que genera la actividad agrícola y la actividad agroturística.

#### Tabla 44

*Indicador Financiero: TIR*

TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = 35 %

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Punto de Equilibrio.** Dentro del análisis financiero determinar el punto de equilibrio ayuda a tener clara la cantidad mínima de paquetes agroturísticos que se deben vender para que el emprendimiento opere satisfactoriamente, ya que de venderse menos del número mínimo de paquetes la hacienda estaría generando pérdidas. Yermanos y Correa (2011) referente al punto de equilibrio mencionan:



Podemos describir el punto de equilibrio como aquel en el cual los ingresos son iguales a los egresos y por lo tanto no se genera ni utilidad ni pérdida en la operación. El punto de equilibrio nos permite determinar el número mínimo de unidades que deben ser vendidas o el valor mínimo de ventas para operar sin pérdidas. (p. 30)

**Tabla 45**

*Punto de Equilibrio*

<b>MENSUAL</b>		<b>FÓRMULA</b>
Precio	\$109	
Costo Variable Unitario	\$30	<i>Punto de Equilibrio:</i> $\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta al Público} - \text{Costo Variable Unitario}}$
Costos Fijos	\$2128,00	
<b>RESULTADO</b>	<b>27</b>	<i>Punto de Equilibrio:</i> $\frac{2128,00}{(108,75 - 30,00)}$
<b>ANUAL</b>		<i>Punto de Equilibrio: 27 unidades</i>
Precio	\$109	
Costo Variable Unitario	\$30	
Costos Fijos	\$25536,00	
<b>RESULTADO</b>	<b>324</b>	

*Nota.* Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

Mensualmente se deberían vender 27 paquetes turísticos para mantener el punto de equilibrio, anualmente serían 324 paquetes turísticos, si se venden más paquetes, estos pasan a ser ganancia para la hacienda.

Podemos concluir que, al haber realizado este análisis financiero y proyecciones, se han obtenido valores positivos respecto a todo el plan financiero, lo que da como resultado que este proyecto sea rentable para la Hacienda El Descanso.

Por otro lado, al momento de la realización de esta propuesta también se ha considerado la implementación de ciertas alternativas para generar ingresos que complementarán y ayudarán al continuo desarrollo del proyecto, debido a los acontecimientos recientes por la pandemia del coronavirus, se ha considerado que otras opciones para generar ingresos podrían ser de gran utilidad frente a problemas financieros por situaciones imprevisibles, es por ello que se propone implementar una tienda en la hacienda con artículos varios, tomando en cuenta que en el sector actualmente no existe un lugar de expendio cercano y será un beneficio para toda la comunidad de Cuzhig, así como para los turistas que podrán adquirir productos directamente de este lugar. El dinero para surtir la tienda serán los 400\$ restantes del total de los \$5500 dólares que aportarán los dueños por cuenta propia.

También se propone abrir la hacienda entre semana para que la gente pueda visitar, tener un espacio para disfrutar y recorrer las instalaciones sin contratar un paquete con todo incluido, por un costo mínimo de \$1 dólar por persona; esta alternativa a más de estar dirigida al público en general está dirigida para las instituciones educativas que deseen visitar el lugar, se les otorgará algunos beneficios para grupos grandes y se les brindará un recorrido corto con un guía.

Como tercera alternativa se propone promocionar la hacienda para la práctica de la pesca deportiva, cada libra de trucha costará \$2.50 dólares y podrán utilizar el espacio para asados si así lo desean.

Por último, se debe añadir también que existe una feria de venta de productos agrícolas para todos los habitantes de la parroquia los fines de semana en el centro de la parroquia, por ello al respecto se sugiere acudir cada semana a estas ferias para realizar la venta de productos de la hacienda como los agrícolas, lácteos, entre otros, lo que servirán de apoyo para los ingresos en la hacienda.

### CAPÍTULO III

#### ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

En el capítulo tres del presente proyecto se presenta el análisis de la demanda turística y el plan de marketing turístico relacionado a la implementación del agroturismo en la Hacienda El Descanso. Para el Análisis de la Demanda se realizará el estudio de mercado, el cual permitirá conocer la percepción y preferencias de los turistas sobre el producto agroturístico diseñado en el capítulo anterior; además, permitirá crear el perfil de turista potencial para la hacienda, lo cual beneficiará al punto correspondiente al plan de marketing turístico, ya que se podrán plantear estrategias que vayan acorde a las necesidades halladas en este estudio, es decir, los resultados que se obtengan ayudarán a consolidar los parámetros con los que trabajará la hacienda en temas de operación, marketing y publicidad.

En el Plan de Marketing por su parte, se partirá por realizar un análisis del entorno general de la hacienda, el mismo que, conjuntamente con el estudio de mercado, servirá para plantear las estrategias antes mencionadas. El entorno de la hacienda involucra el microentorno y el macroentorno. El microentorno hace referencia a proveedores, competidores, sustitutos y clientes, en otras palabras, son todos aquellos con quienes la hacienda se relacionará de manera directa durante la prestación de sus servicios; por su parte, el macroentorno hace referencia a los aspectos sociales, tecnológicos, políticos y económicos en los cuales estará inmersa la hacienda y que de una u otra manera influirán en la dinámica de compra-venta de los paquetes agroturísticos. Como segundo punto, se trabajará en consolidar la marca “Hacienda Agroturística El Descanso” a través de la creación del logotipo y eslogan distintivo, así como en el desarrollo e implementación de las cuatro Ps del Marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción a todo el proyecto.

## Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda permite conocer el comportamiento y las características de los clientes potenciales para el presente proyecto agroturístico y su importancia radica en que el cliente es quien da el valor al producto que la empresa ofrece. Kotler y Keller (2006) acotan:

Los gerentes de marketing tratan de influir sobre el nivel, el momento y la composición de la demanda de su empresa para cumplir con los objetivos de ésta (...) Por otra parte, los mercadólogos utilizan el término mercado para referirse a las distintas agrupaciones de consumidores. Así, entienden que los vendedores constituyen la industria y los compradores constituyen el mercado. (p.10)

Por consiguiente, el estudio o análisis de mercado permite tener una visión actual de los consumidores o clientes con los cuales se va a trabajar a fin de que se pueda prever su comportamiento y se pueda brindar servicios que concuerden con sus expectativas.

El tipo de estudio de mercado seleccionado para el proyecto, tomando en consideración que existen otros tipos de estudios de mercado orientados a diferentes fines, es *el estudio por lanzamiento de un nuevo producto turístico*, el cual tiene por objetivo principal determinar el nivel de aceptación que el nuevo producto tendrá en el mercado. Así también, debido a la naturaleza del proyecto que corresponde a un nicho del turismo más personalizado como es el agroturismo, la ubicación geográfica de la hacienda y las circunstancias actuales ocasionadas por la pandemia, se ha determinado realizar el estudio de mercado tomando como referencia y enfoque el desarrollo del turismo interno, es decir, se dará prioridad a la población nacional en lugar de la población extranjera, siendo así que la población de estudio procederá principalmente de la provincia del Azuay y se los denominará 'turistas potenciales' a lo largo de todo el estudio.

### ***Objetivos del Estudio de Mercado***

#### **Objetivo General.**

Determinar el nivel de aceptación y viabilidad comercial del Proyecto de Agroturismo para la Hacienda El Descanso.

#### **Objetivos Específicos.**

1. Identificar las necesidades y preferencias de los turistas potenciales para la actividad agroturística en la Hacienda El Descanso.
2. Establecer el perfil de turista potencial de la hacienda.
3. Establecer precios definitivos para los paquetes agroturísticos y los principales medios de difusión del producto agroturístico.

### ***Segmentación de Mercado***

La segmentación de mercado ayuda a saber a qué tipo de clientes está dirigido un producto o servicio. “A través de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 164).

**Mercado Total.** Para Kotler y Armstrong (2013) “El mercado total hace referencia al conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio” (p. 8). En consecuencia, el mercado total se caracteriza por ser demasiado extenso ya que abarca de manera general a todos los posibles compradores. En el caso del proyecto agroturístico se ha determinado que el mercado total está conformado por toda la población del Ecuador en un rango de edad de 18 a 69 años, a razón de que, con las estrategias de marketing actuales se puede dar visibilidad a la Hacienda El Descanso de manera masiva a nivel nacional.

Tabla 46

*Mercado Total*

MERCADO TOTAL		
Descripción	Valor	Porcentaje
Población del Ecuador en un rango de edad de 18 a 69 años	10.583.889	En relación al total de 17.510.643 habitantes
<b>Total</b>	<b>10.583.889 hab.</b>	<b>60%</b>

*Nota.* El mercado total corresponde a un 60% del total de habitantes del Ecuador, debido a que se han considerado las edades en la que una persona puede adquirir por su cuenta un bien o servicio; entonces el otro 40% corresponde a niños, jóvenes menores de 18 años y personas de más de 70 años. Fuente: Proyecciones Poblacionales, INEC, año de corte: 2020. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Mercado Objetivo.** El mercado objetivo es la primera segmentación que se realiza sobre el mercado total expuesto anteriormente, y hace referencia a un grupo más reducido de turistas potenciales que podrían entrar en contacto directo con el producto ofrecido debido al interés que genera dicho producto. Por ello, los turistas potenciales que se han seleccionado pertenecen a la población de la provincia del Azuay en un rango de edad comprendido entre los 18 y 69 años de edad. Se ha considerado a toda la provincia debido a que es el lugar geográfico en donde se encuentra ubicada la Hacienda El Descanso, debido a que desde el inicio se trabajará por lograr un posicionamiento en la población local y con el pasar de los meses se trabajará para llegar a más provincias del país.

Tabla 47

*Mercado Objetivo*

MERCADO OBJETIVO		
Descripción	Valor	Porcentaje
Población del Azuay comprendida en un rango de edad de 18 a 69 años	592.758	En relación al total de 860.465 habitantes del Azuay
<b>Total</b>	<b>592.758 hab.</b>	<b>69%</b>

*Nota.* El mercado objetivo corresponde al 69% del total de habitantes del Azuay, debido a que se han considerado las edades en la que una persona puede adquirir por su cuenta un bien o servicio; entonces el otro 31% corresponde a niños, jóvenes menores de 18 años y personas de más de 70 años. Fuente: Proyecciones Poblacionales, INEC, año de corte: 2020. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Mercado Meta.** “Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender” (Kotler, Armstrong, 2013, p. 175). Es decir, hace referencia al tipo de turistas potenciales a los cuales estará dirigida la venta de paquetes agroturísticos de manera directa, debido a las necesidades comunes que presentan entre ellos.

Para la segmentación del mercado meta se ha considerado la variable *distribución geográfica de la población: área urbana*, debido a que la operación de los paquetes agroturísticos se desarrollará en una zona cien por ciento rural, en consecuencia, los habitantes que más podrían mostrar interés son los habitantes de las zonas urbanas de la provincia del Azuay al verse limitados de las bondades de la naturaleza, el campo y las actividades al aire libre, por lo cual se trabajará y se dará prioridad a este segmento de mercado.

Tabla 48

*Mercado Meta*

<b>MERCADO META</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Población adulta del Azuay pertenecientes al área urbana	485.934	En relación a los 395.460 habitantes que pertenecen al área rural (45%)
<b>Total</b>	<b>485.934 hab.</b>	<b>55%</b>

*Nota.* El mercado meta corresponde al 55% del total de habitantes adultos que viven en el área urbana del Azuay, el otro 45% corresponde a personas que viven en área rural. No se han tomado en cuenta las edades debido a que las proyecciones están en base a la población adulta únicamente. Fuente: Proyecciones Poblacionales, INEC, año de corte: 2020. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

### **Metodología**

Para el estudio de la demanda se ha determinado la metodología con enfoque cuantitativo, en el cual la principal herramienta es la encuesta estructurada; posteriormente, se llevará a cabo el análisis descriptivo de los resultados obtenidos a través del programa estadístico de Excel, con lo cual se podrá determinar las preferencias y características del turista potencial en relación al agroturismo que ofertará la Hacienda El Descanso y al turismo interno que se desea potenciar.

La encuesta a emplearse consta de 29 preguntas que serán elaboradas en base al marco metodológico expuesto en el manual 'Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008', y estarán distribuidas en tres secciones. La primera sección trata sobre los datos demográficos del turista potencial, por ejemplo: edad, género, estado civil, nivel socioeconómico, ocupación, instrucción, número de integrantes de la familia, etc.



La segunda sección trata sobre las características de los viajes turísticos, por ejemplo: motivación principal, duración del viaje, preferencias y gustos a la hora de viajar, etc. Y la tercera sección trata sobre la caracterización de los visitantes potenciales en relación al agroturismo, por ejemplo: las actividades agroturísticas que más prefiere, los medios de difusión más utilizados, el gasto turístico, entre otras preguntas (Organización de las Naciones Unidas [ONU], Organización Mundial del Turismo [OMT], 2008). En el Anexo D se puede visualizar el diseño de la encuesta empleada.

**Población.** La población seleccionada está conformada por los habitantes de la ciudad de Cuenca, ciudad considerada como polo de desarrollo turístico de la provincia del Azuay y que cuenta con 15 parroquias urbanas. Según las proyecciones elaboradas por el INEC para el año 2020 la ciudad de Cuenca cuenta con 636.996 habitantes.

**Muestra.** La muestra corresponde a un porcentaje de la población o universo que posee todas las características que se necesitan, lo que brindará datos certeros y significativos al estudio. El tipo de muestreo que se empleará será el método no probabilístico por conveniencia, es decir, se seleccionarán a los participantes de forma arbitraria de acuerdo a su residencia: zona urbana y su accesibilidad (Otzen y Manterola, 2017).

**Fórmula.** Para definir el número de la muestra se ha utilizado la fórmula de Navarra. La fórmula es importante debido a que determina el grado de credibilidad de toda la investigación (Feedback Networks Technologies, 2013).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q} \quad n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 636\ 996}{(7^2 * (636\ 996 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 196$$

N: Corresponde al tamaño de la población o universo.

K: Hace referencia al nivel de confiabilidad que se le asignará a la investigación = 1,96

e: Corresponde al margen de error permitido = 7%

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio =0,5

q: Es la proporción de individuos que no tienen la característica de estudio =0,5

n: Es el tamaño de la muestra o número de encuestados.

Según el resultado obtenido la muestra a emplearse es de 196 personas.

Por lo tanto, tomando en consideración el mercado meta que se desea alcanzar, las encuestas fueron realizadas vía online a través de Google Formularios a personas de la zona urbana de la ciudad de Cuenca en las fechas establecidas a continuación:

**Tabla 49**

*Cronograma de Encuestas*

CRONOGRAMA		
Fecha	Número de encuestas	Porcentaje
10 de enero del 2022	50	25.5 %
11 de enero del 2022	48	24.4 %
12 de enero del 2022	30	15,5 %
13 de enero del 2022	35	17,8 %
14 de enero del 2022	33	16,8 %
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

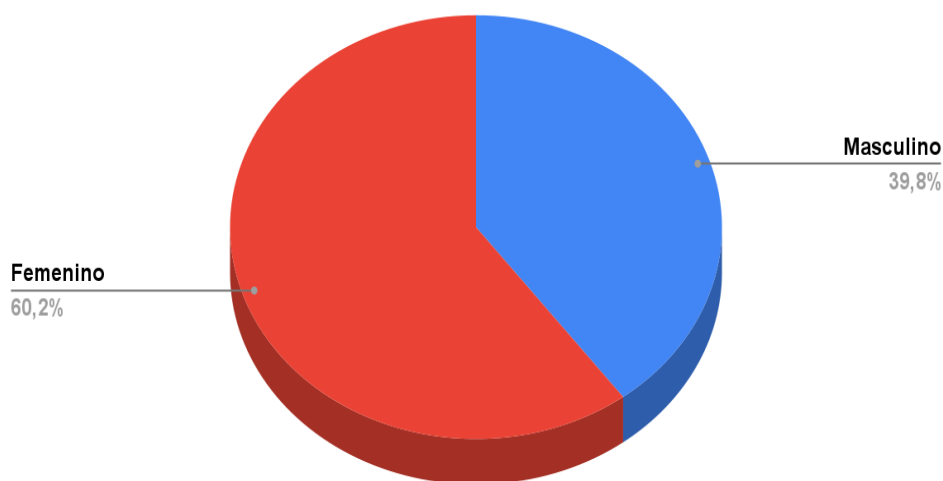
### ***Análisis e Interpretación de los Resultados***

**Datos Demográficos.** Es importante recopilar los datos demográficos de las personas encuestadas como son: su género, su edad, su estado civil, su nivel de instrucción, su ocupación, sus ingresos mensuales y el número de integrantes de su familia, a fin de conocer a profundidad las características de nuestros clientes potenciales y acorde a ello elaborar futuras propuestas.

**Pregunta 1: Género.** De las 196 personas encuestadas el 60,2% pertenece al género femenino y el 39,8% pertenece al género masculino.

**Figura 55**

*Género*

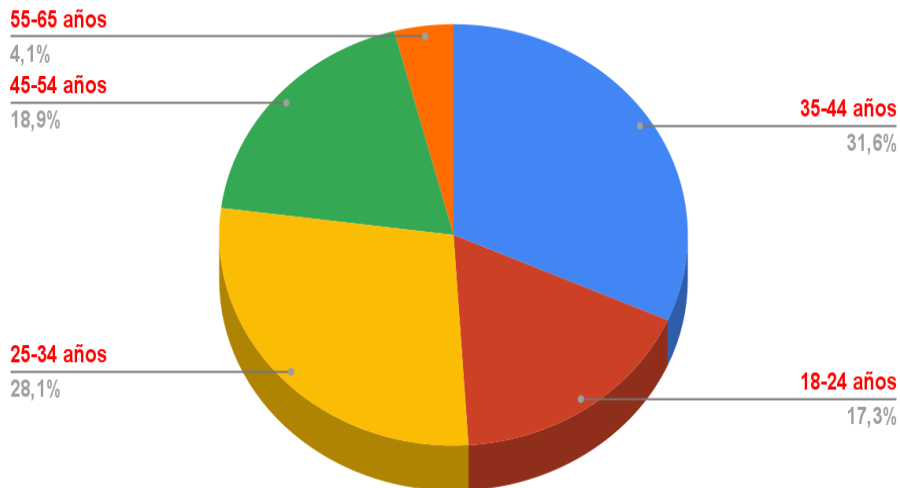


*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 2: Edad.** En relación a la edad el mayor porcentaje de las personas encuestadas tiene una edad comprendida entre los 35-44 años con un 31,6%; seguido del 28,1% que comprende una edad entre 25-34 años; un 18,9% que corresponde a la edad de 45-54 años; mientras que el 17,3% comprende a la edad de 18-24 años; y finalmente, un 4,1% corresponde al rango de edad de 55-65 años.

**Figura 56**

*Edad*

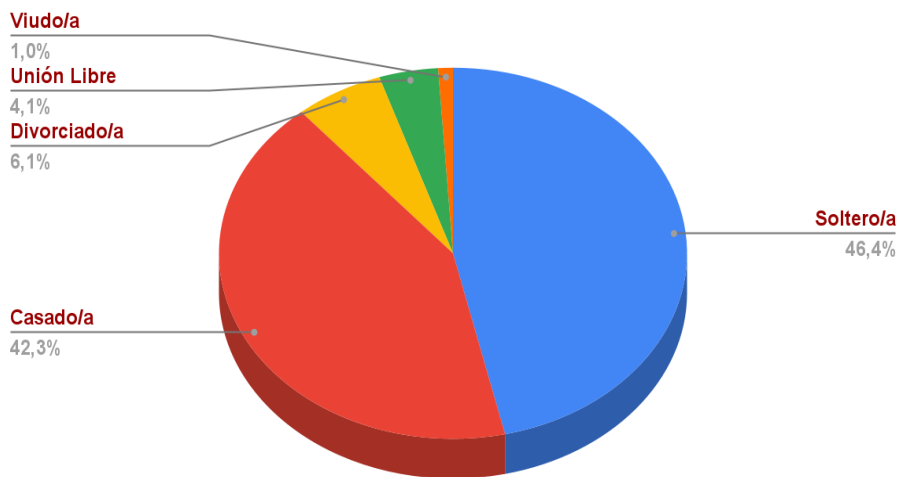


*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 3: Estado Civil.** El mayor porcentaje es soltero con un 46,4 % seguido del 42,3% que pertenece a las personas casadas, mientras que alrededor de un 12,2% corresponde a las personas divorciadas, en unión libre y viudas.

**Figura 57**

*Estado Civil*

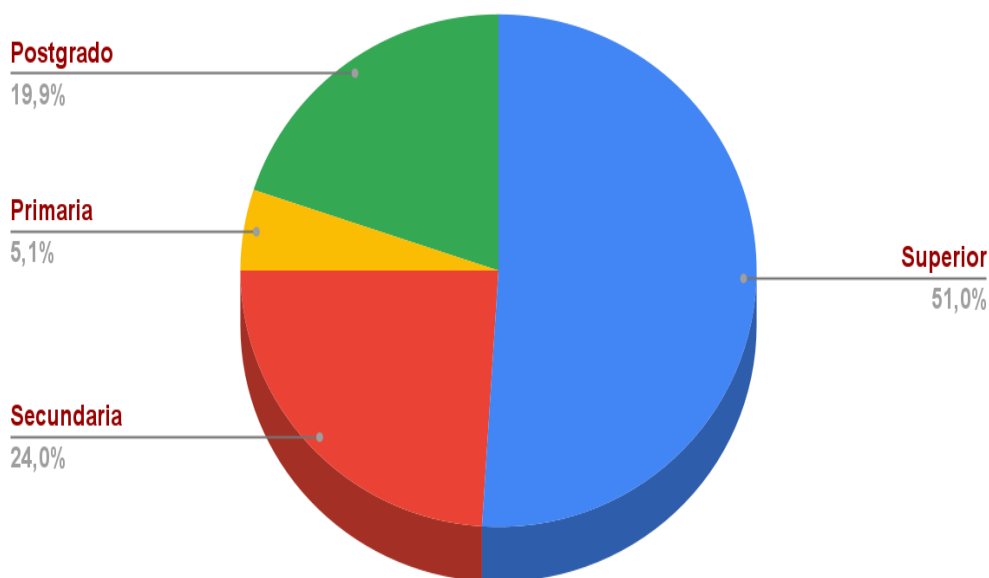


*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 4: Nivel de Instrucción.** En relación a la cuarta pregunta sobre el nivel de instrucción, el 51% del total de las personas encuestadas respondió que posee un nivel de estudio superior o universitario; en segundo lugar, con un 24% encontramos a los encuestados con nivel de instrucción secundaria; en tercer lugar, con un 19,9% corresponde a las personas que cuentan con postgrado; y el menor porcentaje con un 5,1% les pertenece a las personas con un nivel de instrucción primaria.

**Figura 58**

*Nivel de Instrucción*

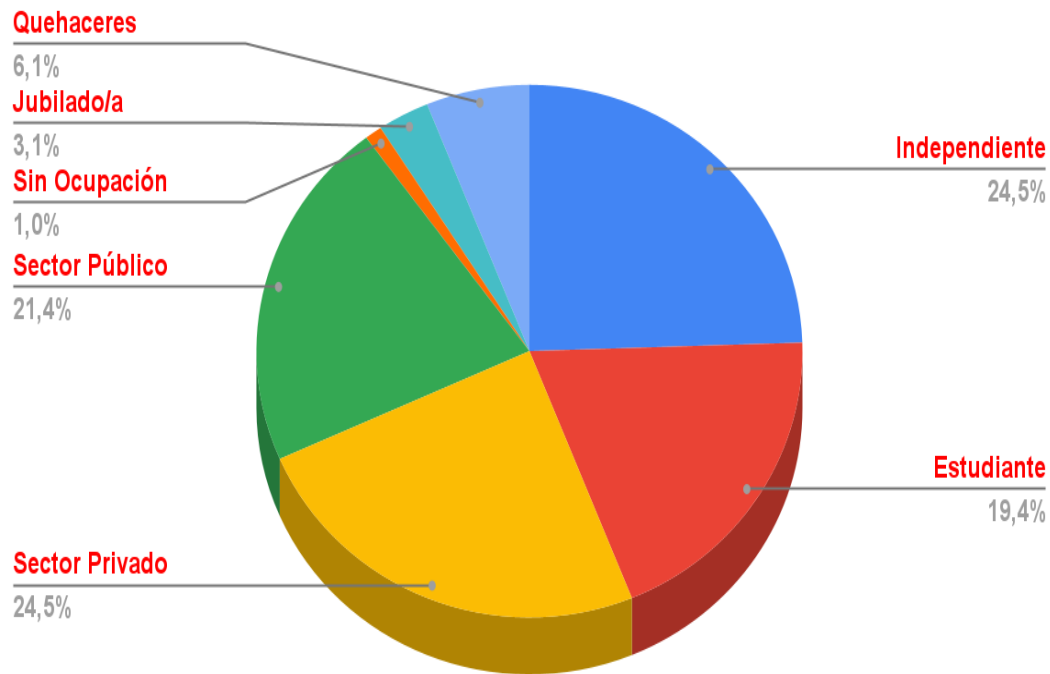


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 5: Ocupación.** Con respecto a la ocupación, existe una igualdad de porcentaje del 24,5% tanto para las personas que trabajan en el sector privado como para las que trabajan de manera independiente; en segundo lugar, con un 21,4% se encuentran las personas que trabajan en el sector público; en tercer lugar, con un 19,4% están los estudiantes; y finalmente, un 10,2% corresponde a las opciones: quehaceres domésticos, jubilados y sin ocupación.

**Figura 59**

Ocupación

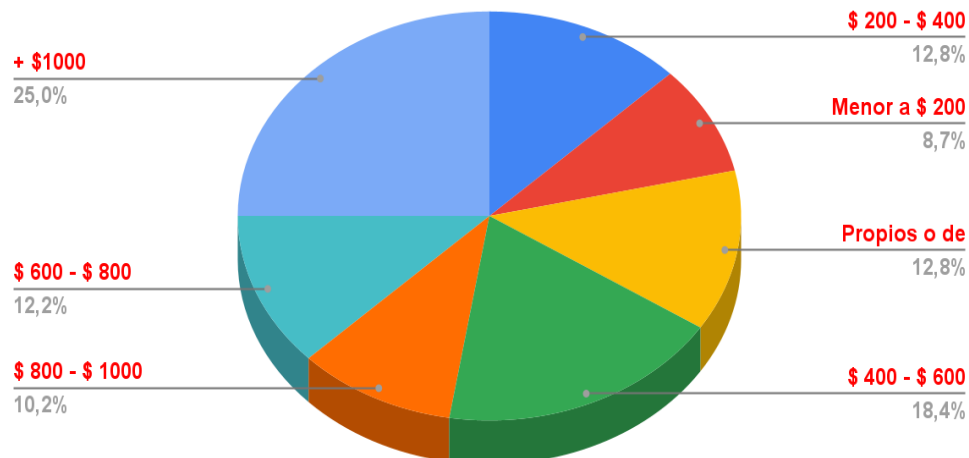


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 6: Ingresos Mensuales.** Con respecto a los ingresos mensuales como se puede evidenciar en la Figura 53, del 100% de los encuestados el 25% recibe un ingreso mensual de más de \$1000 dólares; seguido del 18,4% el cual corresponde a las personas que ganan de \$400-\$600 dólares mensuales; en tercer lugar con porcentajes idénticos del 12,8% tenemos a las personas que ganan de \$200-\$400 y las personas que reciben ingresos por parte de terceras personas ya sean padres de familia, parejas, otros familiares o personas, etc.; en cuarto lugar con el 12,2% corresponde a las personas que ganan de \$600-\$800 dólares mensuales; en quinto lugar con el 10,2% corresponde a las personas que ganan de \$800-\$1000 dólares; y para concluir el 8,7% que corresponde a las personas con ingresos menores a \$200 dólares mensuales.

**Figura 60**

*Ingresos Mensuales*

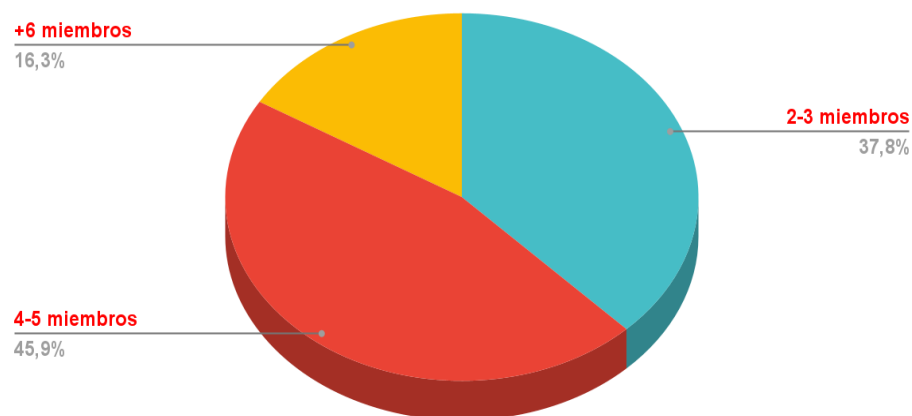


Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 7: Número de Integrantes de la familia.** El 45,9% de los encuestados posee de 4-5 miembros en su familia, seguido del 37,8% que poseen de 2-3 miembros en su familia, y el 16,3% corresponde a las personas con más de 6 miembros en su familia.

**Figura 61**

*Número de Integrantes de la Familia*



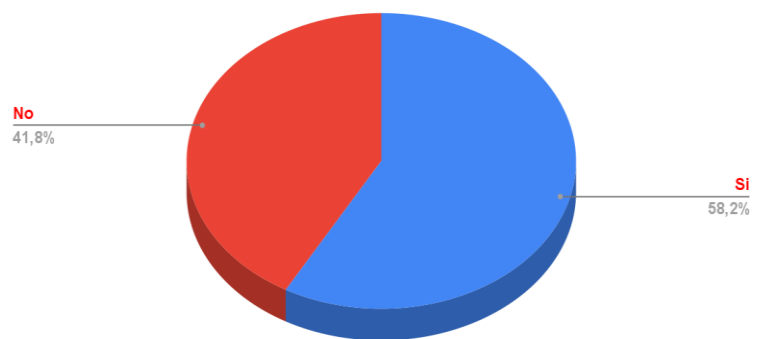
Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Características de los Viajes Turísticos.** Esta sección hace referencia a la manera en que las personas encuestadas normalmente realizan turismo dentro del país:

**Pregunta 8: ¿Realiza turismo interno con regularidad?** El 58,2% de las personas respondieron que sí viajan regularmente y el 41,8% no realiza turismo interno con frecuencia.

**Figura 62**

*Turismo Interno*

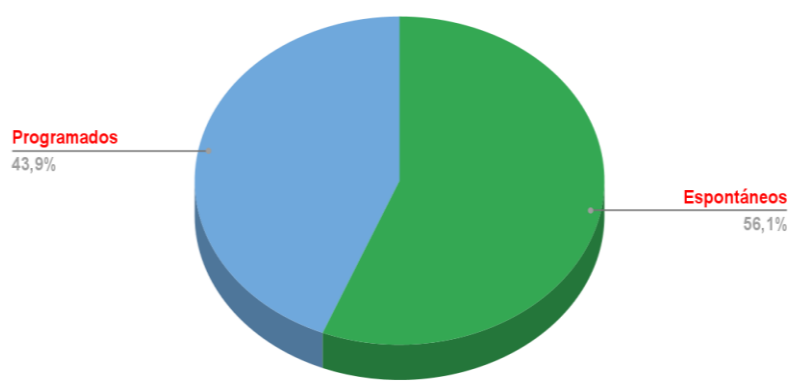


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 9: Generalmente sus viajes son programados o espontáneos.** De las 196 personas encuestadas el 65,1% generalmente realiza sus viajes de manera espontánea y el 43,9% realiza sus viajes de manera programada o anticipada.

**Figura 63**

*Viajes Programado o Espontáneo*



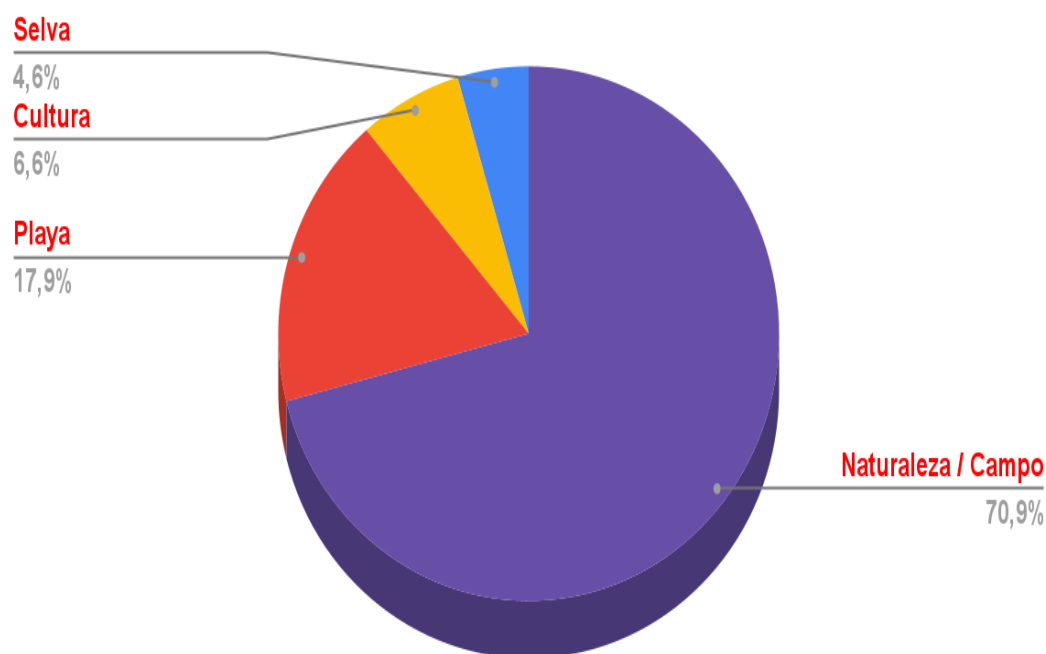
Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)



**Pregunta 10: Debido a la pandemia ¿prefiere visitar lugares donde su principal atractivo sea: la cultura, la naturaleza o el campo, la playa o la selva?** En esta pregunta la intención es conocer que lugares los turistas eligen para visitar ahora que el turismo se ha visto restringido. Se ha obtenido que el 70,9% prefieren visitar lugares rodeados de naturaleza o campo; el 17,9% prefiere la playa; el 6,6% prefieren lugares donde se puede apreciar la cultura específicamente en las ciudades, y con un menor porcentaje del 4,6% se encuentra la selva.

**Figura 64**

*Principal Atractivo: Cultura o Ciudades, Naturaleza y Campo, Playa o Selva*

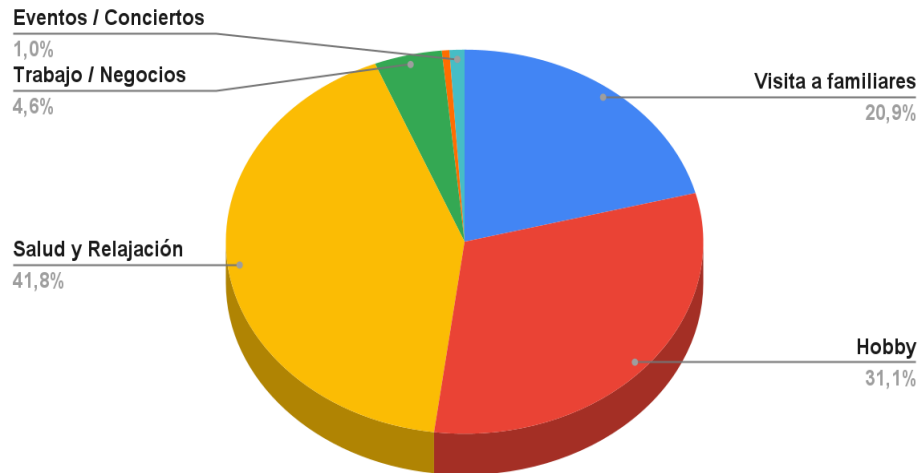


*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 11: Motivos para realizar viajes.** Del 100% de encuestados el 41,8% viaja por salud y relajación; seguido de un 31,1% de personas que viajan por hobby; un 20,9% viaja para visitar a sus familiares y un 5,6% corresponde a las personas que viajan ya sea por trabajo y negocios o eventos y conciertos. Concluyendo así que la mayoría de personas viajan motivados por encontrar lugares para descansar y desconectar de la rutina diaria.

**Figura 65**

*Principales Motivos para Viajar*

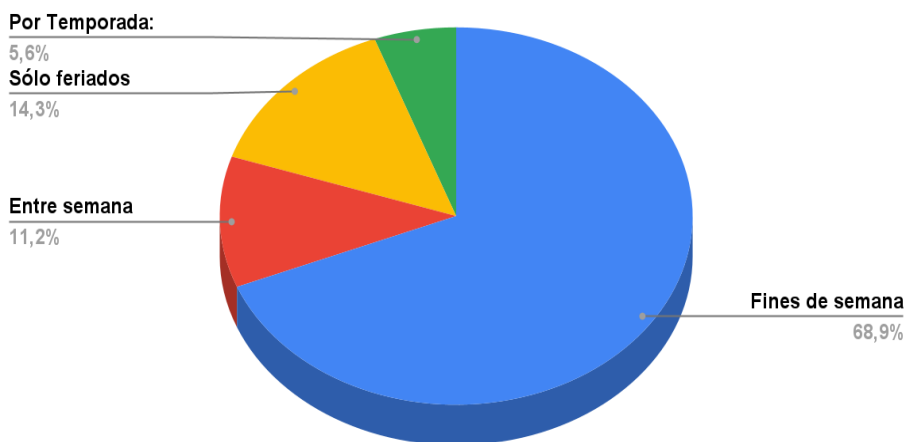


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 12: Días que prefiere viajar.** De los 196 encuestados el 68,9% prefiere viajar los fines de semana, seguido de un 14,3% que viaja solo los días que son feriados y un 11,2% viaja entre semana. Apenas un 5,6% viaja por temporada ya sea invierno o verano.

**Figura 66**

*Días que Prefieren Viajar*

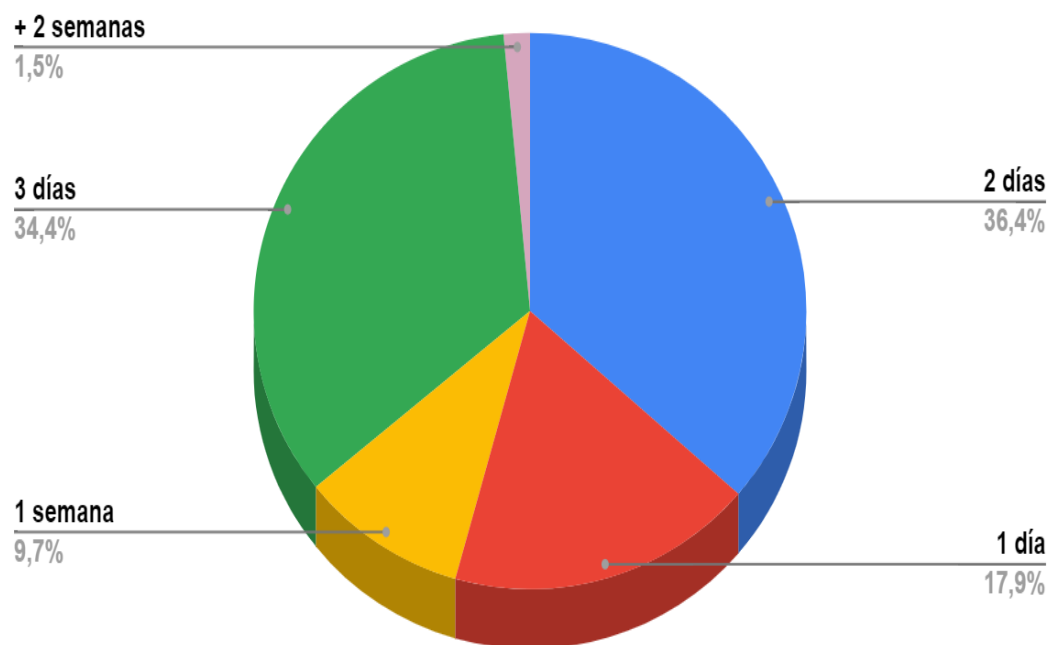


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 13: Número de días de viaje.** Con respecto al número de días de viaje, el 36,4% de los encuestados respondieron que prefieren visitar los diferentes destinos durante 2 días y el 34,4% respondió que prefiere viajar durante 3 días. Un 17,9% de los encuestados prefiere viajar sólo 1 día, y aproximadamente un 11,2% prefiere viajar alrededor de 1 semana o 2 semanas y más.

**Figura 67**

*Número de Días de Viaje*

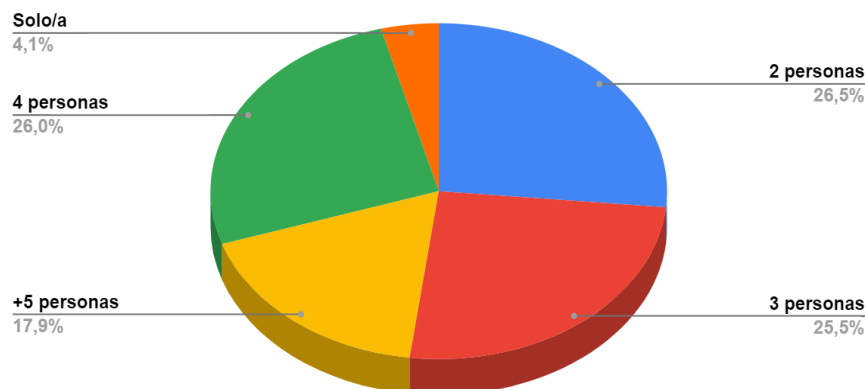


*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 14: Número de personas con las que viaja.** Con respecto a la pregunta sobre el número de personas con las que viaja, el 26,5% de los encuestados respondió que viaja con 2 personas, seguido de cerca con el 26% que respondió que viaja con 4 personas y con un porcentaje cercano del 25,5% respondió que viaja con 3 personas, dándonos a entender que la mayoría de los encuestados viaja con su familia o amigos en un grupo considerable.

**Figura 68**

*Número de Personas con las que Viajan*

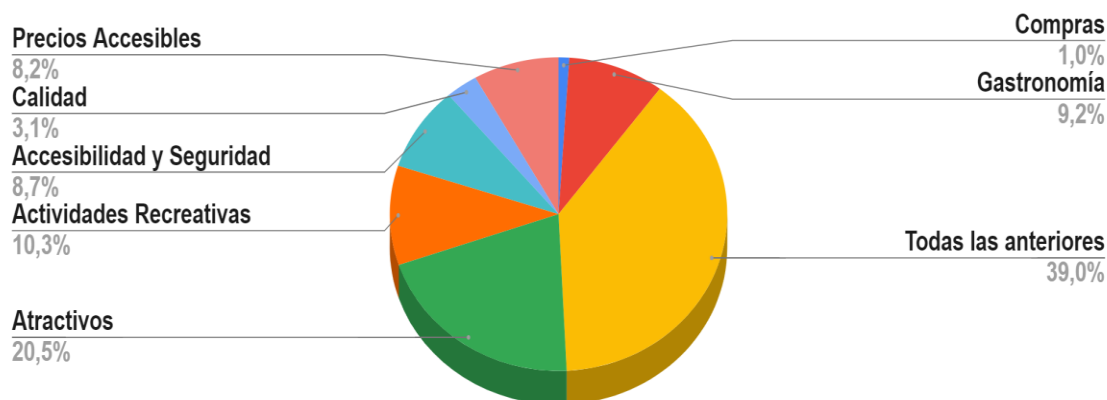


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 15: ¿Qué valora más de un lugar turístico?** El 39% respondió que valora *todas las anteriores* refiriéndose a todos los factores que mencionamos en la pregunta como: los precios accesibles, la calidad, la accesibilidad y servicios, las actividades recreativas, los atractivos, compras y la gastronomía. El turista al momento de elegir a dónde viajar piensa en todas las características del destino. Así también de manera independiente las opciones más votadas fueron: atractivos (20,5%) actividades recreativas (10,3%) y gastronomía (9,2%).

**Figura 69**

*Aspectos que los Turistas Consideran Importantes de los Lugares Turísticos*

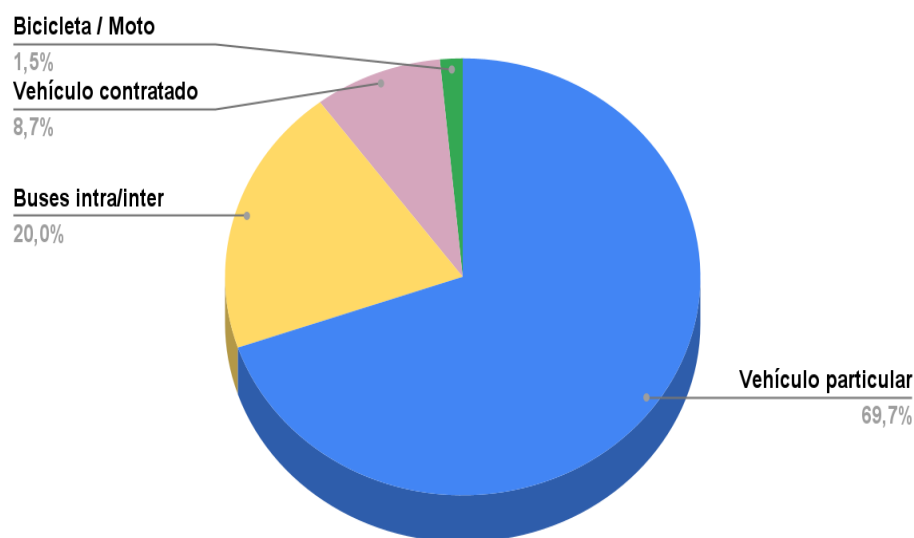


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 16: Medio de transporte que usa para viajar.** Respecto al medio de transporte, el 69,7% de las personas encuestadas prefiere ir en vehículo particular al momento de visitar un destino; seguido en menor porcentaje, con el 20% los que usan buses interprovinciales e intracantoniales; y aproximadamente el 10,2% usa vehículo contratado, moto o bicicleta.

**Figura 70**

*Medio de Transporte*



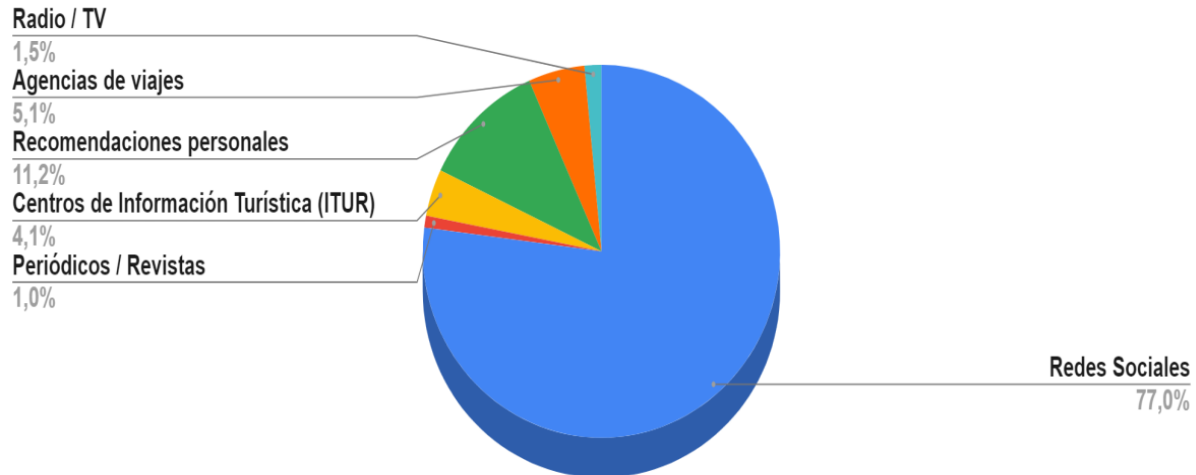
*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 17: ¿En dónde encuentra más información acerca de lugares turísticos?**

Con respecto a la pregunta para los encuestados sobre en dónde encuentra más información acerca de lugares turísticos, el 77% respondió que utiliza las redes sociales para obtener información sobre los diferentes destinos turísticos que posee nuestro país. Un 11,2% obtienen información gracias a recomendaciones personales ya sea de familiares, colegas y amigos. Un 5,1% obtiene información a través de las agencias viajes u operadores turísticos; y finalmente menos del 6,6% lo hace a través de la radio, televisión, centros de información turística (Itur), periódicos y revistas.

**Figura 71**

*Medio por el cual Obtiene Información sobre los Lugares Turísticos*

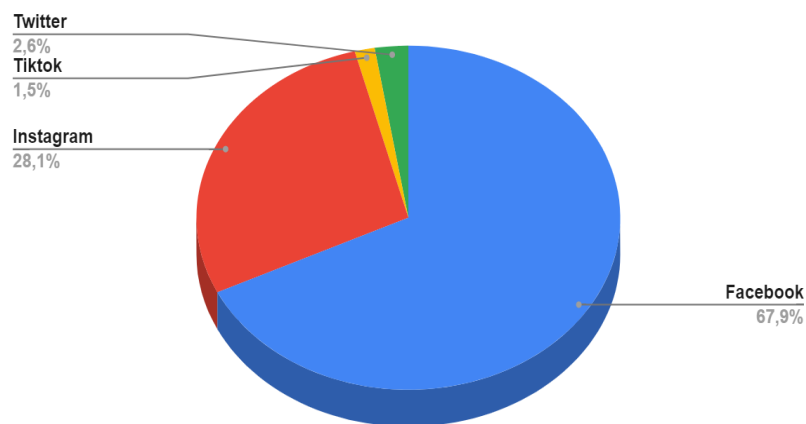


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 18: Red Social más utilizada.** Con respecto a la pregunta que se realizó a los encuestados sobre qué red social utiliza la mayor parte del tiempo el 67,9% respondió que utiliza la aplicación Facebook. Un 28,1% utilizan la aplicación de Instagram; con un porcentaje casi nulo del 2,6% usa la aplicación de Twitter y un 1,5% la aplicación de TikTok.

**Figura 72**

*Redes Sociales*



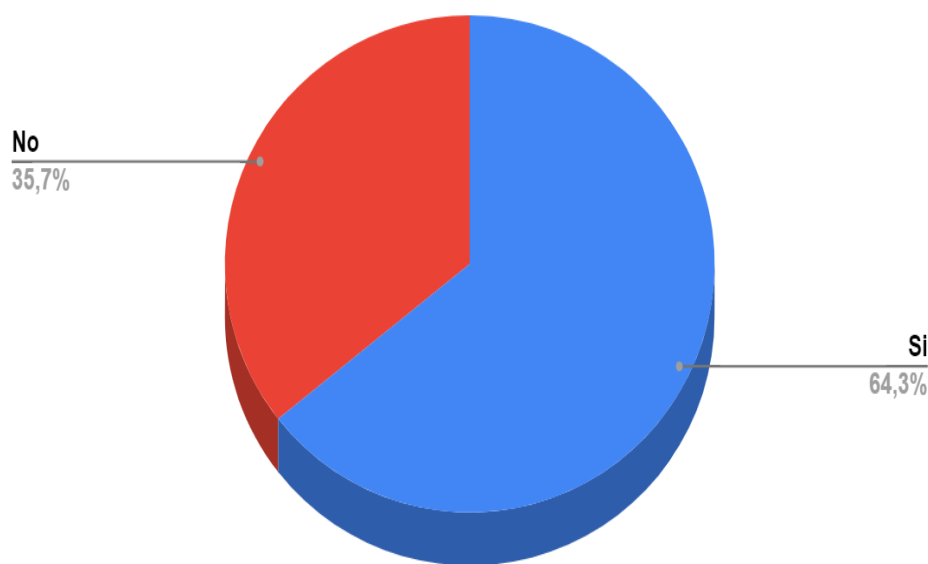
Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Preguntas sobre agroturismo.** En esta última sección se dio enfoque a lo que opina la persona encuestada sobre el agroturismo, sus preferencias y necesidades a la hora de escoger una hacienda turística, obteniendo los siguientes resultados:

**Pregunta 19: ¿Conoce qué es el Agroturismo?** Con respecto a la pregunta realizada a los encuestados sobre si conoce que es el agroturismo, el 64,3% de las personas encuestadas respondió que Sí posee conocimiento sobre qué es el agroturismo y el 35,7 % de los encuestados respondieron que No conocen sobre qué es el agroturismo.

**Figura 73**

*Conocimiento sobre Agroturismo*

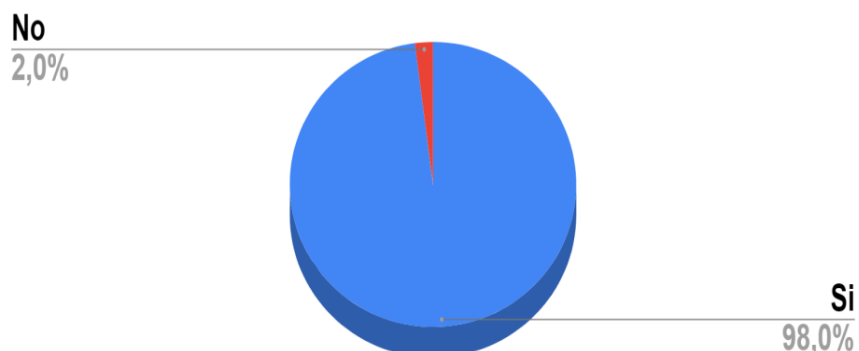


Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 20: ¿Apoya la idea de que las familias campesinas realicen agroturismo (turismo y agricultura) como emprendimiento?** Con respecto a la pregunta a los encuestados sobre si apoyan la idea de que las familias campesinas realicen agroturismo como emprendimiento, el 98% de los encuestados respondieron que Sí apoyan a esta iniciativa y un 2% respondieron que No les parece la idea de este emprendimiento.

**Figura 74**

*Apoyo al Emprendimiento Agroturístico*

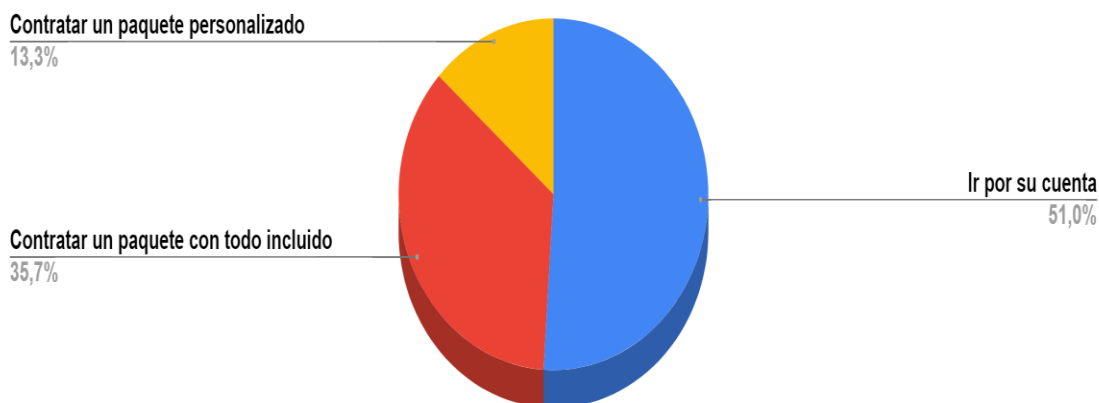


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 21: En el supuesto caso de que vaya a realizar una visita a una hacienda agroturística ¿Qué opción sería de su preferencia?** Con respecto a la pregunta que se realizó a los encuestados sobre si en algún momento realizarán una visita a una hacienda agroturística de qué forma les gustaría visitarla, el 51% respondió que desearía visitar la hacienda agroturística por cuenta propia, un 35,7% respondió que optaría por contratar un paquete turístico personalizado y un 13,3% contrataría un paquete todo incluido.

**Figura 75**

*Preferencias: Ir por su Cuenta, con Paquete Personalizado o Paquete Todo Incluido*



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)



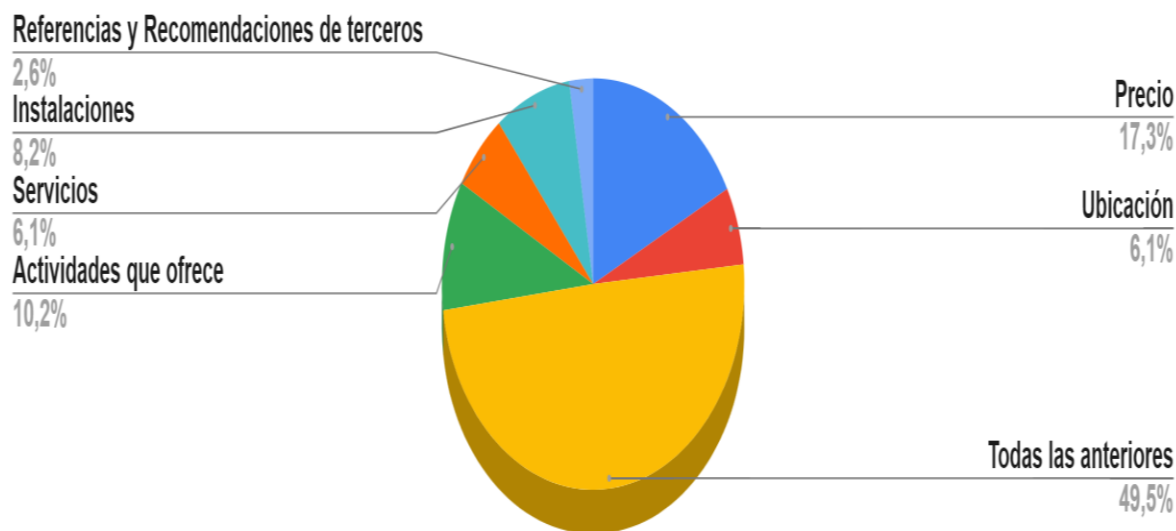
**Pregunta 22: ¿Qué aspecto consideraría a la hora de elegir una hacienda turística?**

Con respecto a los aspectos que consideraría a la hora de elegir una hacienda turística el 49,5% respondió refiriéndose a la opción de *todas las anteriores* en la que consta elementos como: precio, ubicación, referencias y recomendaciones de terceros, instalaciones, servicios y las actividades que ofrece.

De manera particular las tres opciones más votadas fueron: Precio (17,3%), actividades (10,2%) e instalaciones (8,2%).

**Figura 76**

*Aspectos que Consideran a la Hora de Elegir una Hacienda Turística*

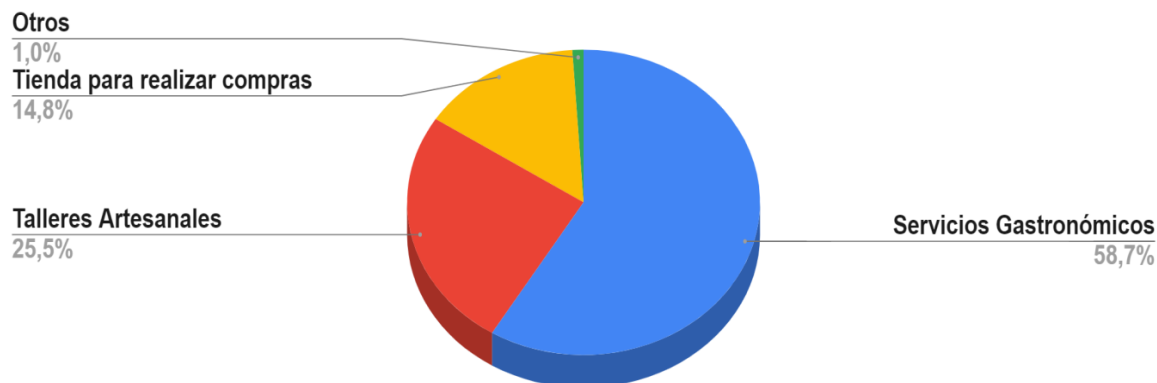


Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 23: ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar en la hacienda?** Con respecto a qué servicios adicionales les gustaría encontrar en la hacienda, el 58.7% respondieron que les gustaría los servicios gastronómicos como servicio adicional, con un 25,5% respondieron que les gustaría encontrar un taller artesanal en la hacienda agroturística, y con un 14,6% prefieren una tienda para realizar compras.

**Figura 77**

*Servicios Adicionales*

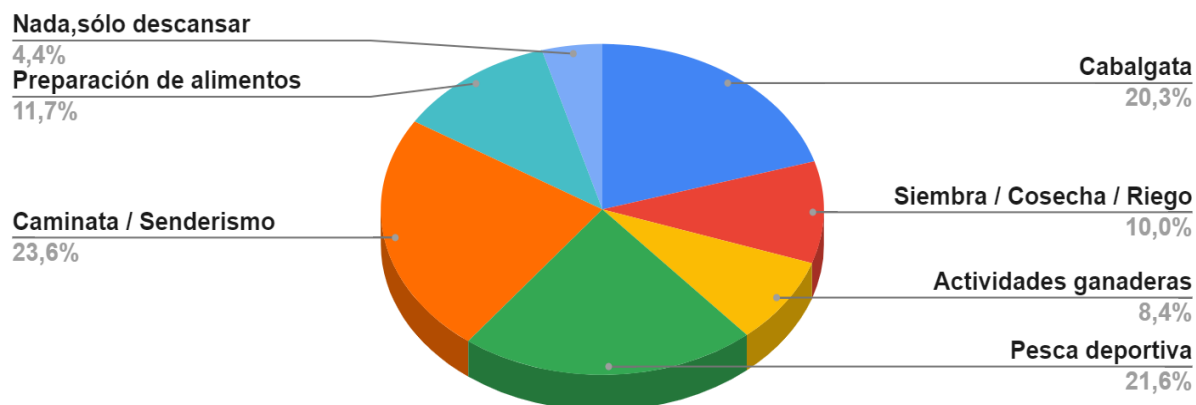


*Nota.* En 'otros' se sugirió: salón de eventos, hidromasaje y gimnasio. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 24: ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en la hacienda?** Con respecto a qué tipo de actividades le gustaría realizar en la hacienda, el 23,6% mencionó que prefiere la caminata o senderismo, el 21,6% prefiere la pesca deportiva y el 20,3% prefiere la cabalgata, siendo estas 3 opciones las más votadas. Como cuarta opción está la preparación de alimentos, posteriormente la siembra, cosecha y riego, y las actividades ganaderas. Un mínimo porcentaje (4,4%) mencionó que simplemente les gustaría ir a descansar.

**Figura 78**

*Actividades*

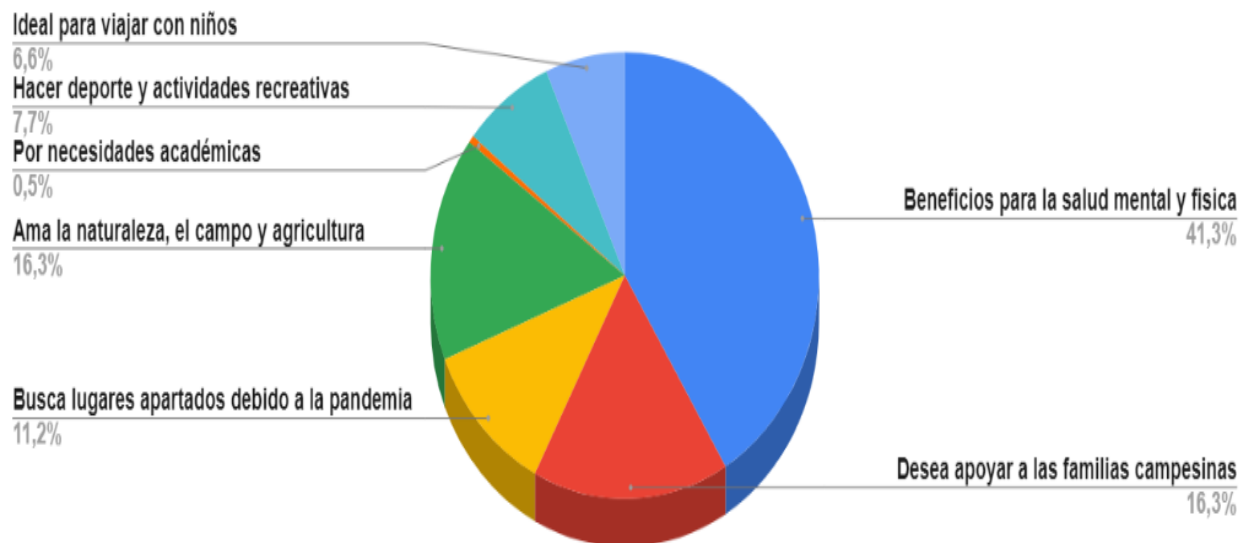


*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 25: ¿En qué necesidad en particular considera que le ayudaría a usted visitar una hacienda agroturística?** Con esta pregunta lo que se busca es saber cuál es la principal necesidad que se esconde detrás de su motivación para visitar una hacienda agroturística ya que todas las personas al momento de adquirir un bien o servicio no lo hace por el servicio en sí sino por los beneficios que éste representa de acuerdo a sus necesidades más personales, por lo que respondieron lo siguiente: el 41,3% respondió que la visita le generaría beneficios en la salud física y mental; con un 16,3% se evidencia dos opciones con el mismo porcentaje: el ayudar a las familias campesinas en su emprendimiento y porque aman la naturaleza, el campo y las actividades agrícolas. Un 11,2% ya que buscan lugares apartados de las ciudades debido a la pandemia. En menor porcentaje (7%) debido a que buscan lugares para viajar con niños y por las facilidades para hacer deporte.

**Figura 79**

*La Necesidad detrás de la Motivación para Visitar una Hacienda Agroturística*

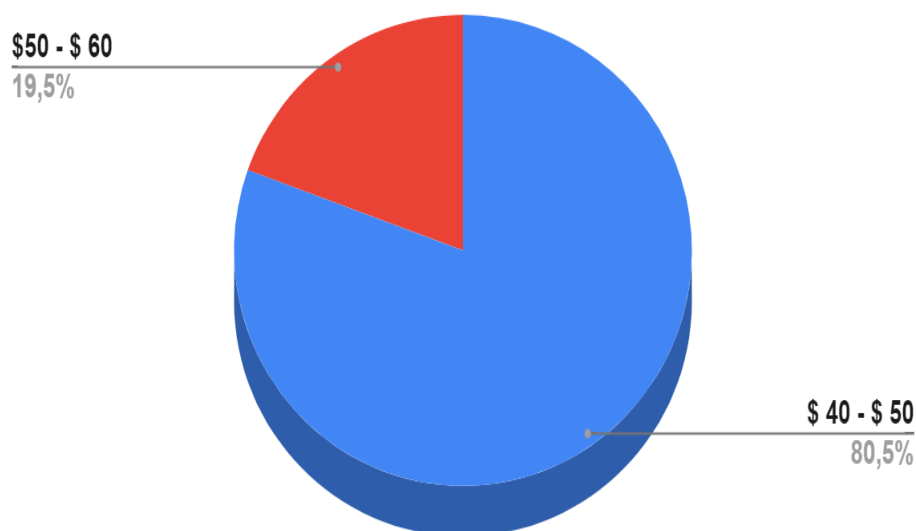


Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 26: ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico de 1 solo día con todo incluido a la hacienda agroturística?** Con respecto a la pregunta de cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de 1 día, del 100% de encuestados el 80,5% respondió que pagaría entre \$40-\$50 dólares, mientras que el 19,5% respondió que pagaría entre \$50-\$60 dólares. En un apartado los encuestados (alrededor de un 20%) sugirieron otros precios para este paquete agroturístico donde colocaron valores entre \$20 y \$30 dólares.

**Figura 80**

*Precio Sugerido Paquete Full Day*

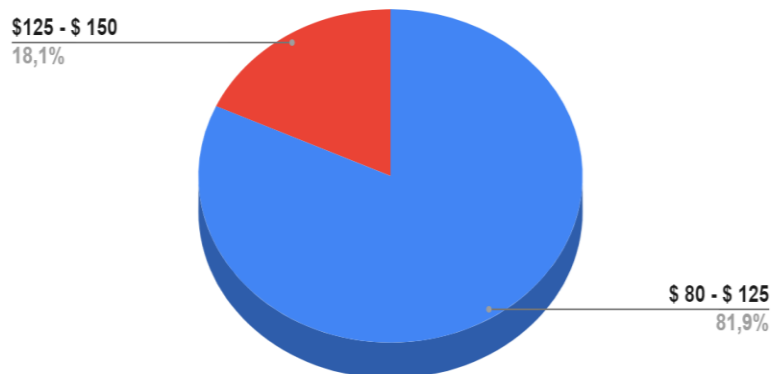


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 27: ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico de 2 días con todo incluido a una hacienda agroturística?** Con respecto a cuánto pagarían los encuestados por un paquete turístico de 2 días con todo incluido a una hacienda agroturística, el 81,9% respondió que pagaría entre \$80-\$125 dólares y el 18,1% respondió que pagaría entre \$125-\$150 por un paquete turístico con estas características. En un apartado los encuestados añadieron otros valores para este paquete que preferirían, entre ellos colocaron entre \$60 y \$80 dólares.

**Figura 81**

*Precio Sugerido Paquete de 2 Días*

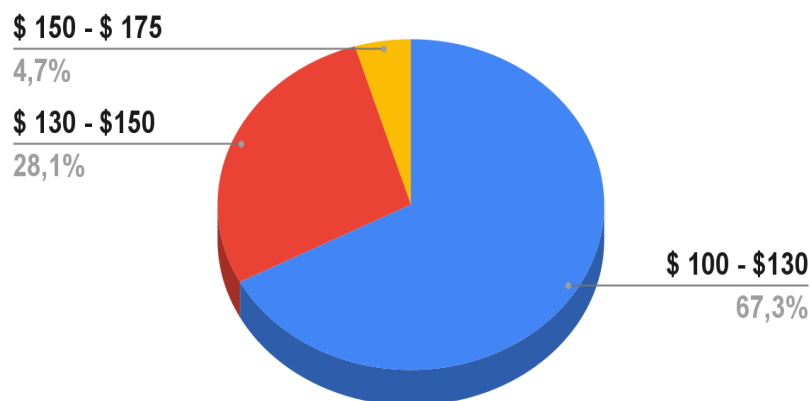


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 28: ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico de 3 días con todo incluido a una hacienda agroturística?** Con respecto a cuánto pagarían por un paquete turístico de 3 días con todo incluido a una hacienda agroturística, el 67,3% respondió que pagaría entre \$100-\$130 dólares y el 28,1% respondió que pagaría entre \$130-\$150 dólares. Adicionalmente en un apartado los encuestados sugirieron el precio de \$80 y \$100 dólares.

**Figura 82**

*Precio Sugerido, Paquete de 3 Días*

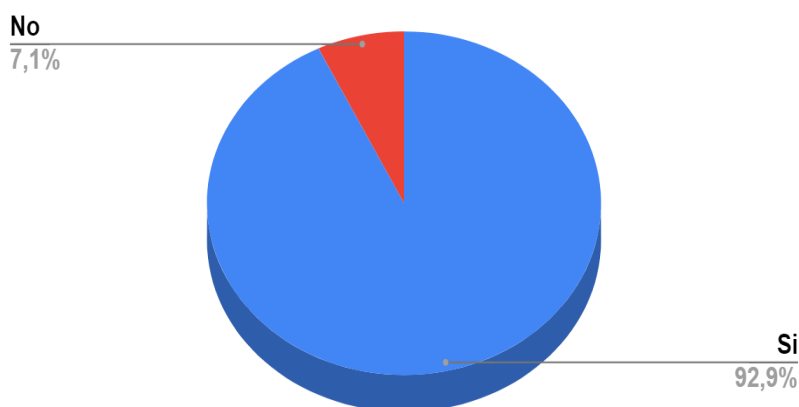


Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Pregunta 29: Finalmente, ¿Le interesaría participar en rutas agroturísticas por haciendas agrícolas en apoyo al desarrollo local?** Con respecto a la pregunta final sobre si a los encuestados les interesaría participar en rutas agroturísticas en haciendas agrícolas apoyando al desarrollo local el 92,9 % de los encuestados respondió que sí y el 7,1% que no le interesaría.

**Figura 83**

*Interés por Rutas Agroturísticas*



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Resumen de los Resultados.** Basado en el estudio de mercado realizado se presenta en la Tabla 50 el perfil de turista potencial tentativo para la hacienda y posteriormente, algunas conclusiones claves para el proyecto.

**Tabla 50**

*Perfil del Turista Potencial Post Pandemia*

Perfil del Turista Potencial	
- Género	- Mujer
- Edad	- Entre 25 y 44 años
- Estado Civil	- Soltero
- Nivel de Instrucción	- Superior o Tercer Nivel

- Ocupación	- Independiente y Sector Privado
- Ingresos Mensuales	- Más de \$ 1000,00 dólares
- N° de Integrantes de la familia	- 4 a 5 miembros en su familia
- Realiza turismo interno con regularidad	- Si
- Sus viajes son:	- Espontáneos
- Debido a la pandemia prefiere visitar lugares	- Rodeados de naturaleza o campo
- Motivos para viajar	- Salud y Relajación
- Días que prefiere viajar	- Fines de Semana
- N° de días de viaje	- 2 días
- N° de personas con las que viaja	- 2 personas
- Qué valora más de un lugar turístico	- Precios accesibles, calidad, accesibilidad y servicios, actividades recreativas, atractivos, compras y gastronomía.
- Medio de transporte que usa para viajar	- Vehículo Particular
- Donde encuentra información turística	- Redes Sociales
- Red social más utilizada	- Facebook
- Conoce qué es el agroturismo	- Si
- Apoya la idea de que las familias campesinas realicen agroturismo como emprendimiento	- Si
- De qué forma visitaría una hacienda agroturística	- Por cuenta propia
- Aspectos que considera a la hora de elegir una hacienda agroturística	- Precio, ubicación, referencias y recomendaciones de terceros, instalaciones, servicios y las actividades que ofrece.
- Servicios adicionales que le gustaría encontrar en una hacienda agroturística	- Servicios gastronómicos
- Actividades que le gustaría realizar en la hacienda	- Caminata o senderismo, pesca deportiva y cabalgata

- Cómo le ayudaría la visita a una hacienda agroturística	- Le generaría beneficios en la salud física y mental - Ayudarían de esa manera a las familias emprendedoras - Satisface su necesidad de conexión con la naturaleza y el campo
- Cuánto pagaría por un paquete turístico de 1 día todo incluido	- Entre \$40 y \$50 dólares
- Cuánto pagaría por un paquete turístico de 2 días todo incluido	- Entre \$80 y \$125 dólares
- Cuánto pagaría por un paquete turístico de 3 días todo incluido	- Entre \$100 y \$130 dólares
- Le interesaría participar en rutas agroturísticas por haciendas agrícolas en apoyo al desarrollo local	- Si

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

Después de haber aplicado la encuesta, se puede observar la aceptación de la gente con respecto al agroturismo y en general a todos los temas relacionados con la naturaleza y el campo, debido a que las personas buscan lugares apartados ya que viven en el área urbana.

Como un perfil de turista tentativo se puede definir que son personas adultas jóvenes y adultas medias que viajan acompañados de su familia o amigos; tienen una educación de nivel medio-superior lo que da como consecuencia que posean un empleo con un sueldo elevado; viajan frecuentemente y de preferencia los fines de semana, pero no planifican sus visitas. Al momento de visitar un lugar piensan en múltiples aspectos resumiéndose en económico, social y ambiental. El lugar en donde obtienen más información sobre lugares turísticos son las redes sociales ya que en la actualidad las plataformas digitales han acaparado todo lo referente al comercio, la información, y el entretenimiento, siendo así Facebook la red social más empleada por los encuestados. Tienen interés por viajar a lugares alejados y no muy poblados, desean vincularse con la naturaleza y el campo para obtener beneficios como la relajación, disminuir el estrés,



mejorar sus emociones y su salud, ya que por el hecho de que estamos atravesando una pandemia, esto ha ocasionado que la salud de las personas se vea deteriorada, por lo cual cada vez son más las personas que priorizan su bienestar emocional y físico. Por otro lado, también son personas que están prestas a la ayuda, al crecimiento y el desarrollo local de las comunidades rurales, lo cual surge en las personas que tienen un alto nivel de empatía y altruismo, es decir, son personas que se sienten realizadas al ayudar a otros; su necesidad es una necesidad de servicio, de buscar la libertad y la desconexión de la rutina diaria.

Conclusiones finales del estudio de mercado:

1. Las personas sí realizan turismo interno con regularidad y la mayoría de veces estos viajes son espontáneos, lo que nos lleva a ver que la propuesta de agroturismo es una excelente alternativa para visitar; por otro lado, se debe trabajar en marketing para que las personas de una u otra manera lleguen a tener conocimiento de la existencia de la hacienda agroturística y realicen su visita ya sea por cuenta propia o a través de una reservación anticipada.
2. Alrededor de un 70% prefiere viajar a lugares rodeados de naturaleza y campo debido a la pandemia. Esta respuesta reafirma la factibilidad del emprendimiento agroturístico ya que debido a la pandemia muchas personas buscarán espacios alejados de los conglomerados urbanos como medida de seguridad.
3. Las principales motivaciones para viajar son porque lo consideran un hobby y por salud ya que buscan espacios para relajarse. Como se puede apreciar las personas aman viajar, que incluso en la actualidad se considera un hobby conocer nuevos lugares, así también esta respuesta evidencia que las personas buscan lugares que beneficien su salud y la hacienda al encontrarse en un medio rural rodeado de naturaleza puede atraer a este tipo de personas que buscan el contacto con la naturaleza, el campo, la tierra, la fauna y la flora.

4. Las personas viajan más los fines de semana generalmente dos o tres días y en grupos de dos a cuatro personas. En relación a esta información se puede acotar que los paquetes programados operarán principalmente los fines de semana y los días feriados. Así también el número de personas va acorde a la capacidad de la hacienda que se especializará en un tipo de turismo “reducido” o personalizado pero significativo, por el tipo de experiencias que ofrece.
5. Las personas esperan encontrar en un lugar turístico: precios accesibles, calidad, accesibilidad y servicios, actividades recreativas, atractivos, compras y gastronomía. Como se ha expuesto a lo largo del presente proyecto la hacienda contará con todos estos requerimientos que un turista espera disfrutar.
6. Un 70% viaja en vehículo particular. En relación a esta respuesta se ha determinado ofrecer paquetes que incluyan servicio de transporte y otros no, todo dependerá de las necesidades del cliente, por lo que en la sección de precios se tomará en cuenta este punto.
7. Usan principalmente las redes sociales para buscar información de los diferentes lugares turísticos. Hoy en día la mayoría de personas ya no usan los medios convencionales para obtener información debido a que todo lo que necesitan lo encuentran en las redes sociales, en consecuencia, en el plan de marketing se dará prioridad a las plataformas digitales y un menor porcentaje a la publicidad convencional como es la publicidad impresa, Itur, agencias de viajes, etc.
8. La red social que más utilizan es Facebook y un porcentaje considerable Instagram. De igual manera como se mencionó en el punto anterior se trabajarán con las redes sociales especialmente Facebook e Instagram para lograr un mayor alcance de la imagen de la hacienda respecto a la audiencia y publicidad.

9. Aproximadamente un 36% no conoce qué es el agroturismo, en consecuencia, se trabajará para dar a conocer qué es el agroturismo y todo lo que conlleva.
10. Un 98% de las personas aprueba la idea de que las familias que se dedican a la agricultura emprendan en agroturismo. Esta pregunta nos pareció importante para conocer qué opinan sobre este tema ya que existía la posibilidad de que nos les agrade la idea por algún motivo y el emprendimiento no cuente con apoyo suficiente, pero se puede ver que la mayoría apoya este tipo de emprendimientos incluso muchas personas desearan visitar por el afán de ayudar a la familia emprendedora.
11. En otra pregunta sobre si adquirirían paquetes programados, personalizados con todo incluido o si irían por su cuenta, es decir, sin contratar ningún paquete; un 50% prefiere ir por su cuenta mientras que el otro 50% adquiriría un paquete. Estas respuestas nos dan a conocer que existen acogida hacia los paquetes todo incluido por las facilidades que éstos ofrecen, sin embargo, hay personas que como se mencionó en una pregunta anterior viajan de manera espontánea sin tiempo para programarlo por lo que se tratará de dar facilidades para ambos segmentos.
12. Los aspectos que consideran a la hora de elegir una hacienda agroturística son: precio, ubicación, referencias y recomendaciones de terceros, instalaciones, servicios y las actividades que ofrece. En las plataformas digitales de la hacienda se darán a conocer todos estos detalles para mayor confianza de los turistas.
13. Los servicios adicionales que sugirieron son: servicios gastronómicos, talleres artesanales, tienda para compras, hidromasaje, salón de eventos y un gimnasio con recursos de la zona. Estos servicios se tomarán en cuenta para irlos implementando a lo largo del tiempo ya que se tiene previsto comenzar con los servicios gastronómicos, talleres artesanales y tienda para compras.

14. Las personas seleccionaron que prefieren realizar actividades como cabalgata, pesca deportiva y senderismo por lo que se trabajará en estas actividades sin descuidar las actividades de campo que son el centro del agroturismo; asumimos que por el desconocimiento sobre qué es el agroturismo muchas personas visualizan únicamente las actividades ya conocidas que fueron las seleccionadas.
15. Las personas visitarían una hacienda por los beneficios del campo para la salud física y mental, también porque ama la naturaleza, el campo y las actividades agrícolas y porque le gustaría apoyar a las familias campesinas en sus emprendimientos. Estas tres opciones nos servirán de guía para la publicidad ya que se buscará promover y satisfacer estos requerimientos, sin descuidar de igual manera otras opciones que favorecerán a la hacienda y a los demás segmentos del mercado.
16. Con respecto a los precios, la mayoría de precios sugeridos fueron de aceptación del público por lo que no existe mayor cambio más que en implementar precios para el paquete que no incluye el servicio de transporte.

Todos los datos obtenidos a través del estudio de mercado serán considerados para el respectivo plan de marketing y promoción turística.

### Plan de Marketing Agroturístico

Según Kotler y Armstrong (2013): “El marketing es el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes” (p. 5). Es decir, la empresa busca a través de sus productos satisfacer las posibles necesidades de sus clientes potenciales. Para alcanzar este objetivo Kotler y Armstrong (2013) sugieren seguir los siguientes pasos: primero, comprender el mercado y las necesidades de los clientes; segundo, diseñar una estrategia de marketing orientada a los clientes; tercero, crear un programa de marketing integrado; y cuarto, construir relaciones rentables y crear satisfacción en sus clientes, lo cual dará como resultado captar y generar una red de clientes que generen utilidades.

En síntesis, para la industria turística el plan de marketing expone las estrategias que la empresa de servicios turísticos empleará para captar la atención de los turistas potenciales una vez que se hayan analizado sus necesidades y preferencias; describe también cómo la empresa se relacionará con sus proveedores, distribuidores y socios de alianzas estratégicas para lograr los objetivos de difusión y comercialización; y finalmente, describe las relaciones de la empresa con otras partes interesadas como son: medios de comunicación, entidades del gobierno y la comunidad en general, a fin de construir un entorno armonioso, ordenado y atractivo en el cual se desarrolle su producto o servicio turístico (Kotler y Armstrong, 2013).

En el apartado anterior, en el estudio de mercado, se ha realizado ya una parte del análisis de los clientes o turistas potenciales para la hacienda, por lo que a continuación el análisis se centrará en conocer el entorno de la empresa agroturística, es decir, detallaremos sus proveedores, competidores y sustitutos de tal manera que con toda la información adquirida se pueda posteriormente determinar las estrategias de marketing con las que trabajará la hacienda.

### ***Objetivos del Plan de Marketing***

#### **Objetivo General.**

Posicionar la marca “Hacienda Agroturística El Descanso” en el mercado y generar mayor volumen de ventas a través de la implementación de estrategias de marketing turístico.

#### **Objetivos Específicos.**

1. Analizar el entorno en el cual se desenvolverá la empresa agroturística.
2. Desarrollar las 4Ps del Marketing en relación a la Hacienda El Descanso.
3. Estructurar estrategias que beneficien y den a dar a conocer la Hacienda El Descanso.

### ***Análisis del Entorno Externo de la Hacienda El Descanso***

Llamado también ‘entorno de marketing’, hace referencia a “los actores y fuerzas ajenas al marketing que afectan la capacidad de la dirección de marketing para generar y mantener relaciones exitosas con los clientes meta” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 66). Está compuesto por el microentorno y el macroentorno, el microentorno con respecto a la hacienda, involucra a los actores cercanos que afectan la capacidad de la empresa para servir a los turistas, mientras que el macroentorno son aspectos de la sociedad que afectan el microentorno, estas pueden ser demográficas, naturales, tecnológicos, económicos y políticos. Para analizar el microentorno se ha utilizado el esquema de las Fuerzas de Porter y para el macroentorno se ha utilizado la Matriz de Pest.

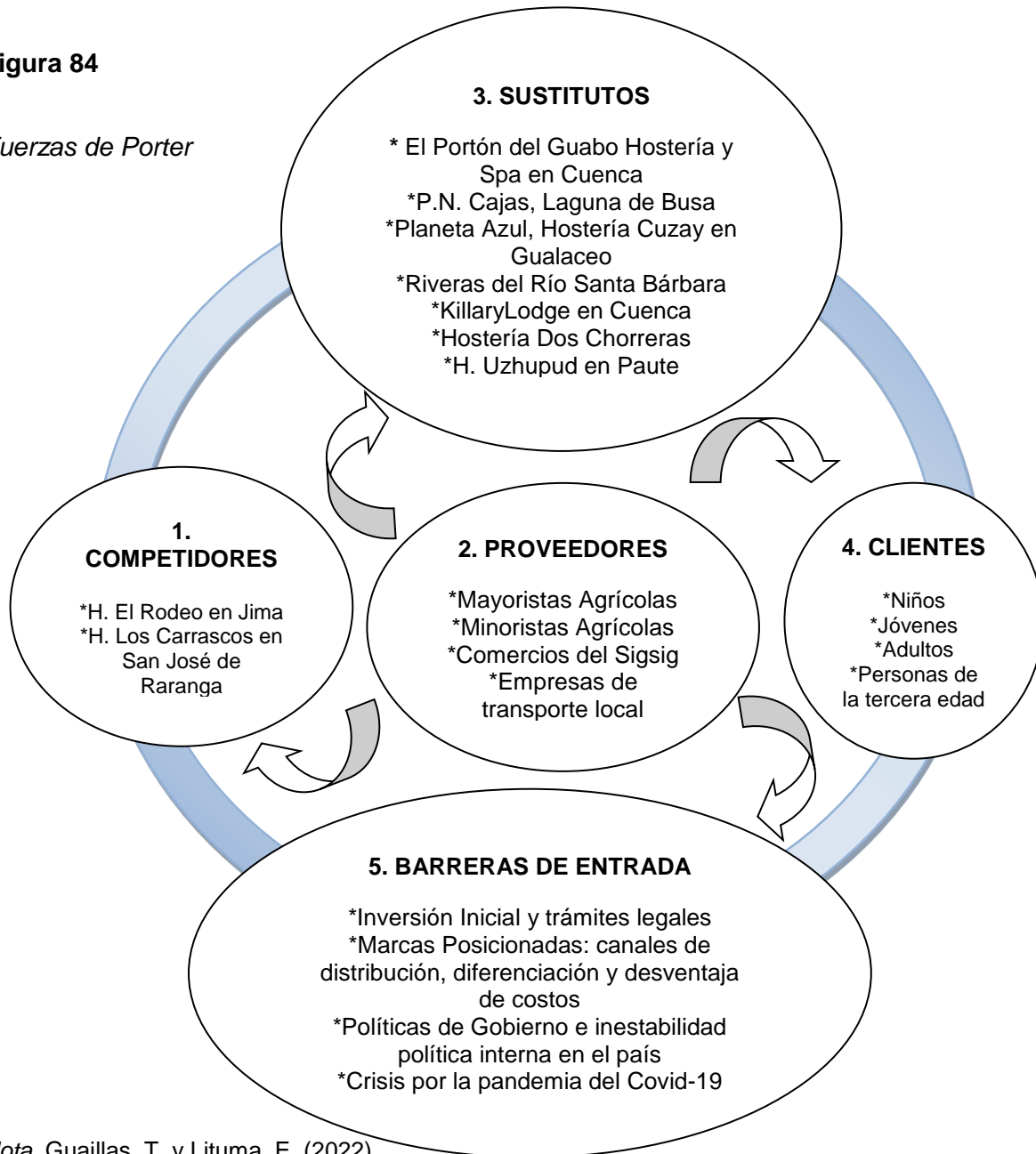
**Fuerzas de Porter.** Las Fuerzas de Porter es un modelo creado por Michael Porter en 1979. Porter fue un ingeniero estadounidense que escribió varios artículos sobre el desenvolvimiento de las empresariales, entre ellos, las Fuerzas de Porter para definir las cinco fuerzas competitivas en las que se ve inmersa una empresa, es decir, integra en un mismo esquema: proveedores, consumidores, competidores, clientes, sustitutos y las posibles barreras

de entrada que influyen en la empresa y las analiza con el propósito de generar acciones que permitan a dicha empresa sobresalir en el mercado (Porter, 1982).

Por tanto, se iniciará el plan de marketing definiendo las cinco fuerzas competitivas que influyen en la empresa agroturística El Descanso, de esta manera se conocerán las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de la empresa frente al mercado turístico.

**Figura 84**

*Fuerzas de Porter*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

Para comprender cómo influyen las cinco fuerzas en relación al producto de la hacienda agroturística se ha catalogado de la siguiente manera según lo planteado por Porter: Si una determinada fuerza influye de manera negativa sobre la hacienda se dice que la fuerza es alta, mas si influye de manera positiva o beneficiosa respecto a la actividad de la hacienda se dice que es una fuerza baja, por su poca o nula incidencia sobre la misma. A continuación, se abordan las cinco fuerzas de Porter:

**Competidores Potenciales.** La primera fuerza en el esquema anterior corresponde a los competidores potenciales, en el caso de la Hacienda El Descanso existen varios competidores que se encuentran en el cantón Sigsig, al ofrecer servicios en hospedaje se produce un alto nivel de rivalidad por lo tanto, el nivel de competidores se encuentra medio-alto, no obstante nuestra ubicación fuera de la zona urbana, las actividades agro ganaderas y la necesidad de los clientes de mejorar la salud física y mental debido a la pandemia de Covid19 que se vive en el mundo, benefician la sostenibilidad financiera y correcto desarrollo de la empresa a lo largo del tiempo. Por ello, es importante la innovación constante de los paquetes agroturísticos, el buen manejo de los precios, la calidad de los servicios con un valor añadido a los consumidores, así como el otorgar mayor inversión al marketing digital y la publicidad para que el cliente observe, apoye y valore la propuesta de nuestra empresa.

**Proveedores.** La segunda fuerza corresponde a los proveedores, un servicio turístico demanda proveedores con compromiso y que se encuentren debidamente calificados para la completa satisfacción del cliente. Al existir un número grande de proveedores esto motiva a mejorar la calidad de sus elementos, tanto en transporte como gastronomía, servicios adicionales, etc., por lo tanto, el poder de negociación con proveedores es medio-bajo ya que en la parroquia Jima sí existen varias empresas de transporte que ayuden a los turistas a llegar a la Hacienda El Descanso: dos empresas de transporte mixto y dos empresas de buses.



Así también la disposición de alimentos y bebidas en la parroquia es numerosa ya que desde hace varios años la hacienda cuenta con proveedores mayoristas y minoristas locales que entregan materia prima de calidad a buenos precios lo que se reafirma que el poder de negociación es medio-bajo, es decir, sin riesgo para el emprendimiento de agroturismo.

**Productos Sustitutos.** La tercera fuerza corresponde a los productos sustitutos; de manera general existen varios destinos con diversas alternativas de consumo en el sector turístico como el hospedaje y servicios complementarios, lo que denota al consumidor que pueda elegir distintos tipos de alojamiento: hostales, lodges, hosterías principalmente de Cuenca y sus alrededores. También existen atractivos turísticos naturales que se encuentran bien posicionados en el cantón y la provincia como por ejemplo el Parque Nacional Cajas, la laguna de Busa o el Chorro de Girón, por lo que existen diferentes tipos de turismo relacionados con la naturaleza como el eco turismo, el turismo de aventura, etc., concluyendo así que existe un poder alto por parte de los productos sustitutos hacia el emprendimiento de agroturismo.

En consecuencia, la Hacienda El Descanso ofrecerá un servicio de alojamiento distinto al de las demás empresas por el tipo de actividades que se pueden realizar, que son en su mayoría de agricultura y ganadería, sumado a ello la convivencia con la familia propietaria de la hacienda, es decir, la hacienda se verá obligada a utilizar sus fortalezas de la mejor manera frente a todos los productos sustitutos que existen actualmente en el mercado, y se deberá trabajar por posicionar la imagen de la hacienda como un referente de agroturismo en el Azuay.

**Clientes.** La cuarta fuerza corresponde a los clientes. Los clientes desde siempre han tenido un gran poder de influencia sobre las decisiones de las empresas ya que tienen a su alcance, gracias a las plataformas digitales, información de la competencia con una variedad de opciones a escoger, entonces el poder de negociación de los clientes es alto al existir muchas

ofertas en el mercado, por lo que se debe procurar brindar la mayor satisfacción posible a los turistas para mantener una fidelización a largo plazo.

**Barreras de Entrada.** La quinta fuerza trata sobre las barreras de entrada que existen a la hora de iniciar la actividad turística:

Con respecto a las inversiones de capital se requiere tener un ingreso económico inicial, en este sentido la barrera de entrada en la hacienda El Descanso es baja debido a que se cuenta con un monto para inversión en infraestructura y equipamiento y se dispone de un terreno con grandes extensiones, además se ubica en una zona alejada de los cascos urbanos.

En cuanto a los trámites legales, como toda empresa la hacienda debe seguir un proceso para adquirir los permisos correspondientes por lo que no existe un mayor problema debido a que la mayoría de estos trámites serán realizados de manera online lo que ahorra tiempo y agiliza el proceso de constitución como empresa del sector turístico.

Sobre las marcas posicionadas y el acceso a los canales de distribución, se debe tomar en cuenta que a nivel local y nacional existen ya muchas empresas turísticas reconocidas ya sean por su historia, sus servicios o sus productos turísticos, por lo que cuentan con una imagen fuerte dentro del mercado y muchas de estas empresas han acaparado los diferentes canales de distribución, por ejemplo, los servicios que algunas hosterías ofrecen, se venden mediante agencias de viajes, también mediante reservas digitales en páginas online como Booking o Expedia, y últimamente con el creciente uso de las redes sociales, las reservaciones y toda la información concerniente al sector turístico se llevan a cabo de manera fácil y directa a través de Facebook, Instagram y WhatsApp. Por ello, la Hacienda El Descanso se encuentra en desventaja frente a las empresas turísticas consolidadas o que poseen muchos años de trayectoria; es así que catalogamos a esta barrera de entrada como una fuerza alta y se sugiere implementar estrategias para posicionar la

hacienda primero a nivel local, provincial y finalmente, a nivel nacional. Este objetivo se cumplirá si se maneja de manera correcta los distintos canales de distribución que existen en la actualidad.

Con respecto a la diferenciación de productos, se debe tomar en cuenta la importancia de la innovación y mejora constante del producto agroturístico de la hacienda ya que ello generará expectativa y atracción en los consumidores. De igual manera, se debe considerar que el agroturismo es una actividad no muy valorizada frente a las demás actividades turísticas como es el turismo de aventura, turismo de naturaleza y el ecoturismo debido a la poca difusión por parte de las entidades competente, por lo que desde un inicio la hacienda debe promover el emprendimiento resaltando la esencia del agroturismo, sus objetivos, las experiencias y los beneficios que puede un turista alcanzar gracias a este nuevo nicho del turismo. Este enfoque hará que la hacienda pueda diferenciarse del turismo de naturaleza convencional (ecoturismo) y de sus competidores. La hacienda El Descanso sería una de las pocas haciendas en el Azuay en ofrecer servicios de alojamiento, enfocada principalmente en las actividades agrícolas y ganaderas, y adicionalmente, actividades recreativas como pesca deportiva y cabalgata.

En relación a la desventaja de costos, esta barrera puede ser un problema en el caso de que otras empresas tengan costos más bajos de producción y precios de venta al público más económicos al de la hacienda, por lo que se ha considerado que la fuerza es media-alta; y como respuesta a esta fuerza, la hacienda manejará un rango de precios accesible a todo público y dependerá mucho de los servicios que el turista desee.

La política gubernamental a nivel local es un tema que nos puede favorecer debido a que el GAD de Jima apoya de gran manera a la Hacienda El Descanso en temas de promoción y participación de ferias, de hecho en su PDOT se propone el apoyo en temas de capacitación a las haciendas que deseen implementar el agroturismo en la parroquia; así también por parte del MINTUR los emprendimientos agroturísticos o de turismo rural están teniendo bastante acogida como

estrategia para dinamizar el turismo en el país debido al contexto producido por la pandemia. Por otro lado, a nivel nacional no hay que dejar de lado que los temas salariales, tributarios y societarios pueden afectar al desarrollo de las empresas, la inestabilidad económica y considerando que el Ecuador en la actualidad se encuentra en una transición a nivel político y económico desde el gobierno, lo que ha generado incertidumbre en todos los sectores de la economía, por lo tanto, estaríamos hablando de un poder medio-alto por todo el riesgo que supone para los nuevos emprendimientos.

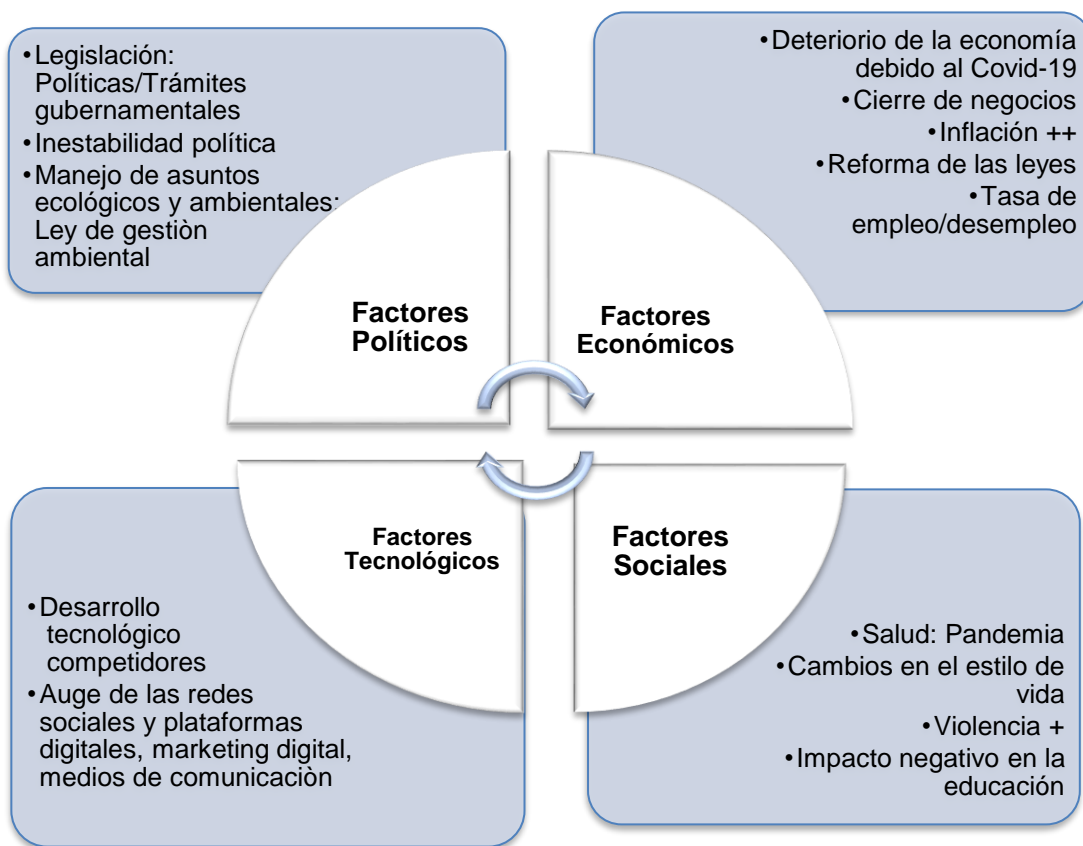
La última barrera que se ha identificado es la pandemia ocasionada por el Covid-19 pues como se tiene conocimiento ha paralizado muchos segmentos de la sociedad como el comercio, salud, turismo, estudios, empleo, etc., y durante los años que vendrán aún existirá este peligro latente hasta que se lo pueda erradicar de forma permanente; así también se debe mencionar que debido a la pandemia todo el foco turístico se ha colocado en el turismo rural, agroturismo, o turismo de naturaleza justamente por los peligros de propagación del virus, por lo tanto, este emprendimiento puede aportar como alternativa para las personas que deseen viajar y buscar lugares más exclusivos, además que beneficia en la diversificación de lugares turísticos en la provincia del Azuay.

Para concluir se puede acotar que las barreras de entrada a nivel general tienen un poder medio-alto sobre el presente proyecto, sin embargo muchas de ellas con las estrategias adecuadas de gestión y publicidad se pueden ir solventando tomando en consideración que se cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo, el GAD Municipal del Sigsig, el GAD parroquial de Jima y la comunidad de Cuzhig; así también cuenta con el capital para la inversión en infraestructura y equipamiento, cumple con las regulaciones que se encuentran en el Reglamento de Turismo según la categoría, y cuenta con una ubicación en zonas alejadas de los cascos urbanos, es decir, posee un ambiente completamente natural con vías de acceso en buen estado.

**Matriz Pest.** Es un instrumento que permite analizar el entorno externo de la empresa es decir, incluyen los aspectos políticos, sociales, tecnológicos y económicos a nivel nacional como mundial, que de una u otra manera influirán sobre la Hacienda Agroturística El Descanso; esto nos permitirá medir el potencial del emprendimiento según los factores externos y encontrar estrategias que mitiguen los posibles efectos negativos de los mismos; en el siguiente cuadro se detallan los aspectos externos identificados:

**Figura 85**

*Matriz Pest*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Factores Políticos.** El factor político es un punto importante en el desarrollo de una nación pues involucra temas ejecutivos, legislativos y judiciales que rigen tanto al gobernante como a la sociedad en general, pudiendo de esta manera beneficiar o afectar a cada persona natural o jurídica. Por ello, como se mencionó previamente sobre la barrera de entrada referente a la política gubernamental, el Ecuador actualmente se enfrenta a una crisis política en donde todos los poderes del Estado presentan gran inestabilidad debido principalmente a los acontecimientos ocurridos en el mes de octubre del 2019 que pusieron en riesgo tanto el sistema político como el democrático. Adicionalmente, el incremento de la corrupción, la delincuencia y la llegada del covid-19 que se propagó a nivel mundial ocasionó que se incremente la falta de credibilidad en el gobierno por parte de los ciudadanos. Ante todo, este tipo de situaciones se espera que el gobierno mejore sus estrategias para obtener un adecuado desarrollo político, económico y social del país.

Por otro lado, dentro del factor político la legislación ambiental es primordial para salvaguardar los recursos naturales del Ecuador. Es así que la Ley de Gestión Ambiental es la que establece los lineamientos necesarios para determinar las obligaciones y responsabilidades tanto del sector público como del privado respecto a al cuidado ambiental, sin embargo se puede mencionar que aún falta mayor control con el tema ambiental ya que en el mes de enero del año 2022 se produjo una de los mayores derrames de petróleo en la Amazonia ecuatoriana que afectó cientos de hectáreas del Parque Nacional Cayambe-Coca, y no ha existido un mayor pronunciamiento por parte de las autoridades; lo que nos lleva a concluimos que el tema ambiental a nivel nacional requiere de mayor compromiso y vigilancia.

**Factores Económicos.** A nivel nacional el factor económico se ha visto afectado en los últimos años por diferentes crisis, como fue el terremoto suscitado el 16 de abril del 2016 y la pandemia del coronavirus que surgió en diciembre del 2019. Esta última ha llevado a las autoridades del país a paralizar las actividades económicas por un tiempo prolongado lo que

ocasionó que la mayoría de empresas y comercios cierren sus puertas dejando un número considerable de personas desempleadas. En este contexto, los establecimientos turísticos no han sido la excepción ya que también se han visto afectados por la crisis económica y hasta el momento se está tratando de recuperar la economía global en todos los sectores.

Por otro lado, existe un cambio notable en la tasa de inflación del país de los últimos años 2020-2021. Según los datos otorgados por el INEC en el año 2021 el Ecuador presentó un índice de inflación del 0,07%, el cual ha ido incrementando mensualmente y se ha evidenciado en el alza de precios de los productos de primera necesidad; con respecto al producto interno bruto PIB el país obtuvo un porcentaje de crecimiento del 5,6% dando un crecimiento a la economía del país; y con respecto al sector turístico éste ha incrementado en un 37,9% (Banco Central del Ecuador, 2021). En relación al empleo entre 2020 y 2021 la tasa de empleo adecuado creció del 30,4% al 33,9%, lo que nos indica un cambio positivo en el país, la tasa de desempleo nos indica que decreció de 4,9% a 4,1% (INEC, s.f.). Lo que se puede acotar es que estos datos son otorgados en páginas oficiales del gobierno, pero la realidad y el descontento de los ciudadanos que se ve reflejado a través de las redes sociales y los noticieros no concuerdan.

### Tabla 51

#### *Indicadores Nacionales*

En % respecto a la PEA	Diciembre 2020	Noviembre 2021	Diciembre 2021
Tasa de participación global	64,3%	66,5%	67,4%
Tasa de empleo adecuado	30,4%	33,7%	33,9%
Tasa de desempleo	4,9%	4,4%	4,1%

*Nota.* Fuente: INEC (s.f.). Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Factores Tecnológicos.** Actualmente el uso de la tecnología a nivel mundial es indiscutible sobre todo en el sector turístico debido a la creación y diseño de plataformas digitales que nos facilitan los procesos de diversas actividades relacionadas con el turismo; incluso se podría decir que el turismo fue uno de los pioneros en digitalizar sus procesos como por ejemplo reservas de vuelos, reservas en hoteles, transporte terrestre, etc. Por otro lado, el Ecuador es uno de los principales destinos turísticos de América Latina gracias a la biodiversidad en sus cuatro regiones naturales, por ende, la tecnología y el turismo necesitan estar relacionados directamente para otorgar la información suficiente a los turistas de una manera fácil, precisa e inmediata.

El Ecuador cuenta con más de 17 millones de ecuatorianos, de ellos el 64,3% viven en la zona urbana. El 77,8% de toda la población, es decir, más de 13 millones de personas tienen conexiones a celulares. El 57,3% de toda la población son usuarios de internet, y el 78,8% de la población, más de 14 millones son usuarios activos en redes sociales (Alvino, 2021).

Referente a los indicadores de crecimiento digital se obtiene que entre enero del 2020 y enero del 2021 creció la población total un 1,5%, así también creció un 1,5% los usuarios de internet y los usuarios activos en redes sociales creció un 16,7% entre 2020 y 2021, esto significa que más de 2 millones de personas en este momento usan las redes sociales. Con respecto al 2021 existe un número alto de personas que visualizan anuncios en Facebook, siendo Facebook la red social más utilizada en el Ecuador; de ellos el 51,1% son hombres y el 48,9% son mujeres. El teléfono celular es el más utilizado, es así que Facebook logra alcanzar potencialmente a 13 millones de ecuatorianos vía campañas publicitarias, lo que representa al 96% de la población activa en redes sociales. Instagram alcanza potencialmente a 5,10 millones de ecuatorianos a través de anuncios publicitarios y Twitter alcanza a llegar a 1,15 millones de usuarios a través de publicidad (Alvino, 2021).



**Factores Sociales.** De acuerdo con la Constitución del 2008, el Ecuador es un estado constitucional de derechos y justicia social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos hasta el mes de febrero del 2022 en el Ecuador existen 17'898.832 habitantes (INEC, s.f.).

De acuerdo al ámbito social, se debe reiterar que la pandemia mundial de covid-19 trajo a nuestro país muchas afecciones y pérdidas. Al momento, 13 de febrero del 2022, se confirmaron 781.470 casos de covid-19 en el país y 34.854 casos de personas fallecidas. El gobierno con el fin de enfrentar este virus gestionó un plan de vacunación con diferentes marcas de vacunas y se han distribuido al momento a personas de todas las edades. Hasta el momento se tiene que el 76,4% de la población ya ha recibido la segunda dosis y se encuentra completamente vacunada, lo que ha generado que se pueda regresar a clases de manera presencial en la mayoría de unidades educativas y universidades; los diferentes negocios y empresas del sector público y privado también han regresado a sus labores casi de manera normal, sin embargo, aún no existe una vacuna cien por ciento eficaz, por consiguiente, el tema social a nivel mundial y nacional aún está fuertemente afectado.

### ***La Mezcla de Marketing: Las Cuatro Ps del Marketing Aplicadas al Proyecto Agroturístico***

Kotler y Armstrong (2013) mencionan:

La mezcla de marketing es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa combina para producir la respuesta que desea en el mercado meta. La mezcla de marketing consiste en todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades pueden ser agrupadas en cuatro grupos de variables: las cuatro Ps. (p. 52)

Las cuatro Ps corresponden a producto, precio, plaza y promoción. Estas variables integradas de manera coherente dan como resultado un producto o servicio de valor para el consumidor. Por ello, en la siguiente sección se desglosa cada variable a fin de proveer a los turistas potenciales un producto en base a sus requerimientos. “La venta se centra en las necesidades del vendedor; en cambio el marketing lo hace en las necesidades del comprador” (Kotler y Keller, 2012, p. 18)

**Producto.** “El producto involucra todos los bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta” (Kotler y Armstrong, 2013). Por lo que claramente los productos que se ofrecen al mercado deben satisfacer sus necesidades, suplir un requerimiento o satisfacer un deseo. En el presente caso, el producto que se ofrece debe tener un propósito concreto el cual la empresa agroturística pueda transmitir a sus clientes potenciales, para cumplir con ello se muestra la marca y la descripción del producto agroturístico en relación a los beneficios que brinda al mercado en general.

## Tabla 52

### *Definición y Propósito de la Hacienda Agroturística*

Empresa	Definición orientada al producto	Definición orientada al mercado
Hacienda Agroturística El Descanso	Somos una hacienda agrícola que presta servicios de alojamiento y agroturismo.	Les brindamos a las personas la oportunidad de desconectarse de la rutina diaria de la ciudad, para disfrutar de la naturaleza, los paisajes y la vida de campo beneficiando así su bienestar físico y mental.

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Marca.** La marca está diseñada en base a la imagen que se desea proyectar y de acuerdo a la actividad que la empresa realizará. Kotler et al. (2011) define: “una marca es un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de estos elementos que persigue identificar los bienes o servicios de un vendedor y diferenciarlos de sus competidores” (p. 300). La marca que se ha seleccionado conjuntamente con los propietarios desde un inicio es “Hacienda Agroturística El Descanso”.

**Logotipo.** Corresponde a un grupo de letras, abreviaturas o cifras fundidas en un solo bloque que facilitan la composición tipográfica (RAE, 2020, definición 2). Para el logotipo de la marca “Hacienda Agroturística El Descanso” se presenta a continuación dos propuestas de las cuales la primera fue la seleccionada por los propietarios de la hacienda.

**Figura 86**

*Logotipo de la Marca*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Isologo.** Símbolo gráfico peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto (RAE, 2020, definición 1). A continuación, se presentan dos propuestas de isologo para la marca de la hacienda, en ambos casos el gráfico es de una vivienda rodeada de árboles y naturaleza. La Propuesta 1 fue la seleccionada por el detalle de las hojas verdes en el techo de la vivienda haciendo referencia a que es una hacienda dedicada a la agricultura además de hacer alusión a que sus productos son cien por ciento orgánicos.

**Figura 87**

*Isologo de la Marca*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Imagotipo.** Es la unión del logotipo y el isologo formando una sola imagen visual sobre la marca de la empresa. En la Figura 88 se muestra el resultado de esta unión entre logotipo e isologo de cada una de las propuestas.

**Figura 88**

*Imagotipo de la Marca*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Slogan.** Es una fórmula breve y original utilizada para realizar publicidad (RAE, 2020, definición 1). Para la Propuesta 1 se ha seleccionado una frase que hace referencia a las bondades de naturaleza, para la Propuesta 2 únicamente se mencionó la ubicación de la hacienda. La propuesta seleccionada fue la primera.

## Figura 89

*Slogan de la Marca*

Propuesta 1	Propuesta 2
¡La esencia de la madre tierra en Jima!	Jima - Ecuador

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Marca Final.** Es el resultado de la unión del Imagotipo y el slogan, para la imagen de la Hacienda El Descanso la primera propuesta es la que se empleará ya que cumplió con las expectativas de los propietarios de la hacienda.

## Figura 90

*Marca Final*

Propuesta 1	Propuesta 2
 <p>Hacienda Agroturística "EL DESCANSO" ¡La esencia de la madre tierra en Jima!</p>	 <p>El Descanso Hacienda Agroturística Jima - Ecuador</p>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Caracterización del Producto.** Con respecto a la actividad turística, el producto que la hacienda ofrece al mercado es el *agroturismo*, al cual pueden acceder a través de la compra de cualquiera de los cuatro paquetes agroturísticos que se expuso en el capítulo anterior, por ello en esta sección se presentan los beneficios y experiencias que estos paquetes brindan a las personas o futuros turistas, haciendo alusión a que una empresa no sólo debe prestar atención al producto desde el punto de las ventas, sino que debe hacer énfasis en lo que gana el cliente al adquirirlo puesto que el propósito del marketing es llegar al consumidor con productos que compensen una necesidad, un requerimiento o un deseo interno; en otras palabras, un producto o servicio para un turista potencial no representa solamente una adquisición más sino que existe una necesidad latente que desea satisfacer o experimentar. Kotler y Armstrong (2013) en ese sentido menciona: “La miopía de marketing, es un error que consiste en prestar mayor atención a los productos específicos que una empresa ofrece, que a los beneficios y experiencias que éstos generan” o “se olvidan de que un producto es solamente una herramienta para resolver un problema del consumidor” (p. 7). A continuación, se analiza los posibles segmentos de mercado que estarían interesados en el producto que la hacienda va a ofrecer, haciendo énfasis en sus necesidades y beneficios que obtendrían con la adquisición.

**Tabla 53**

*Necesidades por Segmentos de Mercado y los Beneficios que el Agroturismo Ofrece*

<b>Segmento</b>	<b>Necesidad del Cliente</b>	<b>Beneficios del Agroturismo</b>
<b>Personas adultas residentes del área urbana</b>	Debido a la pandemia las necesidades de todas las personas han cambiado pues en la actualidad optan por lugares rodeados de naturaleza y alejados de los conglomerados urbanos.	La hacienda será un lugar óptimo para visitar y alejarse de la rutina diaria, brindará calidad y comodidad en todos sus servicios.

<p><b>Niños y adolescentes</b></p>	<p>Los padres de familia con niños usualmente buscan lugares de recreación que cuenten con espacios verdes y que ofrezcan una variedad de actividades.</p>	<p>La hacienda ofrecerá muchas actividades del campo que pueden ser realizadas por niños y adolescentes en compañía de sus padres y familiares.</p>
<p><b>Personas amantes de la naturaleza y la vida del campo</b></p>	<p>Estas personas aman conocer lugares nuevos rodeados de naturaleza, campo, flora y fauna.</p>	<p>La hacienda se ubica en un lugar rural, no muy alejado de la ciudad de Cuenca, además es accesible y contará con actividades al aire libre, campestres y agrarias.</p>
<p><b>Personas amantes de la pesca deportiva (deportes)</b></p>	<p>Prefieren paisajes naturales en donde se pueda realizar pesca deportiva, senderismo y fotografía.</p>	<p>Gracias a la presencia del amplio reservorio de peces, las personas podrán encontrar en la hacienda un lugar para realizar esta actividad en compañía de amigos y familiares.</p>
<p><b>Personas que prefieren productos naturales</b></p>	<p>Buscan productos agrícolas y ganaderos cien por ciento orgánicos, sin químicos ni aditivos, ya que cuentan con una alta consciencia sobre sostenibilidad.</p>	<p>La hacienda trabaja con materia prima orgánica por lo cual podrá brindar a los visitantes productos de calidad, saludables y variados.</p>
<p><b>Personas con enfermedades (psicológicas o físicas)</b></p>	<p>Recientemente han aumentado los casos de personas con problemas en su salud mental debido al confinamiento y la pandemia, entre otras causas, por lo que tienen en común la necesidad de salir y conocer lugares que ofrezcan paz y relajación. Para las personas con enfermedades físicas se sabe que visitar ambientes campestres les ayuda a manejar o a disminuir los síntomas físicos y psicológicos.</p>	<p>Todas las actividades que involucran el contacto con la naturaleza (arboterapia) y los animales tienen beneficios en el estado de ánimo de las personas, por lo que, si se promociona de una manera adecuada la hacienda, se podrá captar a este segmento de mercado que da prioridad a su salud mental y física.</p>

<p><b>Personas conscientes de la importancia del descanso, y que aman experimentar nuevas costumbres y tradiciones</b></p>	<p>Estas personas no presentan enfermedades como tal o un amor por la naturaleza, sin embargo, saben de los beneficios de la estadía en lugares naturales, lo que los lleva a tener una necesidad por visitar lugares que den prioridad a la vida de campo, naturaleza y la convivencia con otras familias.</p>	<p>La hacienda a través de sus paquetes brindará la oportunidad de que las personas se alojen en un lugar tranquilo para descansar y conozcan más sobre la cultura del lugar (Jima).</p>
<p><b>Personas con un alto nivel de servicio</b></p>	<p>Son personas nacionales o extranjeras que viajan a lugares por la motivación de aportar y ayudar a los emprendimientos, la vez que disfrutan de los paisajes.</p>	<p>La hacienda y la comunidad de Cuzhig está conformada por personas trabajadoras que se dedican a la agricultura y ganadería, por lo que en sí todo el lugar se presta para recibir apoyo de personas que viajan con el propósito de aportar a la economía local a la vez que utilizan los servicios agroturísticos.</p>
<p><b>Parejas</b></p>	<p>Personas que buscan escapar de la rutina o realizar un viaje corto con su pareja para disfrutar del tiempo a solas, descansar y realizar actividades nuevas.</p>	<p>Las características de la Hacienda El Descanso se presta para acoger a todo tipo de personas, por lo que es ideal para aquellas parejas que deseen pasar un fin de semana de descanso o deseen celebrar alguna fecha importante en el campo.</p>
<p><b>Millennials</b></p>	<p>Tienen la necesidad de viajes y de crear contenido para redes sociales o plataformas digitales como YouTube.</p>	<p>La hacienda ofrecerá amplias instalaciones con diferentes servicios y actividades para generar contenido digital.</p>

Nota. Guallas, T. y Lituma, E. (2022)



Tomando en consideración los segmentos de mercado identificados en la Tabla 53 y los resultados obtenidos en el estudio de mercado se dará prioridad en el siguiente orden: a las personas que esperan obtener beneficios en su salud mental y física a través del agroturismo, a las personas que aman la naturaleza y las actividades del campo, y a las personas que realizarían agroturismo por ayudar a las familias emprendedoras. Por otro lado, no se excluirá del todo los segmentos de mercado correspondientes a niños, parejas (en fechas especiales), Millennials y deportistas, a pesar que no tuvieron mayor acogida en la encuesta, puesto que la hacienda cuenta con un alto potencial para generar interés en estos segmentos en el transcurso del tiempo si se usan las herramientas, el enfoque y la publicidad adecuada.

**Posicionamiento.** Para ofrecer un producto agroturístico idóneo que satisfaga las necesidades antes mencionadas de los turistas potenciales, se trabajará en brindar calidad en todos los servicios, con precios asequibles, se emplearán promociones y publicidad que llamen la atención de dichos turistas de manera constante y permanente, y se priorizará el dar visibilidad a través de las plataformas digitales la marca de la hacienda.

**Ventaja Competitiva.** Las ventajas competitivas del producto agroturístico son: compra directa de los paquetes sin intermediarias, buena ubicación de la hacienda, trabajo continuo en innovar la publicidad continuamente, servicio al cliente personalizado, actividades y talleres variados para todos los gustos, paquete todo incluido, y en el futuro se trabajará en la implementación de más servicios como un gimnasio con elementos rústicos de la zona, hidromasaje en un espacio recubierto, y un salón de eventos.

**Precio.** Es la cantidad de dinero que los clientes le pagarán a la empresa para obtener el producto (Kotler y Armstrong, 2013). El visitante podrá seleccionar el precio del paquete agroturístico acorde al tipo de habitación y al servicio de transporte que desee, tomando en

consideración que muchas personas prefieren viajar en vehículo propio. Por lo tanto, los precios de venta al público con los que se trabajará serán los siguientes:

**Tabla 54**

*Lista de Precios Venta al Público*

<b>Paquete Full Day</b>	<b>Todo incluido</b>	<b>Sin Transporte</b>	<b>Con tarjeta de Crédito</b>
Por Persona	\$ 50.00	\$30,00	\$ 56,32

<b>Paquete 2 días 1 noche</b>	<b>Todo incluido</b>	<b>Sin Transporte</b>	<b>Con tarjeta de Crédito</b>
Habitación Sencilla/persona	\$ 99,47	\$ 79,47	\$ 104,71
Habitación Doble/persona	\$ 95,82	\$ 75,82	\$ 100,86
Habitación Triple/persona	\$ 92,16	\$ 72,16	\$ 97,01

<b>Paquete 3 días 2 noches</b>	<b>Todo incluido</b>	<b>Sin Transporte</b>	<b>Con tarjeta de Crédito</b>
Habitación Sencilla/persona	\$ 149,81	\$ 129,81	\$ 160,86
Habitación Doble/persona	\$ 144,94	\$ 124,94	\$ 152,56
Habitación Triple/persona	\$ 137,06	\$ 117,06	\$ 144,27

<b>Paquete Ruta Agroturística</b>	<b>Todo incluido</b>	<b>Sin Transporte</b>	<b>Con tarjeta de Crédito</b>
Habitación Sencilla/persona	\$ 121,43	\$ 101,43	\$ 130,86
Habitación Doble/persona	\$ 117,86	\$ 97,86	\$ 127,04
Habitación Triple/persona	\$ 114,29	\$ 94,29	\$ 123,19

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

Los precios definitivos están en base al estudio de mercado realizado, así como a los costos de producción de cada paquete y también se han tomado referencias de otras haciendas agroturísticas que ofrecen sus servicios en la página del MINTUR, por lo cual consideramos precios accesibles y proporcionales al servicio que se va a brindar.

En el caso de los niños, personas con capacidades diferentes y adultos mayores los precios tienen un 25% de descuento del precio venta al público general.

**Plaza o Canales de Distribución.** “Incluye actividades de la empresa encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 53). En vista de que el producto de la Hacienda El Descanso es un producto intangible, es decir, que no se lo puede exponer en vitrinas de comercios o distribuirlo de manera física, en este punto sobre los canales de distribución se dará prioridad a la manera en la que se dará visibilidad al proyecto, por lo que se ha pensado en las siguientes opciones:

Como punto principal, ya que nos encontramos en la era de la tecnología, se tratará de lograr un mayor alcance al público objetivo a través de las plataformas digitales y redes sociales, para lo cual se trabajará con publicidad y promociones en las redes sociales de Facebook e Instagram. Adicionalmente, se grabarán videos publicitarios de la hacienda para que personas de otras partes del Ecuador puedan conocer el emprendimiento de manera virtual.

Segundo, se entregarán volantes y brochures sobre los paquetes turísticos al Itur de la ciudad de Cuenca, agencias de viajes que operen en Cuenca y El Sigsig, también en la oficina de turismo del GAD Cantonal del Sigsig, así como en instituciones educativas y comercios; y principalmente, se entregarán volantes a las personas de manera directa en puntos claves de la ciudad de Cuenca.

**Promoción y Publicidad.** “Se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlo” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 53). A continuación, se detallan las estrategias enfocadas a cumplir con la cuarta P del marketing que corresponde a la promoción y publicidad, así también en el apartado de Programas de Marketing se presenta un cronograma con las actividades, publicidad y herramientas a emplearse para llevar alcanzar los objetivos planteados en el presente plan de marketing.

### ***Estrategias de Marketing para Promoción y Publicidad***

**Presupuesto.** Como primer punto se sugiere destinar un porcentaje de dinero mensual para realizar publicidad de manera online y offline, como se mencionó en la sección del Modelo de Gestión destinar dinero para publicidad es algo que no genera utilidades de manera inmediata, sin embargo, la constancia y la persistencia en influir sobre el mercado hará que el proyecto vea los frutos del dinero invertido en publicidad a lo largo del tiempo; es así que conforme al plan financiero el dinero destinado para publicidad se desglosa de la siguiente manera:

**Tabla 55**

*Presupuesto Mensual y Anual para Marketing*

<b>COSTOS DE MARKETING</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Publicidad en Facebook	\$ 15,00	\$ 180,00
Publicidad en Instagram	\$ 15,00	\$ 180,00
Página Web	\$ 10,00	\$ 120,00
Publicidad impresa	\$ 5,00	\$ 60,00
Ferias	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 660,00</b>
	AÑO 1	\$ 660,00
	AÑO 2	\$ 680,00
	AÑO 3	\$ 700,00

---

AÑO 4	\$ 720,00
AÑO 5	\$ 740,00
AÑO 6	\$ 760,00
AÑO 7	\$ 780,00
AÑO 8	\$ 800,00
AÑO 9	\$ 820,00
AÑO 10	\$ 840,00

---

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

El primer año se invertirán \$660 dólares en publicidad digital y tradicional. Las redes sociales de Facebook e Instagram cobran a partir de \$1 por publicidad dependiendo del alcance que se desea obtener, por ello con \$15,00 dólares al mes el alcance es favorable en las dos redes sociales. La página web tiene un mantenimiento de \$10,00 dólares mensuales pudiendo ser este omitido si se desea usar páginas web gratis que en muchos casos son recomendables al iniciar un negocio, luego para los años siguientes al contar con mayores ganancias se puede invertir en páginas web pagadas. Para publicidad impresa se ha destinado \$60,00 dólares anuales que constará específicamente de volantes y brochures, lo que corresponde a más de 5000 ejemplares anualmente y para participar en ferias locales se ha destinado \$120,00 dólares que servirá para gastos varios. Finalmente, cada año se irá sumando \$20,00 dólares al presupuesto del año anterior, dicho dinero servirá para incrementar el alcance en redes sociales y el volumen de material impreso para repartir.

**Marketing Digital.** La segunda estrategia corresponde al Marketing Digital, se dará prioridad al marketing digital lo que significa que se trabajará a través de crear contenido para las redes sociales de Facebook e Instagram sobre los paquetes agroturísticos. Para ello se ha creado una página de empresa en las redes sociales mencionadas, un correo electrónico, una página web de la hacienda, códigos QR y se ha creado una cuenta de empresa en WhatsApp.

A través de estos medios se darán a conocer los servicios, precios, videos promocionales, etc.; y se creará una comunidad en donde los turistas potenciales puedan interactuar con la hacienda.

Kotler y Armstrong (2013) sobre el marketing digital mencionan:

Las nuevas tecnologías han cambiado profundamente las maneras en que las personas se relacionan entre sí. Las nuevas herramientas para relacionarse incluyen de todo, desde el correo electrónico, los sitios Web, los blogs, los teléfonos celulares y videos compartidos, hasta las comunidades online y redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter. Este entorno cambiante de comunicaciones también afecta la manera en que las empresas y las marcas se relacionan con los clientes. Los nuevos enfoques de comunicación permiten a los mercadólogos crear una participación más profunda del cliente y un sentido de comunidad alrededor de la marca, convirtiéndola en parte significativa de las conversaciones y vidas de los consumidores. (p. 18)

A continuación, se puede apreciar el perfil de la hacienda en las plataformas digitales:

### Figura 91

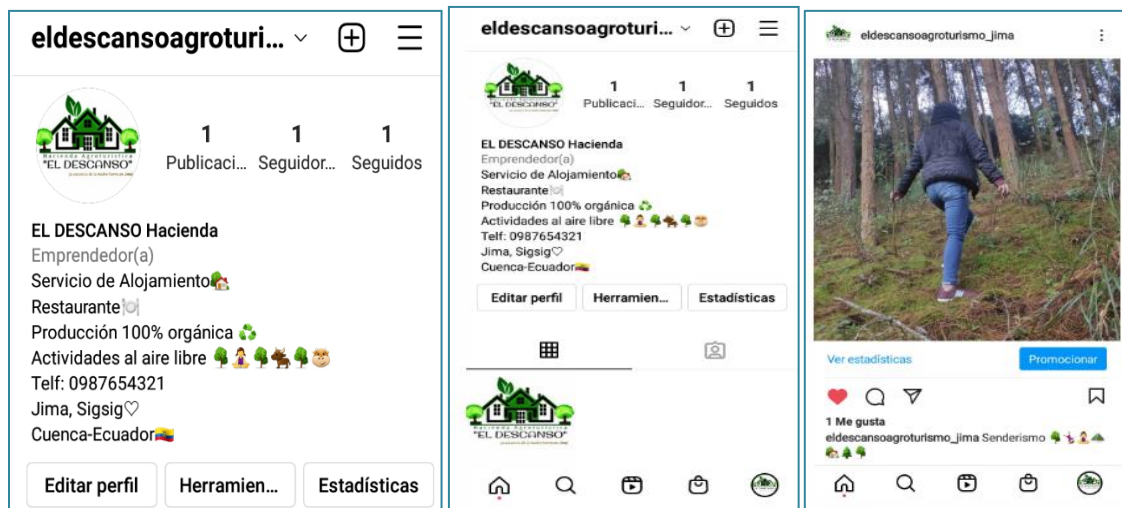
*Perfil de Empresa en Facebook para la Hacienda El Descanso*



*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

Figura 92

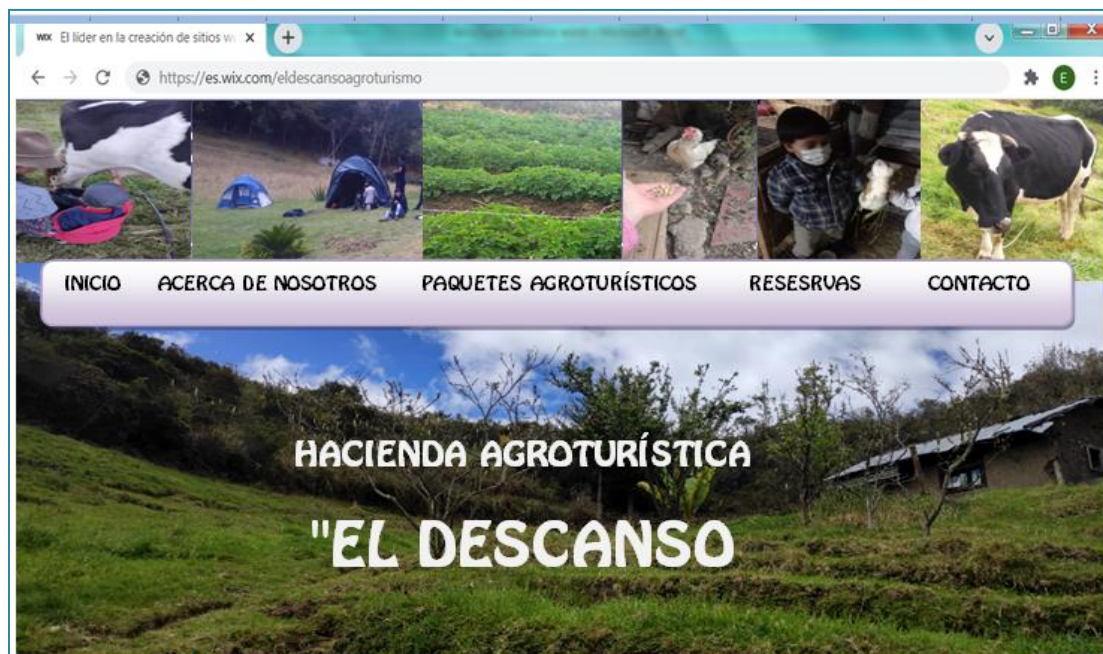
Perfil de Empresa en Instagram: [eldescansoagroturismo.jima](https://www.instagram.com/eldescansoagroturismo.jima)



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

Figura 93

Página Web de la Hacienda El Descanso: [wixsite.com/eldescansoagroturismo](https://es.wix.com/eldescansoagroturismo)



## LA HACIENDA EL DESCANSO

Somos una innovadora y acogedora Hacienda Agroturística caracterizada por ofrecer a los visitantes paquetes y rutas agroturísticas con todo incluido. Contamos con amplias instalaciones, menús variados y un servicio de calidad enfocado en satisfacer las expectativas de nuestros clientes, y en apoyar a la comunidad local. Ubicados en la parroquia Jima, contribuimos al desarrollo turístico, gastronómico y local del cantón Sigsig

### LOS PAQUETES AGROTURÍSTICOS INCLUYEN:

- °ALOJAMIENTO °ALIMENTOS Y BEBIDAS
- °ALIMENTACIÓN Y CUIDADO DE ANIMALES DE GRANJA
- °ACTIVIDADES AGRÍCOLAS Y DE JARDINERÍA
- °ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE
- °CABALGATA °PESCA DEPORTIVA
- °ARBOTERAPIA °SENDERISMO
- °PASTOREO °ORDEÑO DE LECHE
- °TALLERES ARTESANALES



PARA CONTACTOS

TELF: 0999883441

CORREO: [eldescansoagroturismo@gmail.com](mailto:eldescansoagroturismo@gmail.com)

Reservaciones Disponibles

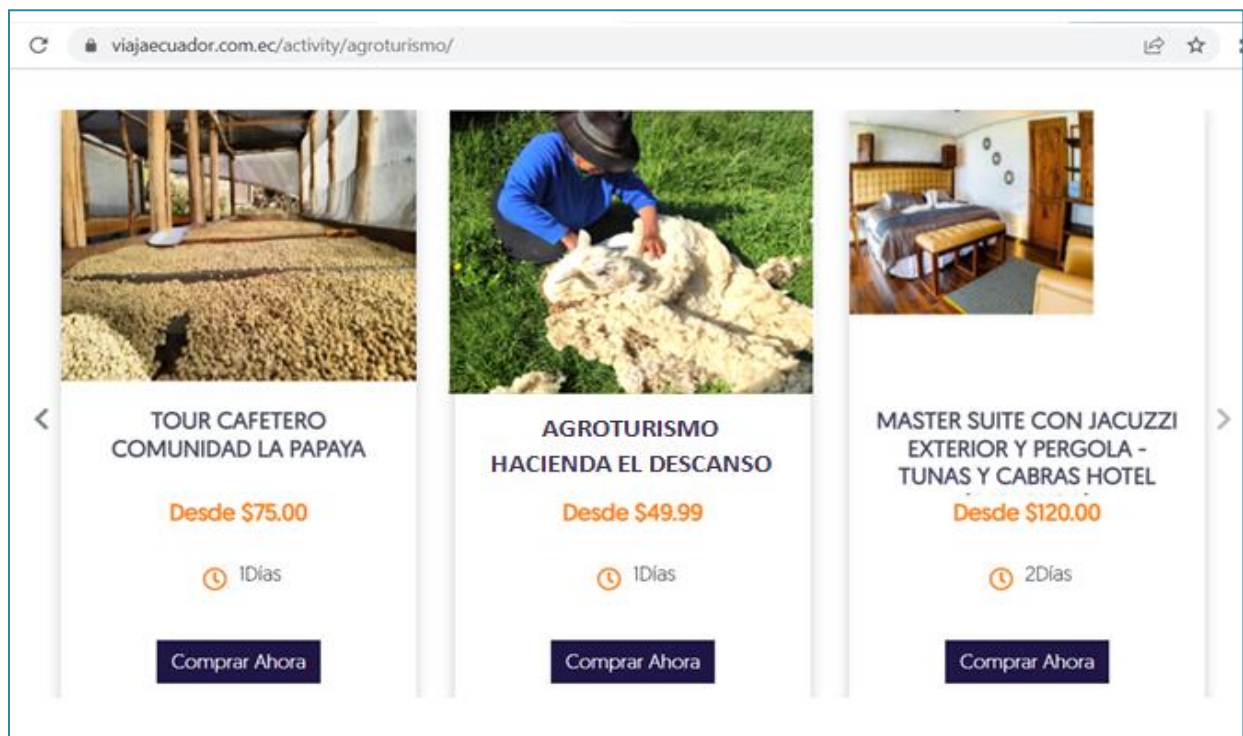






Figura 94

Página del Ministerio de Turismo: *Viaja Ecuador*



Nota. Fuente: Ministerio de Turismo ([www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/](http://www.viajaecuador.com.ec/haciendas-y-turismo-rural/)). (2022)

Figura 95

Perfil de Empresa en WhatsApp de la Hacienda El Descanso



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

Figura 96

Códigos QR para la Hacienda El Descanso



Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Relaciones Públicas.** La tercera estrategia corresponde a las Relaciones Públicas; desde un inicio se dará importancia a crear y mantener relaciones con entidades públicas y privadas que puedan ayudar a difundir el emprendimiento agroturístico a través de los diferentes medios. Se ha tomado en cuenta a las siguientes instituciones:

**Tabla 56**

*Relaciones Públicas con Instituciones Públicas y Privadas*

<b>Entidades Públicas</b>	<b>Entidades Privadas</b>
GAD Provincial del Azuay	Agencia de Viajes Kaia Travel (Cuenca)
GAD Municipal del Sigsig	Agencia de Viajes Aventourate (Cuenca)
GAD Parroquial de Jima	Agencia de Viajes Full Travel (Cuenca)
Fundación Turismo para Cuenca:	Agencia de Viajes Experienc360 (Sigsig)
ITUR	Agencia de Viajes b-Espejo (Jima)
Universidad de Cuenca	Hotel Zahir de Cuenca
	Aeropuerto Mariscal La Mar: locales comerciales
	Empresas de transporte turístico Vanservice
	Empresas de transporte Cotrutudossa
	Arquidiócesis de Cuenca: Departamento de Turismo
	Jóvenes Ruta del Gavilán
	Zoológico Amaru

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Marketing de Influencers.** Como se mencionó en el Modelo de Gestión se trabajará con marketing de influencers como cuarta estrategia, esto es, buscar y mantener alianzas de negocios con personas adultas y jóvenes que usan sus redes sociales para promocionar o dar difusión a emprendimientos locales; algunas de estas personas realizan este tipo de marketing a través del canje o intercambio de productos del negocio por historias en sus perfiles públicos, otras personas lo realizan de manera gratuita con la única motivación de dar a conocer dichos emprendimientos.

Para el marketing de influencers de la hacienda se han tomado en cuenta influencers locales que usan canje y también a los que no, por lo tanto, con las personas que se trabajará serán:

**Tabla 57**

*Alianzas Estratégicas con Influencers Locales para Marketing de Influencers*

Influencers	Tipo de Contenido	Página
María Elisa Padilla	<b>Influencer y ex reina de Cuenca.</b>  Actualmente crea contenido para YouTube e Instagram dando a conocer destinos turísticos del Azuay.	 <small>#Paute #Turismo #EIPadilla</small> Un hospedaje diferente y lleno de aventuras en la Hosteria Wawa Samay ubicado en Paute - Ecuador
Ing. Diego Vidal	<b>Director Z6 del Ministerio de Turismo.</b>  No es Influencer como tal, pero promociona destinos y lugares turísticos a través de su red social de Facebook.	 #DE LA INDIGNACION A LA ACCION Jornadas Libres de Violencia <b>Recomendaciones para mujeres viajeras y +</b> Experiencias seguras a turistas locales y extranjeros. Escanea aquí
Mariana Muy	<b>Ex reina de Gualaceo y presentadora de Unión Televisión.</b>  Crea contenido de emprendimientos y lugares turísticos locales para dar mayor difusión a nivel nacional.	 Ecuador tiene talento!! no vas a creerlo posible 29 de octubre de 2021 3472 visualizaciones · hace 1 mes 660 visualizaciones · hace 2 semanas HICE MI PROPIO HELADO!   Probé el HELADO de... 1992 visualizaciones · hace 7 meses REACCIONANDO A limpia espiritual!   muymariana 5300 visualizaciones · hace 7 meses

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

Por otro lado, se gestionará también con la futura reina del Sigsig del año 2023 para promocionar la hacienda a través de sus redes sociales.

**Marketing Tradicional.** El marketing tradicional corresponde a la quinta estrategia, para lo cual se plantea utilizar material impreso como volantes y afiches de la hacienda, los cuales serán distribuidos en puntos estratégicos de Cuenca y los cantones aledaños de manera constante. Se presentan a continuación diseños de volantes y brochures.

**Figura 97**

*Diseños de Publicidad Tradicional*

Hacienda Agroturística  
"EL DESCANSO"

- \*PAQUETE FULL DAY
- \*PAQUETE 2 DIAS 1 NOCHE
- \*PAQUETE 3 DIAS Y 2 NOCHES
- \*PAQUETE RUTA AGROTURÍSTICA  
2 DIAS 1 NOCHE

La ruta Incluye la visita a tres haciendas

Contacto: 0994246241  
Correo: eldescansoagroturismo@gmail.com  
Jima - Sigsig - Ecuador



**\*PAQUETE FULL DAY \$50**  
**\*PAQUETE 2 DIAS 1 NOCHE \$100**  
**\*PAQUETE 3 DIAS 2 NOCHES \$150**  
**\*PAQUETE RUTA AGROTURÍSTICA**  
**2 DIAS 1 NOCHE \$130**



Hacienda Agroturística  
"EL DESCANSO"  
JIMA -SIGSIG - ECUADOR


Info: 0994356743  
eldescansoagroturismo@gmail.com




**LA HACIENDA EL DESCANSO**

Somos una innovadora y acogedora Hacienda Agroturística caracterizada por ofrecer a los visitantes paquetes y rutas agroturísticas con todo incluido.

Contamos con amplias instalaciones, menús variados y un servicio de calidad enfocado en satisfacer las expectativas de nuestros clientes y en apoyar a la comunidad local. Ubicados en la parroquia Jima, contribuimos al desarrollo turístico, gastronómico y local del cantón Sigsig




Hacienda Agroturística  
"EL DESCANSO"  
*¡la esencia de la madre tierra en Jima!*

**\*PAQUETE FULL DAY \$50**  
**\*PAQUETE 2 DIAS 1 NOCHE \$100**  
**\*PAQUETE 3 DIAS 2 NOCHES \$150**  
**\*PAQUETE RUTA AGROTURÍSTICA**  
**2 DIAS 1 NOCHE \$130**

Contacto: 0987654321  
eldescansoagroturismo@gmail.com




ELDESCANSOAGROTURISMO.JIMA



**HACIENDA AGROTURÍSTICA**

**"EL DESCANSO"**

JIMA –SIGSIG - ECUADOR






Precios desde

**\$30/ persona**

- \*PAQUETE 1 DIA / FULL DAY
- \*PAQUETE 2 DIAS 1 NOCHE
- \*PAQUETE 3 DIAS 2 NOCHES
- \*PAQUETE "RUTA AGROTURÍSTICA" 2 DIAS Y NOCHE (por 3 haciendas)

Info: 0987654321  
[eldescansoagroturismo@gmail.com](mailto:eldescansoagroturismo@gmail.com)

**INCLUYE**

- Alimentación
- Hospedaje
- Actividades de campo agrícolas y ganaderas, pesca deportiva, cabalgata, arboterapia, senderismo, talleres artesanales

**NO INCLUYE**

Gastos que no estén especificados en el itinerario

\*Transporte (opcional)









eldescansoagroturismo





**La Hacienda El Descanso ofrece sus amplias instalaciones a aquellas personas que deseen disfrutar de la vida del campo y la naturaleza.**

**Tenemos a disposición:**

Habitaciones confortables, servicio de alimentación, transporte, parqueadero, actividades al aire libre como senderismo, camping, arboterapia, pesca deportiva, cabalgata, siembra y cosecha de alimentos, jardinería, cuidado y crianza de animales de granja, preparación de productos de la zona, apicultura, talleres artesanales y más.

**Recomendado para:**

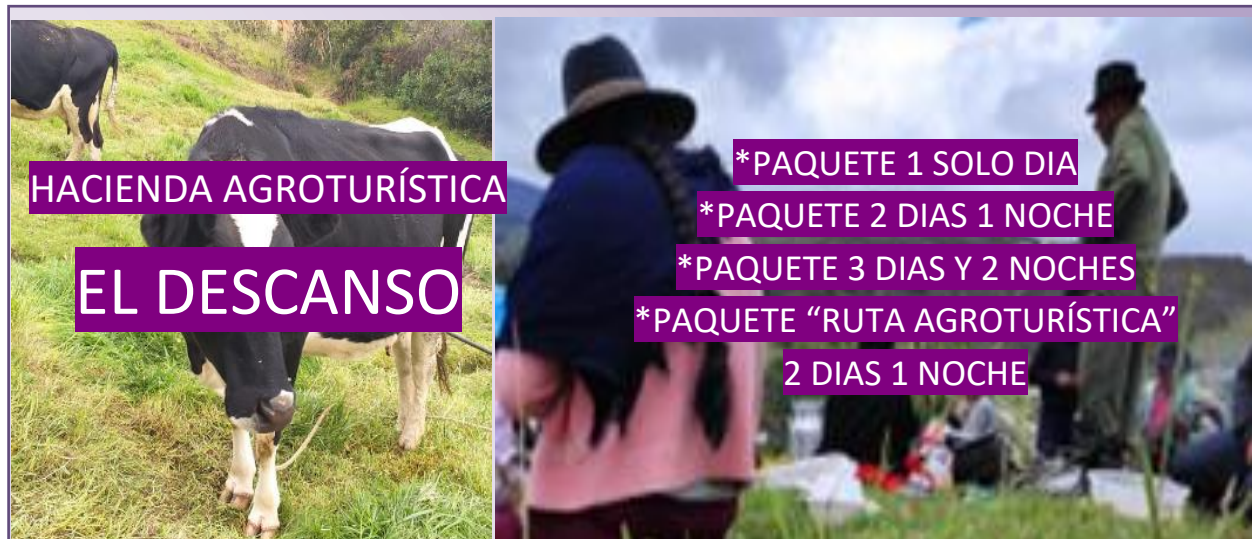
- Personas que aman la naturaleza y desean salir de la rutina.
- Personas que deseen mejorar su salud física y mental, y necesitan espacios de descanso y relajación.
- Personas que aman conocer y descubrir nuevas culturas, costumbres y tradiciones.
- Personas que deseen vivir experiencias diferentes junto a su pareja, familia y amigos.
- Personas que aman las actividades recreativas.

**Contacto: 0987654321 / Jima-Sigsig-Ecuador**



**eldescansoagroturismo**





HACIENDA AGROTURÍSTICA

## EL DESCANSO

\*PAQUETE 1 SOLO DIA

\*PAQUETE 2 DIAS 1 NOCHE

\*PAQUETE 3 DIAS Y 2 NOCHES

\*PAQUETE "RUTA AGROTURÍSTICA"  
2 DIAS 1 NOCHE

**Edad recomendable:** Disponible para todas las edades

**Duración:** La estipulada en cada uno de los paquetes agroturísticos.

**Incluye:** Alojamiento, desayuno, transporte (opcional), guianza, actividades agrícolas y de granja, pesca deportiva, cabalgata, jardinería, senderismo. Las actividades se organizarán dependiendo de la disponibilidad, la temporada y el clima.

**No incluye:** Gastos no especificados en el itinerario, comidas adicionales y seguro de viaje.

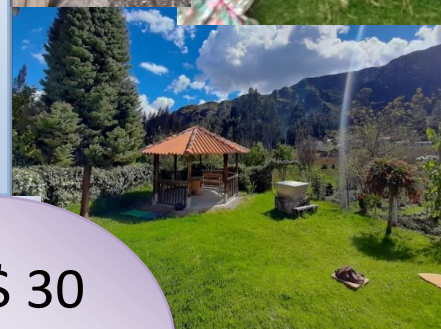
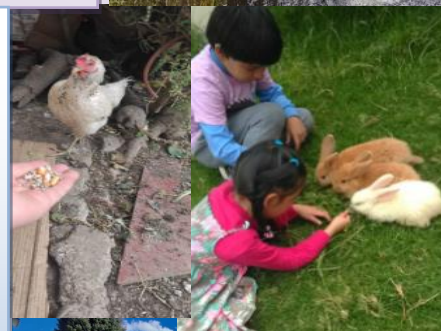


### Recomendaciones de viaje:

\* **Vestimenta:** Ropa abrigada, zapatos cómodos e impermeables, botas de caucho, sombrero, protector solar, cámara, poncho de agua y repelente de insectos

\*Contamos con todas las medidas de bioseguridad

\* Se pueden realizar estadías más prolongadas a las expuestas en los paquetes



Info: 0987654321  
eldescansoagroturismo@gmail.com

Desde \$ 30

Niños 25% de descuento



JIMA -SIGSIG - ECUADOR

Enika Daniela Estrella Pascañay | Tania Paola Guayas Cumba

**TURISMO** **RURAL**



Hacienda Agroturística  
**"EL DESCANSO"**  
La esencia de la madre tierra

**UBICADOS EN LA  
COMUNIDAD DE CUZHIG,  
PARROQUIA JIMA, CANTON  
SIGSIG.**



**VISITANOS,  
DISFRUTA Y  
DIVIERTETE CON  
TU FAMILIA,  
AMIGOS,  
PAREJA.**



**PAQUETES TODO INCLUIDO**  
\*FULL DAY  
\*2 DIAS, 1 NOCHE  
\*3 DIAS Y 2 NOCHES



**Actividades**



**Servicios**



ENCUENTRANOS EN



**UBICADOS EN LA COMUNIDAD DE CUZHIG, PARROQUIA JIMA, CANTON SIGSIG.**

**TURISMO**  **RURAL**

Hacienda AgroTurística  
**"EL DESCANSO"**  
La esencia de la madre tierra



**PAQUETES TODO INCLUIDO**  
\*FULL DAY  
\*2 DIAS, 1 NOCHE  
\*3 DIAS Y 2 NOCHES

**Actividades** 

**Servicios** 



ENCUENTRANOS EN



### Redes Sociales y web

<p><b>Paquete De 1 Día 0 Full Day</b></p> <p>Paquete Full Day con todo incluido: desayuno, almuerzo, café, frutas, actividades, ganadería, avicultura y apicultura. Dinero por todo lo que quieras hacer. (Cenas y actividades) en adicional.</p>	<p>Desde</p> <p><b>\$50</b></p>
<p><b>Paquete 2 Días 1 Noche</b></p> <p>Paquete 2 Días con todo incluido: desayuno, almuerzo, café, frutas, actividades, ganadería, avicultura y apicultura. Dinero por todo lo que quieras hacer. (Cenas y actividades) en adicional.</p>	<p>Desde</p> <p><b>\$100</b></p>
<p><b>Ruta Agroturística 2 Días 1 Noche</b></p> <p>Paquete Ruta Agroturística con todo incluido: desayuno, almuerzo, café, frutas, actividades, ganadería, avicultura y apicultura. Dinero por todo lo que quieras hacer. (Cenas y actividades) en adicional.</p>	<p>Desde</p> <p><b>\$130</b></p>
<p><b>Paquete 3 Días- 2 Noches</b></p> <p>Paquete Ruta Agroturística 3 Días y 2 Noches con todo incluido: desayuno, almuerzo, café, frutas, actividades, ganadería, avicultura y apicultura. Dinero por todo lo que quieras hacer. (Cenas y actividades) en adicional.</p>	<p>Desde</p> <p><b>\$150</b></p>




# Visita Jima

*La hacienda El Descanso ofrece paquete turísticos de precios económicos con todo incluido.*

- \*Full Day*
- \*2 Días, 1 noche*
- \*3 Días, 2 noches*
- \*Ruta Agroturística*




**El Descanso**

(593) 0978924196

Vía a la Comunidad Cuzhig  
 eldescansoagroturismo@gmail.com  
 www.HaciendaElDescanso.ec

**Hacienda Agroturística El Descanso**

TURISMO RURAL

**Hacienda Agroturística "EL DESCANSO"**

## La esencia de la madre tierra

### Información sobre El Descanso

La Hacienda El Descanso se encuentra a 120 minutos de la ciudad de Cuenca, aproximadamente a 9 kilómetros desde el centro de Jima, en la Comunidad Cuzhig, perteneciente a la parroquia Jima del cantón Sigsig de la provincia del Azuay.

Posee una gran variedad de recursos naturales como bosques, lagunas artificiales, ríos, arroyos, además de actividades productivas como piscinas de pesca, ganado vacuno, cultivo de distintos tubérculos y hortalizas.

### ACTIVIDADES

- \*ALIMENTACIÓN Y CUIDADO DE ANIMALES DE GRANJA
- \*ACTIVIDADES AGRICOLAS Y DE JARDINERÍA
- \*ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE >
- \*CABALGATA
- \*PESCA DEPORTIVA
- ARBOTERAPIA SENDERISMO
- \*PASTOREO
- ORDEÑO DE LECHE
- TALLERES ARTESANALES

### SERVICIOS

- \*ALOJAMIENTO
- \*ALIMENTACION
- \*TRANSPORTE
- \*PRODUCTOS ARTESANOS, AGRICOLAS Y LACTEOS
- \*MINIMARKET

*Nota.* Diseños variados de volantes, trípticos y pancartas para publicidad. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Ferías Locales.** Corresponde a la sexta estrategia. A través de las alianzas estratégicas generadas con los GADs provinciales, municipales y parroquiales se dará énfasis para participar en las diferentes ferias que se lleven a cabo durante los años siguientes, ya sean ferias turísticas, gastronómicas, agrícolas o de emprendimiento, para así dar a conocer los servicios ofertados por la hacienda y lograr un mayor alcance y visibilidad del agroturismo.

**Promociones.** Corresponde a la séptima estrategia. Con respecto a las promociones, se trabajará dependiendo de las temporadas y fechas conmemorativas, es decir, habrá descuentos y promociones por época navideña, día del padre, de la madre, por carnaval, día de los enamorados, feriados, etc. También a través de las redes sociales se llevarán a cabo sorteos periódicos, todo esto con el propósito de generar interacción entre la comunidad virtual y la hacienda agroturística, y así obtener ventas con los clientes potenciales.

**Fidelización de Clientes.** En esta octava estrategia se trabajará por crear una comunidad de clientes ya que el agroturismo es una gran oportunidad para compartir y vivir experiencias inolvidables, para ello se dispondrá de una base de datos con información de los clientes y se enviarán correos con promociones especiales y exclusivas periódicamente.

**Innovación.** Finalmente, con relación a la innovación, se propone estar en continuo aprendizaje sobre los modelos de negocio y estrategias de ventas dentro el sector turístico a fin de estar actualizados en información, recursos, tecnología y medios de difusión. Se dará prioridad a la innovación de los servicios conforme pase el tiempo y la hacienda vaya ganando solidez y experiencia en agroturismo, por ello se deja abierta la posibilidad de crear un salón para eventos y recepciones, un hidromasaje y un gimnasio construido a base de materiales naturales de la zona, ya que en la actualidad la actividad física y el deporte han tomado protagonismo en la rutina de las personas siendo así que dicha implementación puede beneficiar a la hacienda ya que será la primera hacienda agroturística en poseer un gimnasio en el medio rural.

Adicionalmente, el personal encargado de la operación agroturística estará en continua innovación de los paquetes agroturísticos aquí expuestos, las actividades, rutas e itinerarios.

**Programación de marketing anual.** El programa de marketing está elaborado en base a las fechas relevantes del año, lo cual ayudará a visualizar las temáticas que va a promocionar la hacienda durante esas fechas.

**Tabla 58**

*Programación de Marketing*

<b>Mes</b>	<b>Fechas Relevantes</b>	<b>Tema</b>	<b>Recursos</b>
<b>Enero</b>	- Año Nuevo - 26 enero, Día mundial de la educación ambiental	- Recibe año nuevo en el campo	-Promoción por año nuevo -Redes sociales - Volantes
<b>Febrero</b>	- Mes del Amor - Carnaval - Mes del Turismo	-Escapadas Románticas - San Valentín al aire libre -Carnaval	-Promoción por el mes del amor -Redes sociales - Volantes
<b>Marzo</b>	- 08 marzo, Día de la mujer - 20 marzo, Día de la felicidad - 03 marzo, Día mundial de la Naturaleza	- Mes de la mujer	-Sorteo por el día de la mujer -Redes sociales - Volantes
<b>Abril</b>	- 07 abril Día mundial de la Salud - 22 abril Día de la Tierra	- Aniversario - Ruta de la manzana (niños)	- Descuento por aniversario -Redes sociales - Volantes
<b>Mayo</b>	- Mes de la Madre	- Un descanso para mamá	-Sorteo por el día de la madre -Redes sociales - Volantes
<b>Junio</b>	- 01 junio, Día del niño - 05 junio, Mes del medioambiente - Mes del Padre	- Festeja a papá - Ruta del Cuy (niños)	-Promoción por el día del padre -Redes sociales - Volantes
<b>Julio</b>	- 07 julio, Día de la conservación del suelo	- Impulsando el emprendimiento agrícola y turístico, agroturismo	-Redes sociales - Volantes



<b>Agosto</b>	- 10 agosto, feriado día de la independencia	- Ruta Agroturística	-Redes sociales - Volantes
<b>Septiembre</b>	- Vacaciones	- Desconéctate del mundo virtual para conectarte con la naturaleza	- Concurso -Redes sociales
<b>Octubre</b>	- 04 octubre Día mundial de los animales - 10 octubre, Día mundial de la salud mental - 16 octubre, Día del agricultor y ganadero - 30 octubre, Día nacional de la agricultura familiar - Fiestas de Jima	- Cuida tu Salud Mental	-Redes sociales - Volantes
<b>Noviembre</b>	- Día de todos los santos - Día de los difuntos - Día internacional del hombre - Fiestas de Cuenca	- Disfruta el feriado en el campo	-Descuento -Redes sociales - Volantes
<b>Diciembre</b>	- Temporada Navideña	- Navidad en la naturaleza	-Promoción por navidad - Volantes -Redes sociales - Menú navideño

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

## Conclusiones

La provincia del Azuay posee importantes destinos naturales que ya se encuentran debidamente posicionados, tal es el caso del Parque Nacional Cajas, el chorro de Girón, la laguna de Busa; sin embargo, debido a la pandemia de Covid-19, el turismo rural especialmente el agroturismo está creciendo considerablemente en varios lugares no solo del Azuay sino del país, por lo que esta actividad se ha convertido en una gran oportunidad tanto para las comunidades rurales que se dedican a la agricultura y ganadería como para los turistas nacionales y extranjeros que buscan nuevos lugares como alternativas para realizar turismo ya sea por motivos de salud, recreación, relajación, deporte, etc. En consecuencia, se puede afirmar que el agroturismo da lugar a la creación de fuentes de trabajo y beneficios económicos para las familias de las comunidades rurales que han sido afectadas especialmente por la migración de personas hacia ciudades urbanas u otros países.

Debido a ello, el presente trabajo de titulación ha permitido sentar las bases para la implementación de la actividad agroturística en la Hacienda El Descanso de una manera organizada, estructurada y planificada, tomando en consideración que años atrás en la hacienda se venían realizando visitas esporádicas de manera empírica, es decir, sin contar con conocimientos previos de todo lo que conlleva la operación turística y el agroturismo; es así que de manera general se puede afirmar que se han cumplido con cada uno de los objetivos sugeridos en cada capítulo como fueron: realizar un análisis de los recursos de la hacienda, diseñar un modelo de gestión, elaborar el producto agroturístico, un plan financiero y un plan de marketing; cada uno de éstos cuentan con actividades y estrategias viables que permitirán que la actividad turística se desarrolle de manera satisfactoria.

De manera más detallada, se hace énfasis en que la Hacienda El Descanso se encuentra en un medio rural muy paisajístico con un clima agradable y apto para desarrollar un sin número de actividades de campo que van acorde a las necesidades actuales de las personas; así como

también cuenta con recursos agrícolas, ganaderos, acuícolas, apícolas y la infraestructura necesaria para implementar el agroturismo. Por su parte, los propietarios de la Hacienda El Descanso cuentan con el apoyo de las autoridades locales competentes en turismo quienes apoyan los nuevos emprendimientos en la comunidad de Cuzhig y la parroquia de Jima y han participado activamente en cada una de las etapas de elaboración del presente proyecto por lo que se presenta un proyecto acorde a las necesidades y expectativas de los mismos.

A partir de los planteamientos y estudios realizados se puede deducir que la propuesta de agroturismo en la Hacienda El Descanso es factible y viable para su desarrollo y ejecución puesto que en los resultados se evidencia que existe una demanda turística en incremento con relación al turismo rural y agroturismo, por lo cual esta actividad vendría a completar las actividades agrícolas que ya viene realizando la hacienda; no obstante, cabe recalcar que aún falta promover qué es el agroturismo y todo lo que involucra ya que se ha evidenciado el desconocimiento por parte de un número considerable de personas.

En cuanto a las remodelaciones y adecuaciones que se necesitan realizar, se estipula un periodo de seis a nueve meses para llevarlas a cabo, por lo cual, a partir del tercer trimestre del año 2023 la hacienda puede abrir sus puertas para al público en general con los servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

Económicamente, según el análisis financiero realizado, concluimos que el proyecto agroturístico refleja una gran rentabilidad ya que como se mencionó desde un inicio, el agroturismo servirá como un ingreso adicional a la actividad principal de la hacienda que es la agricultura y ganadería; por tanto, tomando en consideración el crédito que se necesita realizar, el costo beneficio resulta sumamente favorable a mediano y largo plazo. Así también, dentro de las estrategias de ventas, los precios se mantendrán accesibles para poder generar un número mayor de ingresos y por lo tanto se beneficie a la Hacienda El Descanso y su comunidad; se trabajará con proveedores

locales y se ofrecerán distintas facilidades para que el visitante o turista reciba un excelente servicio al cliente antes, durante y después de la prestación de servicios.

Por otro lado, en el Anexo E se puede verificar un plan financiero que incluye las implementaciones sugeridas en el estudio de mercado sobre un gimnasio rural, un hidromasaje y un salón de eventos. Este plan financiero paralelo ayudará a visualizar el costo beneficio de estos servicios complementarios en relación al expuesto anteriormente, lo cual ayudará a los propietarios de la hacienda a tomar las decisiones adecuadas para su emprendimiento.

En cuanto al Plan de Marketing se deduce que existen diversos medios o canales de distribución, por lo que se dará mayor énfasis al marketing digital que involucra el uso de plataformas digitales como son las redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea, página web y correo electrónico, lo cual permitirá llegar de mejor manera a los clientes potenciales y posicionar la marca y la imagen de la Hacienda El Descanso.

Finalmente, con respecto al tema académico el proyecto nos ha permitido como autoras emplear todos los conocimientos que hemos adquirido a lo largo de la carrera de turismo con asignaturas como: destinos turísticos, planificación turística, operación turística, costos y presupuestos, contabilidad, matemática financiera, gestión turística, emprendimiento, administración empresarial, estadística, desarrollo organizacional, entre otras.

### Recomendaciones

Se han planteado diversas recomendaciones para los involucrados en este proyecto de agroturismo en la Hacienda el Descanso:

En cuanto a la infraestructura turística, se debe dar importancia a los accesos viales hacia la hacienda ya que se encuentran un tanto deteriorados. También se cree necesario que se coloque la debida señalética turística tanto para la hacienda como para la comunidad, para que de esta manera los turistas que deseen llegar por sí solos puedan encontrar el lugar de manera fácil.

Se recomienda realizar la inversión correspondiente en el proyecto ya que se ha demostrado la viabilidad del mismo y estas mejoras causarán beneficios tanto para la hacienda El Descanso como para la comunidad de Cuzhig.

La infraestructura de la Hacienda del Descanso se encuentra en condiciones favorables, sin embargo, aun hacen falta ciertas remodelaciones, el amoblado de los diferentes espacios, así como también las adecuaciones en los exteriores que incluye: la delimitación de los espacios, creación de senderos, adecuación de los huertos y la zona de los animales, la colocación de señalética, entre otros, por lo que se recomienda realizar las debidas adecuaciones, modificaciones y adquisiciones necesarias para que se pueda brindar un servicio de calidad.

Por otra parte, se recomienda invertir en la capacitación del personal en temas como turismo, agroturismo, atención al cliente, guianza, tecnología, marketing, marketing digital, operación y gestión turística, etc., con el fin de que la atención al turista sea de su entera satisfacción y superen las diferentes expectativas.

Así también, se sugiere crear y mantener las alianzas estratégicas con los diferentes propietarios de las fincas, granjas y haciendas aledañas a la Hacienda El Descanso, especialmente con las propiedades que participarán en la ruta agroturística como son la Granja Integral Fernández, la Hacienda Yoli, y la Granja El Verde; y en la medida de lo posible ir extendiendo esta invitación a más haciendas que deseen formar parte. Así también se aconseja involucrar a los propietarios

de las distintas haciendas y granjas en las capacitaciones del personal de la hacienda a fin de que todos adquieran los conocimientos necesarios para llegar a cabo la actividad agroturística. Y para finalizar, es de suma importancia efectuar el seguimiento, control y monitoreo de las actividades que se realicen ya que de esta manera se puede perfeccionar y alcanzar la excelencia para la completa satisfacción del turista y la competitividad de la hacienda en relación a otras empresas del sector turístico.

## Referencias

- Alvino, C. (2021, 05 de Mayo). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. Branch Group. Consultado el 13 de febrero de 2022. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/>
- Andrade, M.A. (2014). *Historia del agroturismo en el cantón Cuenca*. [tesis de maestría, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional. <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3747/1/10415.pdf>
- Andrade, M. A. y Ullauri, N. (2015). Historia del agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 13(5), 1199-1212. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88142120014.pdf>
- Argudo, J. (2009). *Zhima, Shima, Xima, Cima, Jimia, gima, Jima, «Un pueblo que nació en la prehistoria»*. Editorial Don Bosco.
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Informe de resultados Cuentas Nacionales Trimestrales* (Reporte n.º 117). Consultado el 13 de febrero de 2022. <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp>
- Bardón, E. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios Turísticos*. 108, 61-83. Recuperado de [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/55167.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/55167.pdf)
- Brume, M.J. (2019). Estructura organizacional. Recuperado de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>

- Cavallo, L.F. (2013). Rutas turísticas europeas en el marco de las figuras UNESCO. *Revista Geográfica Valpo*. 48, 03-16. Recuperado de [https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20180316/20180316172648/48\\_1.pdf](https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20180316/20180316172648/48_1.pdf)
- Feedback Networks Technologies. (2013). *Formula de Navarra*. Consultado el 15 de diciembre del 2021. <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
- Finca Yaussa Agroturística (s.f.). *Historia de la Finca Yaussa*. Consultado el 08 de agosto del 2021. <https://www.yaussa.com/finca-agroturistica/>
- Franco, R.O., Guamán, S.E., y Escandón, L.R. (2015). *Propuesta para la implementación de agroturismo en la Hacienda “El Gullán” de la Universidad del Azuay*. [tesis de pregrado, Universidad del Azuay] Repositorio Institucional. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5100>
- Fundación CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA*. Recuperado de <https://www.codespa.org/app/uploads/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario.pdf>
- Fundación CODESPA. (2010). *Manual de buenas prácticas en la actividad turística*. Recuperado de <https://www.codespa.org/app/uploads/manual-buenas-practicas-turismo-rural-comunitario.pdf>
- Eshun, G., Agbadze, E. and Asante, C. (2014). Agroturismo, emprendimiento y habilidades: un caso de granjas avícolas en la metrópolis de Kumasi, Ghana. *Revista africana de hotelería, turismo y ocio*. 3(2), 1-10. [http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_44\\_vol\\_3\\_2\\_july\\_2014.pdf](http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_44_vol_3_2_july_2014.pdf)
- García, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *Cultur*. 11(02), 81-108. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570>



Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Jima. (2020). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jima. Recuperado de [https://gobiernojima.gob.ec/azuay/wp-content/uploads/2021/09/Consolidado\\_PDOT\\_Jima.pdf](https://gobiernojima.gob.ec/azuay/wp-content/uploads/2021/09/Consolidado_PDOT_Jima.pdf)

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Jima. (s.f.). *Datos generales de la parroquia Jima*. Consultado el 30 de julio del 2021. <https://gobiernojima.gob.ec/azuay/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Jima. (2015). Estudio territorial de la parroquia Jima. Recuperado de <http://gobiernojima.gob.ec/azuay/wp-content/uploads/2015/01/Estudio-Territorial-Jima-version-final.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sigsig. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Sigsig. Recuperado de <https://www.sigsig.gob.ec/download/actualizacion-del-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-del-canton-sigsig-2015/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *Proyecciones Poblacionales*. Consultado el 10 de diciembre del 2021. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *Indicadores financieros nacionales*. Consultado el 10 de febrero del 2022. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-enero-2022/>

Kasperek, M. (2002). *El agroturismo y la variedad agropecuaria. Folleto informativo. Hojas temáticas People & biodiv*. Recuperado de [http://www.hubrural.org/IMG/pdf/gtz\\_agrotourismus\\_sp.pdf](http://www.hubrural.org/IMG/pdf/gtz_agrotourismus_sp.pdf)

Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. (12° ed). Pearson Educación.

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod\\_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller\\_2006%29.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf)

Klotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C., García de Madariaga, J. y Flores, J. (2011). *Marketing*

*Turístico*. (5° ed.). Pearson Educación. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. (14° ed). Pearson Educación. Kotler y

Keller 2012 <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

Klotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del marketing*. (11° ed.). Pearson Educación.

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Lerdón, J. (s.f.). Contabilidad de gestión agropecuaria. Recuperado de

[http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01\\_16\\_54\\_Contabilidad\\_de\\_Gestion\\_Agropecuaria.pdf](http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01_16_54_Contabilidad_de_Gestion_Agropecuaria.pdf)

Marcó, F., Loguzzo, H.A., y Fedi, J.L. (2016). *Introducción a la gestión y administración de las*

*organizaciones* (2° ed.). Universidad Nacional Arturo Jauretche. Recuperado de <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>

Martínez, H.E., (2008). *Diccionario de hospitalidad*. Gráficas Cobos.

Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el

análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides Et Ratio*. 7(81), 67-85.

Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf)

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2018). *Productores promueven recorrido por granja agroturística en El Oro*. Consultado el 08 de agosto del 2021.

<https://www.agricultura.gob.ec/productores-promueven-recorrido-por-granja-agroturistica-en-el-oro/>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2014). Plan de inversiones y económico-financiero.

Recuperado de <https://www.ajeasturias.com/wp-content/uploads/2014/04/plan-de-inversiones-economico-financiero.pdf>

Ministerio de Turismo. (2021). *“Ruta de la pitahaya” activa el agroturismo en Palora*. Consultado el 08 de agosto del 2021. <https://www.turismo.gob.ec/ruta-de-la-pitahaya-activa-el-agroturismo-en-palora/>

Ministerio de Turismo. (2020). *Galápagos apuesta por la estrategia de agroturismo*. Consultado el 08 de agosto del 2021. <https://www.turismo.gob.ec/galapagos-apuesta-por-la-estrategia-de-agroturismo/>

Ministerio de Turismo. (2021). *Guía “Vuelve al campo” busca reactivar el turismo rural*. Consultado el 07 de agosto del 2021. <https://www.turismo.gob.ec/guia-vuelve-al-campo-busca-reactivar-el-turismo-rural/>

Ministerio de Turismo (2021). *La reactivación continúa en agosto, mes de las haciendas y el turismo rural*. Consultado el 19 de agosto del 2021. <https://www.turismo.gob.ec/la-reactivacion-continua-en-agosto-mes-de-las-haciendas-y-el-turismo-rural/>

Ministerio de Turismo (2018). Reforma del Reglamento de Alojamiento. 8-10. Quito.

Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/12/reforma-2018-Reglamento-ALojamiento.pdf>

Ministerio de Turismo. (8 de noviembre de 2020). *Manual de señalización turística*. [Archivo PDF]. 160-181.

[https://drive.google.com/file/d/1KTM8blATZSyWfR1\\_HFTaifQX4RHjMxjT/view](https://drive.google.com/file/d/1KTM8blATZSyWfR1_HFTaifQX4RHjMxjT/view)

Moral-Moral, M., Fernández-Alles, M.T., y Sánchez-Franco, M.J. (2019, 14 de enero). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista ESPACIOS*. 40(01), 03-17. Recuperado de

<http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p03.pdf>

Morales, E.G. (2013). *El agroturismo y su aporte al desarrollo turístico del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua*. [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional.

[http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5192/1/Tth\\_2013\\_129.pdf](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5192/1/Tth_2013_129.pdf)

Muñoz, J. (2008). *Contabilidad Financiera*. Recuperado de

<http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/529/1/Contabilidad%20Financiera%20Mu%C3%B1oz%20Jimenez.pdf>

Naciones Unidas. (2001). *El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. Informe*. (Desarrollo productivo CEPAL, serie 112). Unidad de Desarrollo Agrícola División de Desarrollo Productivo y Empresarial.

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4503/S0111940\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4503/S0111940_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Organización de las Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo. (2008).

Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008. *Asuntos Económicos y Sociales. Serie M. (83)1*. Recuperado de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf)

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.* 35(1), 227-232. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Paredes, S. P. (2017). *Modelo de gestión turística como instrumento de planificación y gestión caso: Parque recreacional y bosque protector Jerusalem provincia de Pichincha – Ecuador* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio institucional <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/123456789/13046/TESIS%20FINAL%20SANDRA%20PAREDES%2014%20FEBRERO%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Porter, M. (1982). *Ventaja competitiva*. Editorial Rei Argentina. S.A. [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos\\_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

Pozo, J. A. (2015). *Diseño de un Producto Turístico para las Comunidades de Gualchán, Espejo Nº 2 y las Juntas, El Goaltal - Carchi* [tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6754/1/T-UCE-0004-027.pdf>

Pumares, A.C. (2019). El agroturismo: una opción para el Desarrollo Económico de Ich-Ek, Hopelchén, Campeche. *I.C. Investig@ción.* 15, 45-63. Recuperado de [https://instcamp.edu.mx/wp-content/uploads/2019/05/Ano2019No15\\_45\\_63.pdf](https://instcamp.edu.mx/wp-content/uploads/2019/05/Ano2019No15_45_63.pdf)

- Rainforest Alliance. (2005). *Buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/00274490582d97f7a0664>
- Real Academia Española. (2020). Mueble. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 01 de noviembre del 2021. <https://dle.rae.es/mueble>
- Real Academia Española. (2020). Menaje. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 01 de noviembre del 2021. <https://dle.rae.es/menaje>
- Real Academia Española. (2020). Sostenible. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 11 de noviembre del 2021. <https://dle.rae.es/sostenible>
- Real Academia Española. (2020). Logotipo. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 15 de febrero del 2022. <https://dle.rae.es/logotipo>
- Real Academia Española. (2020). Isologo. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 15 de febrero del 2022. <https://dle.rae.es/isologo>
- Real Academia Española. (2020). Slogan. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario) Consultado el 15 de febrero del 2022. <https://dle.rae.es/slogan>
- Riveros, H. y Blanco, M. (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Recuperado de [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)
- Roldán, P. N. (2017, 01 de mayo). *Análisis financiero*. Economipedia.com. Consultado el 15 de Noviembre del 2021. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

- Roldán, P.N. (2017, 21 de agosto). Recursos naturales. Economipedia.com. Consultado el 19 de Mayo del 2022. <https://economipedia.com/definiciones/recursos-naturales.html>
- Silva, M.P. (2018). *Evaluación de la participación comunitaria en el agroecoturismo sostenible en las fincas El Trapiche, Highland View y su impacto ambiental, social y económico en la población El Cascajo, isla Santa Cruz*. [tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador sede Galápagos]. Repositorio Institucional.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15087/1/T-UCE-0004-TE013-2018.pdf>
- Solsona, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencias*. 10(2), 25-35.  
Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610204.pdf>
- Terrazas, R.A. (2009). Modelo conceptual para la gestión de proyectos. *Perspectivas*. 24, 165-188. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160009.pdf>
- Tirado, J.G. (2017). La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo. *Cuadernos Gráficos*. 56(3), 312-332. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/171/17154972015.pdf>
- Universidad del Pacífico. (2017). Manual de funciones y descripción de cargos. Recuperado de [http://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file\\_1\\_23.pdf](http://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file_1_23.pdf)
- Veschi, B. (2019). Etimología de agropecuaria. En *Etimología origen de la palabra*. Consultado el 28 de Julio del 2022. <https://etimologia.com/agropecuaria/>
- Yermano, E., y Correa, L. (2011). *Libro "Contabilidad administrativa un enfoque gerencial de costos"* [tesis de pregrado, Universidad ACESI]. Repositorio Institucional  
[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/66580/1/libro\\_contable\\_administrativo.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66580/1/libro_contable_administrativo.pdf)

Zambrano-Mieles, J., Zambrano-Burgos, R., Mieles-Cevallos, D., y Castelo-González, J. (2017).

Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el cantón

Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*. 10(25), 103-110. Recuperado de

<http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/628/493>



## Anexos

### Anexo A

*Diseño Trabajo de Titulación, Propuesta de Agroturismo*

**Aprobado**  
Por el Consejo Directivo el 02/06/2021



**ANA LUCIA  
SERRANO  
LOPEZ**

Firmado digitalmente  
por ANA LUCIA  
SERRANO LOPEZ  
Fecha: 2021.06.03  
12:04:30 -05'00'

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

**PROPUESTA DE AGROTURISMO PARA LA HACIENDA  
EL DESCANSO DEL CANTÓN SIGSIG, PROVINCIA DEL AZUAY**

**Proyecto de Intervención previo a la obtención del título de:**

Ingeniera en Turismo – Licenciada en Turismo

**Línea de Investigación:** Turismo en espacios rurales y comunitarios

#### **TUTOR:**

Mgt. Sandra Chicaiza Déleg

#### **AUTOR:**

Erika Daniela Lituma Yascaribay

Tania Paola Guailas Sumba

**CUENCA - ECUADOR**

**Mayo, 2021**

## 1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Propuesta de Agroturismo para la Hacienda El Descanso del cantón Sigsig, provincia del Azuay.

## 2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Erika Daniela Lituma Yascaribay / daniela.litumay@ucuenca.edu.ec

Tania Paola Guailas Sumba/ tania.guailas@ucuenca.edu.ec

## 3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La Hacienda El Descanso, ubicada en el cantón Sigsig, provincia de Azuay, tiene una extensión de veinticinco hectáreas. Su principal fuente de ingresos es la actividad ganadera y agrícola. Posee gran variedad de recursos naturales como: bosques, lagos naturales y artificiales, piscinas de pesca, cultivo de distintos tubérculos, vegetales y hortalizas. Por ello, se abre ante nosotros un amplio campo de posibilidades para realizar la propuesta de agroturismo que contribuya a mejorar la economía del lugar.

Los objetivos a completar tenemos: primero, levantar la línea base con visión turística de los recursos con los que cuenta la hacienda en la actualidad, a partir de lo cual se plantearán las actividades para el agroturismo. Segundo, diseñar un modelo de gestión turístico que permita el manejo adecuado del agroturismo en la hacienda. Tercero, elaborar un plan de marketing para impulsar la propuesta de agroturismo.

La metodología tendrá un enfoque mixto: cualitativa y cuantitativa. Entre las principales técnicas cualitativas que se emplearán en el proyecto tenemos: la revisión de fuentes bibliográficas, entrevistas semiestructuradas y la observación de campo. Por otra parte, para el análisis cualitativo en el estudio de mercado se empleará como herramienta la encuesta estructurada, que posteriormente serán analizadas por medio del software PSPP y Excel. Finalmente, para el Plan de Marketing se utilizará el modelo de las 4Ps del Marketing de Michael Porter 2008.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La Hacienda El Descanso posee una extensión de veinticinco hectáreas, está ubicada a una hora veinte minutos de la ciudad de Cuenca, en la parroquia Jima, comunidad Cuzhig, sector El Descanso. Posee recursos naturales adecuados para realizar actividades turísticas y de recreación propios de las áreas rurales, como ejemplo podemos mencionar la siembra y cosecha de alimentos, ordeño de leche, elaboración de conservas, participación en las actividades de la vida cotidiana, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales, etc. Estos trabajos de campo se combinan con caminatas, avistamiento de aves, cabalgatas, pesca, visita a lagunas, cascadas y ríos, entre otras actividades de recreación al aire libre. Así también se cuenta con la apertura total de sus propietarios para la realización de la propuesta. Por todas estas razones la hacienda El Descanso es idónea para la realización del proyecto de intervención.

El proyecto va dirigido a que se aprovechen todos estos recursos que hasta la actualidad no están siendo gestionados, los visitantes o turistas se beneficiarán con cada experiencia genuina y de calidad, además de que represente un beneficio económico extra para los propietarios y habitantes del lugar, ya que se espera que el agroturismo beneficie a toda a toda la comunidad de Cuzhig. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2020), “El turismo puede ser una forma eficaz de abrir oportunidades socioeconómicas para las comunidades rurales. Puede ayudar también a aumentar el atractivo y la vitalidad de esos territorios” (p.4). Peralta y Li (2017) definen al agroturismo como una actividad que brinda a agricultores y comunidades de carácter rurales, la oportunidad de integrar a la actividad agropecuaria con el desarrollo de una actividad recreativa de tipo turístico.

Con relación a la pandemia que surgió a finales del año 2019 del coronavirus o COVID-19, el agroturismo juega un papel importante en el desarrollo rural, ya que el turismo en zonas rurales ofrece oportunidades para la recuperación no solo económica sino social, debido a que los visitantes o turistas en la actualidad buscan visitar destinos alejados, menos poblados y que ofrezcan actividades al aire libre. Adicionalmente con

estas actividades se busca proteger los recursos naturales dándole poder y desarrollo a las comunidades locales sin dejar a nadie atrás.

La comunidad de Cuzhig, del quichua, “Cuzhig”, significa “Alegría, Felicidad”, el nombre se debe a la ubicación geográfica, ya que se trata de un lugar vistoso, a 9,5 kilómetros del centro de la parroquia Jima. Todos sus habitantes participan en la actividad ganadera y su principal fuente de ingreso es la venta de leche, no posee un estudio con visión al turismo, pero poseen los elementos necesarios para realizarlo. Por ello, tanto los propietarios como nosotras, futuras profesionales, vemos en el agroturismo una gran oportunidad para el desarrollo y sustento local.

Por otro lado, a nivel particular de la Hacienda El Descanso, es necesario darle a la actividad productiva de la hacienda la formalidad necesaria para que ésta pueda tener éxito en el tiempo, donde las labores agrícolas y el agroturismo interactúen adecuada en beneficio de sus propietarios, siendo entonces necesario un modelo de gestión que se adapte a la realidad actual y futura.

Por todo lo mencionado anteriormente podemos concluir que los resultados obtenidos de la propuesta de agroturismo esperan beneficiar a todos los actores involucrados de manera directa o indirecta: a la comunidad en general, propietarios y turistas que opten por el agroturismo como una alternativa de recreación. Además, beneficiará a la comunidad universitaria que podrá utilizar el estudio como base para futuros análisis y propuestas en lo referente al agroturismo.

## **5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Para la propuesta de agroturismo para la Hacienda El Descanso, ha sido necesaria la revisión bibliográfica de los siguientes autores, los mismos que contribuirán al desarrollo del marco conceptual.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en coordinación con otras entidades ha preparado una guía para el correcto desarrollo del turismo rural post-covid19, el cual nos provee de las estrategias necesarias para que el turismo interactúe con otros sectores económicos diferentes a los habituales, entre ellos el turismo rural. Según

el mismo el 2020 es el Año del Turismo y el Desarrollo Rural, la sostenibilidad del turismo en las zonas rurales solo será posible si se adopta y ejecuta una estrategia de planificación global e inclusiva, basada en un enfoque participativo. (OMT, 2020, pp.7, 8) Lo mencionado por la OMT da luz verde para mirar al turismo en espacios rurales y específicamente al agroturismo como una oportunidad de renacimiento del turismo en tiempos de Covid-19 y post Covid-19 tomando en cuenta que no sabemos cuánto durará esta crisis mundial y se necesitan crear alternativas para la dinamización del turismo y la economía.

Es importante entonces seguir los pasos adecuados para que nazca el turismo en espacios rurales y que permanezca a través del tiempo. Según Riveros y Blanco (2003), el turismo en espacios rurales es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural; incluye diferentes modalidades de turismo, entre ellas el turismo rural, ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de salud, y turismo deportivo. (p.11)

Al conocer las diferentes modalidades de turismo, hacemos hincapié en el agroturismo y sus inicios en nuestro país. Según Andrade y Ullauri, “Los inicios del agroturismo en Ecuador no han sido registrados, sin embargo, es seguro que fue posterior a la Reforma Agraria de 1964 en donde se motivó el desarrollo agrícola nacional” (2015, p. 1200)

Para los mismos autores Andrade y Ullauri, el Agroturismo es la práctica en la cual el agricultor ofrece servicios de alojamiento y alimentación, pudiendo estar complementado por otras actividades. El visitante o turista puede participar activamente de las tareas del campesino o ser mero espectador. (2015, p. 1202), en este contexto la comunidad de Cuzhig se encuentra en un medio cien por ciento rural, donde la mayoría de sus habitantes se dedican a la agricultura y ganadería y ven en éstos sus principales

fuentes de ingresos; y lo más esencial, cuentan con recursos para atraer la mirada de visitantes que aman el contacto con la naturaleza y las actividades al aire libre.

Además, la comunidad de Cuzhig dispone de elementos culturales y naturales listos para ser conocidos. Para Blanco and Wienke (2014) el agroturismo no solo de basa en el aprovechamiento de los atractivos propios de tipo agrícola, sino que además aprovecha la puesta en valor recursos o características propias del sitio como son los elementos gastronómicos, artesanales, eventos, entre otros. (p. 20)

Acotando a lo anterior, el agroturismo permite que toda la comunidad obtenga ingresos económicos brindando diversas opciones de distracción, por lo tanto, la parroquia Jima, como el propio cantón Sigsig se beneficiarán de la actividad agroturística como se menciona a continuación: Los beneficios del Agroturismo trascienden la actividad turística como mera oferta para un segmento de mercado específico. Es importante entenderlo como una herramienta de desarrollo que colabora con la organización comunitaria, valoriza prácticas y saberes tradicionales que se reflejan en un fortalecimiento de la identidad local y permite la generación de oportunidades para que los jóvenes no migren a las grandes ciudades. (Peralta y Li, 2017, p. 45)

Los autores Riveros y Blanco (2010) mencionan que el agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. (p. 21) Tomando en cuenta estas palabras, la Hacienda El Descanso es un lugar idóneo para la el agroturismo ya cuenta con varios elementos de orden agrícola y ganadero, se sitúa en un lugar rural, tiene una extensión considerable y está dotado de varios recursos naturales que podrían captar la atención de visitantes.

Por otro lado, Cejas y Albán señalan que el agroturismo forma parte del turismo sustentable ya que al ser los productores quienes interactúan directamente con los turistas vienen a ser guías empíricos (...) por lo tanto para ellos no es necesario contratar guías externos. (2018, pág. 50) lo que se traduce en beneficio para la hacienda pues no se necesita personal externo, a través de una buena capacitación todo el personal que actualmente labora ahí puede desempeñar las labores que tienen que ver con el turismo.

Así también hemos visto importante dentro de la propuesta de agroturismo para la Hacienda El Descanso hablar de sostenibilidad. Eshun et al. (2014) aportan indicando que “el agroturismo es una estrategia sostenible que busca incrementar la conciencia ambiental, reducir la contaminación y procurar el buen vivir de las comunidades que se desenvuelven a su alrededor” (p.9).

El agroturismo debe competir con otras modalidades turísticas posicionadas en el mercado, como el ecoturismo y el turismo de aventura, por lo que es necesario que su oferta sea resultado de un proceso serio de planificación y ejecución, con una visión a largo plazo. (Blanco y Rivero, 2010, p.121); es así que si queremos que nuestra propuesta tenga un impacto positivo y genere beneficios debemos realizar un estudio completo, esto incluye el planteamiento de un modelo de gestión, que será como la columna vertebral del agroturismo en la Hacienda El Descanso.

García (2017) destaca que “la gestión turística es fundamental dentro de la planificación, organización, ejecución y control de las actividades dentro del turismo, más aún si se pretende llevar a cabo de manera sostenible y consciente” (p. 89). Por lo tanto como ya hemos mencionado la hacienda necesita contar con un correcto modelo de gestión turística ya que es una herramienta que ayuda a la coordinación de toda la actividad agroturística.

Dentro de la gestión se debe realizar un estudio de mercado, Miranda (2005) acota que, se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permita determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad (p. 90). Aguilar define que el estudio de mercado, por tanto, permite analizar el comportamiento de la oferta y la demanda, principalmente, pero también presta atención a los proveedores del servicio turístico propuesto. (Aguilar, 2015. p. 37)

Con respecto a lo que involucra la gestión turística, se debe agregar también un análisis financiero o económico pertinente sobre la hacienda. Córdoba (2011) también manifiesta que, el estudio financiero es “la especificación de las necesidades de los recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas, su forma de financiación, y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto” A su vez expresa que “el análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras. También es importante definir las opciones estratégicas de la decisión en un contexto dinámico”. (pp. 16,187)

Finalmente, en la hacienda El Descanso se va desarrollar una apropiada promoción y plan de marketing. Se entiende por plan de marketing al proceso de planificación empresarial que determina las mejores oportunidades de negocio para la empresa y describe las líneas de acción respecto a cómo captar y mantener posiciones en los mercados identificados. (Westood, 2016)

Concluyendo, la propuesta de agroturismo busca ser viable para las personas involucradas, quienes tienen la posibilidad de hacer de su labor cotidiana un atractivo turístico que genere ingresos complementarios para una mejora de su calidad de vida y la de sus familias.



## **6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de agroturismo para la Hacienda El Descanso del cantón Sigsig, provincia del Azuay.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Levantar una línea base con visión turística de la Hacienda El Descanso.
2. Diseñar un Modelo de Gestión para el agroturismo en la Hacienda El Descanso.
3. Elaborar un Plan de Marketing para impulsar la propuesta de agroturismo.

### **METAS**

Presentar una propuesta viable para actividades de agroturismo en la Hacienda El Descanso que permita proveer de una nueva fuente de ingresos, así como para impulsar el desarrollo local.

### **TRANSFERENCIA DE RESULTADOS**

La Propuesta de Agroturismo una vez concluida será presentada y socializada a los propietarios de la Hacienda El Descanso, trabajadores y habitantes de la comunidad de manera que puedan conocer más a fondo los objetivos del agroturismo. De manera similar los resultados serán compartidos en el repositorio de la Universidad de Cuenca que podrá servir para futuros emprendimientos en materia de agroturismo.

### **IMPACTOS**

La propuesta de agroturismo generará impactos económicos, sociales, ambientales y turísticos para los actores involucrados y su entorno.

**Impacto Económico:** Las actividades agroturísticas generarán ingresos adicionales a las actividades que realiza la Hacienda El Descanso normalmente; también generará mayores fuentes de empleos para los habitantes del sector, promoviendo así el desarrollo local

**Impacto Social:** Con la finalización del proyecto de intervención se pretende incentivar a la sociedad a realizar actividades recreativas y de ocio en áreas agrícolas que tienen mucho para ofrecer como es la Hacienda El Descanso.

**Impacto Ambiental:** a través del agroturismo se puede impulsar la concientización, cuidado y manejo de las áreas rurales con el fin de preservar el medio ambiente.

**Impacto turístico:** La propuesta de agroturismo en época de pandemia debido al COVID-19 tendrá su principal impacto dentro del sector turístico ya que servirá de instrumento para reactivar y dinamizar este sector de la economía que se ha visto afectado y estancado durante todo el año 2020, lo que se traduce en desarrollo turístico del cantón Sigsig.

## 7. TÉCNICAS DE TRABAJO

La propuesta de agroturismo para la Hacienda El Descanso tiene un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo.

Para el primer objetivo sobre levantar la línea base con visión turística de la hacienda, se iniciará con la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias, también se emplearán técnicas como: observación directa, grupos focales y entrevistas estructuradas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) que nos permitirán identificar y valorar cada uno de los aspectos conforman el producto turístico.

Para el segundo objetivo sobre el Modelo de Gestión, el estudio de mercado se utilizará la herramienta de encuestas estructuradas propio de la investigación cuantitativa. Para lo cual se realizará previamente un muestreo probabilístico en la categoría: aleatorio simple, que será calculado mediante la fórmula:

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

Dónde en la Ecuación 1:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

z= Nivel de confianza (95%), el valor a utilizar es de 1,95.

p= Probabilidad de éxito, corresponde al 0,5.

q= Probabilidad de fracaso, corresponde al 0,5.

d= Límite para el error de estimación. Se considerará un límite del 10%.

La población a estudiar serán los habitantes de los principales polos de desarrollo turístico local que incluye la población de Cuenca, Gualaceo y Sigsig. Posteriormente, la información obtenida será procesada a través del software PSPP. El alcance será descriptivo, ya que se busca las cualidades y preferencias de compra del mercado potencial.

Para el análisis financiero se tomarán en cuenta las variables: inversión, medios de financiamiento y gastos variables, entre otras variables financieras, las mismas que serán procesados a través del software Microsoft Excel 2010, que nos develará el estado financiero real y potencial de la propuesta de agroturismo.

Finalmente, para el tercer objetivo que trata sobre elaborar un Plan de Marketing se utilizará el modelo planteado por Michael Porter (2008) de las 4Ps de marketing. Este modelo nos permitirá generar estrategias para el producto, precio, plaza y promoción, acorde a las necesidades de la Hacienda El Descanso.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Flores, M. C. (2015). *Estudio de factibilidad para implementar el agroturismo en la hacienda La Magdalena de Chigua, parroquia Juan Montalvo perteneciente al cantón Latacunga* [Tesis de Pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas]. <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10555/T-ESPEL-ITH-0030.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Andrade, M. y Ullauri, N. (2015). Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 13(5), 1199-1212. [http://www.pasosonline.org/Publicados/13515/PS515\\_14.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_14.pdf)

Blanco, M. y Riveros, H. (agosto de 2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local, *Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR)*. [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)

Blanco, M. y Riveros, H. (2010). *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica; El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Blanco, M. y Wienke, H. (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales, *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)*. 11-82. <http://repiica.iica.int/docs/B3389e/B3389e.pdf>

Carrera Barros, C. C. (2016). *Proyecto De Factibilidad Agroturístico En La Finca Rancho Trojapamba De La Parroquia Calderón, Cantón Quito, Provincia De Pichincha* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Loja modalidad de estudios a distancia].

[https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13796/1/Carrera\\_Carlos\\_Tesis\\_Agroturismo%20Abril%2027-2016.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13796/1/Carrera_Carlos_Tesis_Agroturismo%20Abril%2027-2016.pdf)

Cejas, M. y Albán, C. (2018). El agroturismo: eje dinamizador en el desarrollo de Ecuador, *Revista Agrollanía*, 15(enero-diciembre), 50-57. <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/agrollania/2018/ARTICULO9.pdf>

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. 2.<sup>a</sup> ed. Ecoe Ediciones.

Eshun, G., Agbadze, E. and Asante, C. (2014). Agroturismo, emprendimiento y habilidades: un caso de granjas avícolas en la metrópolis de Kumasi, Ghana. *Revista africana de hotelería, turismo y ocio*. 3(2), 1-10. [http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_44\\_vol\\_3\\_2\\_july\\_2014.pdf](http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_44_vol_3_2_july_2014.pdf)

Galarza Villalba, M. y Galarza Bravo, F. (2018). Desarrollo Sostenible del Agroturismo en comunidades rurales de carácter agrícola. *Revista Ciencia e Investigación*, 3(10), 27-32. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol3iss10.2018pp27-32p>

García, N. (11 de junio de 2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR*. 11(2), 81-108. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6311570.pdf>

Maldonado, S. (8 de mayo de 2017). *Relación entre la Administración y el Turismo*. <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/05/relacion-entre-la-administracion-y-el.html>

Miranda, Miranda, J.J. (2005). *Gestión De Proyectos Identificación – Formulación-Evaluación Financiera –Económica – Social – Ambiental*. 4.<sup>a</sup> ed. La academia.

Organización Mundial del Turismo (27 de septiembre de 2020), Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural – Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva, *UNWTO*. <https://doi.org/10.18111/9789284422210>

Peralta, J. y Li, S. (septiembre de 2017). Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. *Estación Experimental Agroforestal Esquel*. [https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta\\_eeaf\\_esquel\\_agroturismo\\_092017.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eeaf_esquel_agroturismo_092017.pdf)

Westood, J. (2016). *Preparar un plan de marketing*. PROFIT Editorial

Red CIMAS. (2010). *Metodologías participativas manual*. [http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)

Universidad de Cuenca. (2015). Herramientas para la participación social. *Revista ACORDES - Edición Especial*. <http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2015/11/GUIA-HERRAMIENTAS-PARA-LA-PARTICIPACION-SOCIAL.pdf>

## 9. TALENTO HUMANO

RECURSO	DEDICACIÓN	VALOR \$
Director/a	1 HORA / SEMANA / 12 MESES	720,00
Erika Daniela Lituma Yascaribay	5 HORAS / SEMANA / 12 MESES	860,00
Tania Paola Guailas Sumba	5 HORAS / SEMANA / 12 MESES	860,00
<b>TOTAL</b>		2440,00

**Fuente:** Manual para trabajos de titulación  
**Elaboración:** Erika Lituma – Tania Guailas

## 10. RECURSOS MATERIALES

CANTIDAD	RUBRO	VALOR \$
1	Cámara de fotos/video	250,00
1	Teléfono Celular	250,00
1	Memoria USB (16G)	16,00
2	Libretas	3,00
8	Esferográficos	3,20
3	Carpetas	1,50
2	CD	2,00
	Impresiones – copias	60,00
<b>TOTAL</b>		<b>585,70</b>

**Fuente:** Manual para trabajos de titulación  
**Elaboración:** Erika Lituma – Tania Guailas

## 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Propuesta de Agroturismo para la Hacienda El Descanso del cantón Sigsig, provincia del Azuay

DURACIÓN: 12 meses

ETAPAS		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																																	
		ACTIVIDADES	DURACIÓN 12 MESES																																																
			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 10				MES 11				MES 12				
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ETAPA 1	1.1. Recolección, organización, discusión y análisis de la información.	█																																																	
ETAPA 2	2.1. Planteamiento de las actividades de agroturismo de acuerdo a la información previa y el trabajo de campo													█																																					
ETAPA 3	3.1. Planteamiento del modelo de Gestión, plan de marketing y estudio financiero.																									█																									
	3.2. Integración de la información.																																					█													
	3.3. Redacción del trabajo.	█												█												█												█													
	3.4. Revisión final.																																					█													

**Fuente:** Manual para trabajos de titulación  
**Elaboración:** Erika Lituma – Tania Guailas



## 12. PRESUPUESTO

### Propuesta de Agroturismo para la Hacienda El Descanso del cantón Sigüig, provincia del Azuay

<b>Concepto</b>	<b>Aporte del estudiante \$</b>	<b>Otros aportes \$</b>	<b>Valor total \$</b>
<b>Talento Humano</b>			<b>2440,00</b>
Director/a		720,00	
Erika Daniela Lituma Yascaribay	860,00		
Tania Paola Guailas Sumba	860,00		
<b>Gastos de movilización</b>			<b>170,00</b>
Transporte	120,00		
Alimentación	50,00		
<b>Gastos de la investigación</b>			<b>210,40</b>
Materiales de escritorio	30,40		
Impresiones	60,00		
Internet	120,00		
<b>Equipos, laboratorio y maquinaria</b>			<b>700,00</b>
Computadora y accesorios			
Equipo de bioseguridad: trajes,	500,00		
maskarillas, guantes, gafas	200,00		
<b>Otros</b>			<b>100,00</b>
Imprevistos	100,00		
<b>TOTAL</b>			<b>3620,40</b>

**Fuente:** Manual para trabajos de titulación

**Elaboración:** Erika Lituma – Tania Guailas

## 13. ESQUEMA

**INDICE**

**ABSTRACT**

**AGRADECIMIENTOS**

**DEDICATORIA**

**INTRODUCCIÓN**

**CAPITULO 1: LEVANTAMIENTO DE LA LINEA BASE CON VISIÓN  
TURÍSTICA DE LA HACIENDA EL DESCANSO**

1.1 Generalidades del cantón Sigsig

1.2 Hacienda El Descanso

1.2.1 Recursos turísticos

1.2.2 Recursos agrícolas y ganaderos

1.2.3 Actividades agroturísticas

**CAPÍTULO 2: MODELO DE GESTIÓN PARA LA HACIENDA EL DESCANSO**

1.3 Modelo de Gestión de la Hacienda El Descanso

3.1 Estudio de Mercado

3.2.1 Análisis y resultados de la demanda/oferta

3.2 Análisis financiero

3.2.1 Indicadores financieros

3.2.2 Flujo de fondos

**CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING**

4.1 Objetivos del plan de marketing

4.2 Marketing Mix

3.2.1 Producto

3.2.2 Precio

3.2.3 Promoción y publicidad

3.2.4 Plaza

**CONCLUSIONES**

**BIBLIOGRAFIA**

**ANEXOS**

## Anexo B

*Mapeo de actores involucrados directa e indirectamente en el Proyecto de Agroturismo de la Hacienda El Descanso*

GRUPO	SUB GRUPO	ACTORES	FUNCIÓN CON RELACIÓN AL PROYECTO	CRITERIOS PARA LA INTERVENCION	OBJETIVO ESPECIFICO CON RELACIÓN AL SITIO
<b>Sector Público</b>	<b>Instituciones</b>	Ministerio de Turismo	Regulación y control	Político, Técnico	Regula el turismo a nivel nacional.
		GAD Provincial del Azuay	Regulación y control	Político, Social	Promover el desarrollo de proyectos y actividades turísticas en el Azuay.
		Fund. Turismo para Cuenca	Publicidad	Político, Social	Impulsar y promover el turismo.
		GAD Municipal Sigsig	Regulación	Político Técnico	Promover el desarrollo de proyectos y actividades turísticas a nivel cantonal.
		GAD Parroquial Jima	Regulación	Político, Técnico	Trabajar por el desarrollo local de Jima
		Ministerio del Ambiente	Regulación	Técnico	Regula las políticas ambientales.
		Ministerio de Agricultura y Ganadería	Regulación	Técnico	Regula las actividades agrícolas.
	Ministerio de Obras Públicas y Transporte	Ejecución	Técnico Ejecutor	Evaluar y ejecutar obras públicas y de transporte	
	<b>Universidades</b>	Universidad de Cuenca	Investigación y planificación	Técnico Ejecutor	Aportar con la planificación de proyectos turísticos
<b>Sector Privado</b>	<b>Empresas Privadas</b>	Prestadores de Servicios Turísticos	Social y beneficiario	Turístico Económico	Beneficiarios indirectos del proyecto
		Artesanos, Comerciantes	Social y beneficiario	Económico	Beneficiarios indirectos del proyecto
	<b>Ciudadanía</b>	Población de Jima	Social y beneficiario	Social	Beneficiarios indirectos del proyecto
		Comunidad de Cuzhig	Social y beneficiario	Social	Beneficiarios indirectos del proyecto
		Turistas Nacionales e Internacionales	Social y beneficiario	Turístico Económico	Beneficiarios directos del proyecto
		GAD Parroquiales cercanos	Político	Político	Beneficiarios indirectos del proyecto
		Comunidades Aledañas	Social	Social	Beneficiarios indirectos del proyecto

Nota. Por Guallas, T. y Lituma, E. (2021)

## Anexo C

**Tabla C1**

*Financiamiento: Amortización del Crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo*

<b>No. de Cuota</b>	<b>Saldo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
1	10,884.22	115.78	82.50	198.28
2	10,767.57	116.65	81.63	198.28
3	10,650.05	117.52	80.76	198.28
4	10,531.64	118.41	79.88	198.28
5	10,412.35	119.29	78.99	198.28
6	10,292.16	120.19	78.09	198.28
7	10,171.07	121.09	77.19	198.28
8	10,049.07	122.00	76.28	198.28
9	9,926.16	122.91	75.37	198.28
10	9,802.32	123.83	74.45	198.28
11	9,677.56	124.76	73.52	198.28
12	9,551.86	125.70	72.58	198.28
13	9,425.22	126.64	71.64	198.28
14	9,297.63	127.59	70.69	198.28
15	9,169.08	128.55	69.73	198.28
16	9,039.57	129.51	68.77	198.28
17	8,909.08	130.48	67.80	198.28
18	8,777.62	131.46	66.82	198.28
19	8,645.17	132.45	65.83	198.28
20	8,511.73	133.44	64.84	198.28
21	8,377.28	134.44	63.84	198.28
22	8,241.83	135.45	62.83	198.28
23	8,105.37	136.47	61.81	198.28
24	7,967.88	137.49	60.79	198.28
25	7,829.35	138.52	59.76	198.28
26	7,689.79	139.56	58.72	198.28
27	7,549.19	140.61	57.67	198.28
28	7,407.52	141.66	56.62	198.28
29	7,264.80	142.72	55.56	198.28
30	7,121.00	143.79	54.49	198.28
31	6,976.13	144.87	53.41	198.28
32	6,830.17	145.96	52.32	198.28
33	6,683.12	147.05	51.23	198.28
34	6,534.96	148.16	50.12	198.28
35	6,385.69	149.27	49.01	198.28
36	6,235.30	150.39	47.89	198.28

---

37	6,083.78	151.52	46.76	198.28
38	5,931.13	152.65	45.63	198.28
39	5,777.34	153.80	44.48	198.28
40	5,622.38	154.95	43.33	198.28
41	5,466.27	156.11	42.17	198.28
42	5,308.99	157.28	41.00	198.28
43	5,150.52	158.46	39.82	198.28
44	4,990.87	159.65	38.63	198.28
45	4,830.02	160.85	37.43	198.28
46	4,667.97	162.06	36.23	198.28
47	4,504.70	163.27	35.01	198.28
48	4,340.20	164.50	33.79	198.28
49	4,174.47	165.73	32.55	198.28
50	4,007.50	166.97	31.31	198.28
51	3,839.27	168.22	30.06	198.28
52	3,669.79	169.49	28.79	198.28
53	3,499.03	170.76	27.52	198.28
54	3,326.99	172.04	26.24	198.28
55	3,153.66	173.33	24.95	198.28
56	2,979.03	174.63	23.65	198.28
57	2,803.10	175.94	22.34	198.28
58	2,625.84	177.26	21.02	198.28
59	2,447.25	178.59	19.69	198.28
60	2,267.32	179.93	18.35	198.28
61	2,086.05	181.28	17.00	198.28
62	1,903.41	182.64	15.65	198.28
63	1,719.41	184.01	14.28	198.28
64	1,534.02	185.39	12.90	198.28
65	1,347.25	186.78	11.51	198.28
66	1,159.07	188.18	10.10	198.28
67	969.48	189.59	8.69	198.28
68	778.47	191.01	7.27	198.28
69	586.03	192.44	5.84	198.28
70	392.14	193.89	4.40	198.28
71	196.80	195.34	2.94	198.28
72	0.00	196.80	1.48	198.28

---

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

## Figura C1

*Plan Financiero, Primera Propuesta: Financiamiento Banco Jardín Azuayo*

Fecha de Simulación	26/11/2021 15:54:04
Segmento de Crédito	Inmobiliario
Tipo de Crédito	Vivienda - Inmobiliario
Tabla de Amortización	FIJA
Monto Solicitado/Financiado	11,000.00
Monto Liquidado	11,000.00
Plazo	72
Tasa referencial del BCE	11.33%
Tasa Nominal Anual	9.38%
Tasa Efectiva Anual	9.38%
Tasa Anual del Costo del Crédito	10.08%
Seguro Desgravamen	233.26
Aporte en Reservas	165.00
Contribución Estado y SOLCA	55.00
Interés Generado	3,276.23
Total de Carga Financiera	3,729.48
Suma Total	14,729.48
CUOTA POSIBLE	198.28

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Tabla C2**

*Desglose de los Costos: Costos de Producción*

COSTOS DE PRODUCCIÓN							
AÑO	DESCRIP.	UNI	COSTO UNIT.	ACTIVIDAD AGROTURÍST	ACTIVIDAD AGRÍCOLA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	PAQUETES	336	\$ 76,00	\$ 25.536,00	\$ 1.200,00	\$ 2.228,00	\$ 26.736,00
2	PAQUETES	356	\$ 76,00	\$ 27.056,00	\$ 1.220,00	\$ 2.356,33	\$ 28.276,00
3	PAQUETES	376	\$ 76,00	\$ 28.576,00	\$ 1.240,00	\$ 2.484,67	\$ 29.816,00
4	PAQUETES	396	\$ 76,00	\$ 30.096,00	\$ 1.260,00	\$ 2.613,00	\$ 31.356,00
5	PAQUETES	416	\$ 76,00	\$ 31.616,00	\$ 1.280,00	\$ 2.741,33	\$ 32.896,00
6	PAQUETES	436	\$ 76,00	\$ 33.136,00	\$ 1.300,00	\$ 2.869,67	\$ 34.436,00
7	PAQUETES	456	\$ 76,00	\$ 34.656,00	\$ 1.320,00	\$ 2.998,00	\$ 35.976,00
8	PAQUETES	476	\$ 76,00	\$ 36.176,00	\$ 1.340,00	\$ 3.126,33	\$ 37.516,00
9	PAQUETES	496	\$ 76,00	\$ 37.696,00	\$ 1.360,00	\$ 3.254,67	\$ 39.056,00
10	PAQUETES	516	\$ 76,00	\$ 39.216,00	\$ 1.380,00	\$ 3.383,00	\$ 40.596,00

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Tabla C3**

*Costos de Producción: Costo Estándar*

COSTO ESTANDAR	
Paquete full day	\$ 44,00
Paquete dos días 1 noche	\$ 68,00
Paquete tres días 1 noche	\$ 97,00
Ruta agroturística	\$ 95,00
<b>PROMEDIO DEL COSTO/PAQUETES</b>	<b>\$ 76,00</b>

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2021)

**Tabla C4**

*Costos de Producción: Precio de Venta al Público*

<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>	
Paquete full day	\$ 60,00
Paquete dos días 1 noche	\$ 100,00
Paquete tres días 1 noche	\$ 150,00
Ruta agroturística	\$ 125,00
<b>PROMEDIO DEL PRECIO /PAQUETES</b>	<b>\$ 109,00</b>

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)

**Tabla C5**

*Desglose de los Costos: Costos de Marketing*

<b>COSTOS DE MARKETING</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Publicidad en Facebook	\$ 15,00	\$ 180,00
Publicidad en Instagram	\$ 15,00	\$ 180,00
Página Web	\$ 10,00	\$ 120,00
Publicidad impresa	\$ 5,00	\$ 60,00
Ferias	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 660,00</b>
	AÑO 1	\$ 660,00
	AÑO 2	\$ 680,00
	AÑO 3	\$ 700,00
	AÑO 4	\$ 720,00
	AÑO 5	\$ 740,00
	AÑO 6	\$ 760,00
	AÑO 7	\$ 780,00
	AÑO 8	\$ 800,00
	AÑO 9	\$ 820,00
	AÑO 10	\$ 840,00

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2021)





Tabla C8

Costos Administrativos: Salarios

AÑO 1: 2023														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNE-RACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 250,00	0	0	0	0	\$ 250,00	\$ 27,88	\$ 23,63	\$ 20,83	33,33	\$ 10,42	0	\$ 342,46	\$ 4.109,50
Trabajador 1	\$ 160,00	0	0	0	0	\$ 160,00	\$ 17,84	\$ 15,12	\$ 13,33	33,33	\$ 6,67	0	\$ 231,17	\$ 2.774,08
Trabajador 2	\$ 160,00	0	0	0	0	\$ 160,00	\$ 17,84	\$ 15,12	\$ 13,33	33,33	\$ 6,67	0	\$ 231,17	\$ 2.774,08
Trabajador 3	\$ 160,00	0	0	0	0	\$ 160,00	\$ 17,84	\$ 15,12	\$ 13,33	33,33	\$ 6,67	0	\$ 231,17	\$ 2.774,08
<b>TOTAL ANUAL</b>													<b>\$ 12.431,74</b>	

AÑO 2: 2024														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNE-RACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 260,00	0	0	0	0	\$ 260,00	\$ 28,99	\$ 24,57	\$ 21,67	33,33	\$ 10,83	0	\$ 354,82	\$ 4.257,88
Trabajador 1	\$ 170,00	0	0	0	0	\$ 170,00	\$ 18,96	\$ 16,07	\$ 14,17	33,33	\$ 7,08	0	\$ 243,54	\$ 2.922,46
Trabajador 2	\$ 170,00	0	0	0	0	\$ 170,00	\$ 18,96	\$ 16,07	\$ 14,17	33,33	\$ 7,08	0	\$ 243,54	\$ 2.922,46
Trabajador 3	\$ 170,00	0	0	0	0	\$ 170,00	\$ 18,96	\$ 16,07	\$ 14,17	33,33	\$ 7,08	0	\$ 243,54	\$ 2.922,46
<b>TOTAL ANUAL</b>													<b>\$ 13.025,26</b>	

AÑO 3: 2025														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNE-RACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 270,00	0	0	0	0	\$ 270,00	\$ 30,11	\$ 25,52	\$ 22,50	33,33	\$ 11,25	0	\$ 367,19	\$ 4.406,26
Trabajador 1	\$ 180,00	0	0	0	0	\$ 180,00	\$ 20,07	\$ 17,01	\$ 15,00	33,33	\$ 7,50	0	\$ 255,90	\$ 3.070,84
Trabajador 2	\$ 180,00	0	0	0	0	\$ 180,00	\$ 20,07	\$ 17,01	\$ 15,00	33,33	\$ 7,50	0	\$ 255,90	\$ 3.070,84
Trabajador 3	\$ 180,00	0	0	0	0	\$ 180,00	\$ 20,07	\$ 17,01	\$ 15,00	33,33	\$ 7,50	0	\$ 255,90	\$ 3.070,84
<b>TOTAL ANUAL</b>													<b>\$ 13.618,78</b>	

AÑO 4: 2026														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNE-RACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 280,00	0	0	0	0	\$ 280,00	\$ 31,22	\$ 26,46	\$ 23,33	33,33	\$ 11,67	0	\$ 379,55	\$ 4.554,64
Trabajador 1	\$ 190,00	0	0	0	0	\$ 190,00	\$ 21,19	\$ 17,96	\$ 15,83	33,33	\$ 7,92	0	\$ 268,27	\$ 3.219,22
Trabajador 2	\$ 190,00	0	0	0	0	\$ 190,00	\$ 21,19	\$ 17,96	\$ 15,83	33,33	\$ 7,92	0	\$ 268,27	\$ 3.219,22
Trabajador 3	\$ 190,00	0	0	0	0	\$ 190,00	\$ 21,19	\$ 17,96	\$ 15,83	33,33	\$ 7,92	0	\$ 268,27	\$ 3.219,22
<b>TOTAL ANUAL</b>													<b>\$ 14.212,30</b>	

AÑO 5: 2027														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNE-RACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 290,00	0	0	0	0	\$ 290,00	\$ 32,34	\$ 27,41	\$ 24,17	33,33	\$ 12,08	0	\$ 391,92	\$ 4.703,02
Trabajador 1	\$ 200,00	0	0	0	0	\$ 200,00	\$ 22,30	\$ 18,90	\$ 16,67	33,33	\$ 8,33	0	\$ 280,63	\$ 3.367,60
Trabajador 2	\$ 200,00	0	0	0	0	\$ 200,00	\$ 22,30	\$ 18,90	\$ 16,67	33,33	\$ 8,33	0	\$ 280,63	\$ 3.367,60
Trabajador 3	\$ 200,00	0	0	0	0	\$ 200,00	\$ 22,30	\$ 18,90	\$ 16,67	33,33	\$ 8,33	0	\$ 280,63	\$ 3.367,60
<b>TOTAL ANUAL</b>													<b>\$ 14.805,82</b>	

AÑO 6: 2028														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNERACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 300,00	0	0	0	0	\$ 300,00	\$ 33,45	\$ 28,35	\$ 25,00	33,33	\$ 12,50	0	\$ 404,28	\$ 4.851,40
Trabajador 1	\$ 210,00	0	0	0	0	\$ 210,00	\$ 23,42	\$ 19,85	\$ 17,50	33,33	\$ 8,75	0	\$ 293,00	\$ 3.515,98
Trabajador 2	\$ 210,00	0	0	0	0	\$ 210,00	\$ 23,42	\$ 19,85	\$ 17,50	33,33	\$ 8,75	0	\$ 293,00	\$ 3.515,98
Trabajador 3	\$ 210,00	0	0	0	0	\$ 210,00	\$ 23,42	\$ 19,85	\$ 17,50	33,33	\$ 8,75	0	\$ 293,00	\$ 3.515,98
<b>TOTAL ANUAL</b>														<b>\$ 15.399,34</b>

AÑO 7: 2029														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNERACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 310,00	0	0	0	0	\$ 310,00	\$ 34,57	\$ 29,30	\$ 25,83	33,33	\$ 12,92	0	\$ 416,65	\$ 4.999,78
Trabajador 1	\$ 220,00	0	0	0	0	\$ 220,00	\$ 24,53	\$ 20,79	\$ 18,33	33,33	\$ 9,17	0	\$ 305,36	\$ 3.664,36
Trabajador 2	\$ 220,00	0	0	0	0	\$ 220,00	\$ 24,53	\$ 20,79	\$ 18,33	33,33	\$ 9,17	0	\$ 305,36	\$ 3.664,36
Trabajador 3	\$ 220,00	0	0	0	0	\$ 220,00	\$ 24,53	\$ 20,79	\$ 18,33	33,33	\$ 9,17	0	\$ 305,36	\$ 3.664,36
<b>TOTAL ANUAL</b>														<b>\$ 15.992,86</b>

AÑO 8: 2030														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNERACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 320,00	0	0	0	0	\$ 320,00	\$ 35,68	\$ 30,24	\$ 26,67	33,33	\$ 13,33	0	\$ 429,01	\$ 5.148,16
Trabajador 1	\$ 230,00	0	0	0	0	\$ 230,00	\$ 25,65	\$ 21,74	\$ 19,17	33,33	\$ 9,58	0	\$ 317,73	\$ 3.812,74
Trabajador 2	\$ 230,00	0	0	0	0	\$ 230,00	\$ 25,65	\$ 21,74	\$ 19,17	33,33	\$ 9,58	0	\$ 317,73	\$ 3.812,74
Trabajador 3	\$ 230,00	0	0	0	0	\$ 230,00	\$ 25,65	\$ 21,74	\$ 19,17	33,33	\$ 9,58	0	\$ 317,73	\$ 3.812,74
<b>TOTAL ANUAL</b>														<b>\$ 16.586,38</b>

AÑO 9: 2031														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNERACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 330,00	0	0	0	0	\$ 330,00	\$ 36,80	\$ 31,19	\$ 27,50	33,33	\$ 13,75	0	\$ 441,38	\$ 5.296,54
Trabajador 1	\$ 240,00	0	0	0	0	\$ 240,00	\$ 26,76	\$ 22,68	\$ 20,00	33,33	\$ 10,00	0	\$ 330,09	\$ 3.961,12
Trabajador 2	\$ 240,00	0	0	0	0	\$ 240,00	\$ 26,76	\$ 22,68	\$ 20,00	33,33	\$ 10,00	0	\$ 330,09	\$ 3.961,12
Trabajador 3	\$ 240,00	0	0	0	0	\$ 240,00	\$ 26,76	\$ 22,68	\$ 20,00	33,33	\$ 10,00	0	\$ 330,09	\$ 3.961,12
<b>TOTAL ANUAL</b>														<b>\$ 17.179,90</b>

AÑO 10: 2032														
CARGO	SUELDO	HORAS SUPL.	HORAS EXTR.	HORAS NOCT.	COMISIÓN	REMUNERACIÓN	APORTE PATRONAL 12,15%	APORTE PERSONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL	TOTAL
Gerente	\$ 340,00	0	0	0	0	\$ 340,00	\$ 37,91	\$ 32,13	\$ 28,33	33,33	\$ 14,17	0	\$ 453,74	\$ 5.444,92
Trabajador 1	\$ 250,00	0	0	0	0	\$ 250,00	\$ 27,88	\$ 23,63	\$ 20,83	33,33	\$ 10,42	0	\$ 342,46	\$ 4.109,50
Trabajador 2	\$ 250,00	0	0	0	0	\$ 250,00	\$ 27,88	\$ 23,63	\$ 20,83	33,33	\$ 10,42	0	\$ 342,46	\$ 4.109,50
Trabajador 3	\$ 250,00	0	0	0	0	\$ 250,00	\$ 27,88	\$ 23,63	\$ 20,83	33,33	\$ 10,42	0	\$ 342,46	\$ 4.109,50
<b>TOTAL ANUAL</b>														<b>\$ 17.773,42</b>

Nota. Guillas, T. y Lituma, E. (2021)

## Anexo D

Modelo de Encuesta realizada para el Estudio de Mercado

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

**TEMA: AGROTURISMO**

Encuesta para conocer las preferencias de los turistas

**1. Género**

Masculino  Femenino

**2. Edad**

18-24 años   
25-34 años   
35-44 años   
45-54 años   
55-65 años

**3. Estado Civil**

Soltero   
Casado   
Divorciado   
Unión Libre   
Viudo

**4. Nivel de Instrucción**

Primaria   
Secundaria   
Superior   
Postgrado

**5. Ocupación**

Sector Público   
Sector Privado   
Independiente   
Estudiante   
Sin ocupación   
Jubilado

**6. Ingresos mensuales**

Propios o de terceros   
Menor a 200\$   
200-400\$   
400-600\$   
600-800\$   
800-1000\$   
+1000\$

**7. Número de Integrantes de la familia**

2- 3  4- 5  +6

## CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJES TURÍSTICOS

8. ¿Realiza turismo interno con regularidad?

Si  No

9. Generalmente sus viajes son:

Programados  Espontáneos

10. Debido a la pandemia ¿prefiere visitar lugares donde su principal atractivo sea?

Cultura

Naturaleza, campo

Playa

Selva

11. Motivos para realizar viajes

Hobby

Visita a familiares

Trabajo/ Negocios

Compras

Salud y Relajación

Eventos / Conciertos

12. Días que prefiere viajar

Entre semana

Fines de semana

Sólo feriados

Temporada de verano

Temporada de invierno

13. Número de días de viaje

1 visita

2 días

3 días

1 semana

+2 semanas

14. Número de personas con las que viaja

Solo

2 personas

3 personas

4 personas

+5 personas

15. ¿Qué valora más de un lugar turístico?

Atractivos

Actividades recreativas

Gastronomía

Precios Accesibles

Compras

Calidad

Accesibilidad y Seguridad

Nivel de popularidad

Todas las anteriores

**16. Medio de transporte que usa para viajar**

- Carro particular
- Carro contratado
- Buses intra/interprovinciales
- Bicicleta/Moto

**17. Red social que más usa**

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter

**18. ¿En dónde encuentra más información acerca de lugares turísticos?**

- Redes sociales
- Flyers
- Radio/TV
- Periódicos/revistas
- Agencias de viajes
- Recomendaciones personales
- Centro de Información Turística

**AGROTURISMO**

**19. ¿Conoce qué es el Agroturismo?**

- Si  No

**20. ¿Apoya la idea de que las familias campesinas realicen agroturismo (Turismo y Agricultura) como emprendimiento?**

- Si  No

**21. En el supuesto caso de que vaya a realizar una visita a una hacienda agroturística**

**¿Qué prefiere?**

- Ir por su cuenta
- Contratar un paquete con todo incluido
- Contratar un paquete personalizado

**22. ¿Qué aspecto consideraría a la hora de elegir una hacienda turística?**

- Precio
- Instalaciones
- Ubicación
- Servicios
- Actividades que ofrece
- Referencias y Recomendaciones
- Todas las anteriores

**23. ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar en la hacienda?**

- Servicio Gastronómico
- Talleres artesanales
- Tiendas para realizar compras
- Otros \_\_\_\_\_

**24. ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar? Señale 3**

- Siembra, cosecha, riego
- Cabalgata
- Pesca deportiva
- Act. Ganaderas
- Caminata – senderismo
- Preparación de alimentos
- Nada, solo descansar
- Todas

**25. ¿En qué necesidad en particular considera que le ayudaría a usted visitar una hacienda agroturística?**

- Por los beneficios del campo para la salud física y mental
- Por las facilidades para hacer deporte y actividades recreativas
- Porque ama la naturaleza, el campo y las actividades agrícolas
- Por necesidades académicas
- Porque busca lugares apartados de las ciudades debido a la pandemia
- Porque le gustaría apoyar a las familias campesinas en sus emprendimientos
- Porque es un lugar ideal para viajar con niños
- Porque es un lugar ideal para celebrar fechas especiales

**26. ¿Cuánto pagaría por un paquete de 1 solo día todo incluido a la hacienda agroturística?**

- 40-50\$
- 50-60\$
- Otra cantidad \_\_\_\_\_

**27. ¿Cuánto pagaría por un paquete todo incluido de 2 días?**

- 80-125\$
- 125-150\$
- 150-175\$
- Otra cantidad \_\_\_\_\_

**28. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un viaje de 3 días con todo incluido?**

- 45 a 75\$
- 75 a 120 \$
- 120 a 150\$
- 150 a 175\$
- Otra cantidad \_\_\_\_\_

**29. Finalmente, ¿Le interesaría participar en rutas agroturísticas?**

- Si
- No

*MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN*

## Anexo E

**Tabla E1**

*Plan Financiero, Propuesta Adicional: Infraestructura y Edificios*

<b>INFRAESTRUCTURA, EDIFICIOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Primera propuesta</b>	1	\$ 5.000,00	\$ 9.000,00
<b>Hidromasaje</b>	1	\$ 5.900,00	\$ 5.900,00
<b>Gimnasio</b>	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Salón de eventos</b>	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 18.200,00</b>

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Tabla E2**

*Plan Financiero, Segunda Propuesta: Inversiones*

<b>INVERSIONES</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
<b>INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 24.032,00</b>
INFRAESTRUCTURA, EDIFICIOS	\$ 18.200,00
VEHICULOS	\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 880,00
MUEBLES, ENSERES Y MENAJE	\$ 4.127,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 825,00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 570,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 420,00
ESTUDIO DE MERCADO	\$ 150,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 750,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.352,00</b>

*Nota.* Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)



Figura E1

*Plan Financiero, Segunda Propuesta: Financiamiento Banco Jardín Azuayo*

Fecha de Simulación	21/03/2022, 15:12:41
Segmento de Crédito	Microcrédito de acumulación ampliada
Tipo de Crédito	Crédito con Ahorro 12.77%
Tabla de Amortización	FIJA
Monto Solicitado/Financiado	20,000.00
Monto Liquidado	20,000.00
Plazo	84
Tasa referencial del BCE	22.05%
Tasa Nominal Anual	13.54%
Tasa Efectiva Anual	13.54%
Tasa Anual del Costo del Crédito	14.19%
Seguro Desgravamen	462.11
Aporte en Reservas	300.00
Contribución Estado y SOLCA	100.00
Interés Generado	10,352.82
Total de Carga Financiera	11,214.93
Suma Total	31,214.93
CUOTA POSIBLE	361.34

*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

Tabla E3

Plan Financiero, Segunda Propuesta: Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>APORTE PROPIO</b>	<b>APORTE EXTERNO</b>
<b>INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 24.032,00</b>	<b>\$ 4.452,00</b>	<b>\$ 19.580,00</b>
EDIFICIOS	\$ 18.200,00	\$ 0,00	\$ 18.200,00
VEHICULOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 880,00	\$ 200,00	\$ 680,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.127,00	\$ 4.127,00	\$ 0,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 825,00	\$ 125,00	\$ 700,00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 570,00</b>	<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ 420,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 420,00	\$ 0,00	\$ 420,00
ESTUDIO DE MERCADO	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 0,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 750,00</b>	<b>\$ 750,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.352,00</b>	<b>\$ 5.352,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
TOTAL EN PORCENTAJE	100 %	21%	79%

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

Tabla E4

Plan Financiero, Segunda Propuesta: Proyección de Costos Totales

<b>COSTOS TOTALES</b>						
<b>AÑO</b>	<b>AÑO REAL</b>	<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTOS ADMINIST.</b>	<b>COSTOS MARKETING</b>	<b>COSTOS FINANC.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1</b>	2022	\$ 26.736,00	\$ 14.487,30	\$ 660,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 46.219,38</b>
<b>2</b>	2023	\$ 28.276,00	\$ 15.093,44	\$ 680,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 48.385,52</b>
<b>3</b>	2024	\$ 29.816,00	\$ 15.699,58	\$ 700,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 50.551,66</b>
<b>4</b>	2025	\$ 31.356,00	\$ 16.058,22	\$ 720,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 52.470,30</b>
<b>5</b>	2026	\$ 32.896,00	\$ 16.664,36	\$ 740,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 54.636,44</b>
<b>6</b>	2027	\$ 34.436,00	\$ 16.527,64	\$ 760,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 56.059,72</b>
<b>7</b>	2028	\$ 35.976,00	\$ 17.133,78	\$ 780,00	\$ 4.336,08	<b>\$ 58.225,86</b>
<b>8</b>	2029	\$ 37.516,00	\$ 17.739,93	\$ 800,00	\$ 0,00	<b>\$ 56.055,93</b>
<b>9</b>	2030	\$ 39.056,00	\$ 18.346,07	\$ 820,00	\$ 0,00	<b>\$ 58.222,07</b>
<b>10</b>	2031	\$ 40.596,00	\$ 18.952,21	\$ 840,00	\$ 0,00	<b>\$ 60.388,21</b>

Nota. Guayllas, T. y Lituma, E. (2022)

**Tabla E5**
*Plan Financiero, Segunda Propuesta: Proyección de Ingresos Totales*

INGRESOS TOTALES							
AÑO	AÑO REAL	No PAQ.	PRECIO PROMED.	INGRESO \$ PAQUET.	ARTESANIAS	AGRO TIENDA	TOTAL ANUAL
1	2022	336	\$ 109,00	\$ 36.624,00	\$ 768,00	\$ 10.800,00	\$ 48.192,00
2	2023	356	\$ 109,00	\$ 38.804,00	\$ 778,00	\$ 10.800,00	\$ 50.382,00
3	2024	376	\$ 109,00	\$ 40.984,00	\$ 788,00	\$ 10.800,00	\$ 52.572,00
4	2025	396	\$ 109,00	\$ 43.164,00	\$ 798,00	\$ 10.800,00	\$ 54.762,00
5	2026	416	\$ 109,00	\$ 45.344,00	\$ 808,00	\$ 10.800,00	\$ 56.952,00
6	2027	436	\$ 109,00	\$ 47.524,00	\$ 818,00	\$ 10.800,00	\$ 59.142,00
7	2028	456	\$ 109,00	\$ 49.704,00	\$ 828,00	\$ 10.800,00	\$ 61.332,00
8	2029	476	\$ 109,00	\$ 51.884,00	\$ 838,00	\$ 10.800,00	\$ 63.522,00
9	2030	496	\$ 109,00	\$ 54.064,00	\$ 848,00	\$ 10.800,00	\$ 65.712,00
10	2031	516	\$ 109,00	\$ 56.244,00	\$ 858,00	\$ 10.800,00	\$ 67.902,00

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

**Tabla E6**
*Plan Financiero, Segunda Propuesta: Flujo de Fondos*

FLUJO DE FONDOS											
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AÑO REAL		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
INGRESOS		\$ 48.192,00	\$ 50.382,00	\$ 52.572,00	\$ 54.762,00	\$ 56.952,00	\$ 59.142,00	\$ 61.332,00	\$ 63.522,00	\$ 65.712,00	\$ 67.902,00
EGRESOS		\$ 46.219,38	\$ 48.385,52	\$ 50.551,66	\$ 52.470,30	\$ 54.636,44	\$ 56.059,72	\$ 58.225,86	\$ 56.055,93	\$ 58.222,07	\$ 60.388,21
C. de Producción		\$ 26.736,00	\$ 28.276,00	\$ 29.816,00	\$ 31.356,00	\$ 32.896,00	\$ 34.436,00	\$ 35.976,00	\$ 37.516,00	\$ 39.056,00	\$ 40.596,00
C. de Administración		\$ 14.487,30	\$ 15.093,44	\$ 15.699,58	\$ 16.058,22	\$ 16.664,36	\$ 16.527,64	\$ 17.133,78	\$ 17.739,93	\$ 18.346,07	\$ 18.952,21
C. de Marketing		\$ 660,00	\$ 680,00	\$ 700,00	\$ 720,00	\$ 740,00	\$ 760,00	\$ 780,00	\$ 800,00	\$ 820,00	\$ 840,00
C. Financieros		\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ 4.336,08	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Inicial	\$ 25.352,00										
Fija	\$ 24.032,00										
Diferida	\$ 570,00										
Capital de Trabajo	\$ 750,00										
Valor de Salvamento											\$ 2.403,20
Recuperacion del C.T.											\$ 750,00
Crédito Recibido	\$ 11.000,00										
Pago del Capital		\$ 1.448,13	\$ 1.583,97	\$ 1.732,56	\$ 1.895,10	\$ 2.072,89	\$ 2.267,35				
FLUJO DE FONDOS	\$ -25.352,00	\$ 3.420,75	\$ 3.580,45	\$ 3.752,90	\$ 4.186,80	\$ 4.388,45	\$ 5.349,63	\$ 3.106,14	\$ 7.466,07	\$ 7.489,93	\$ 7.513,79

Nota. Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

## Figura E2

*Diseño Extra: Hidromasaje*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

## Figura E3

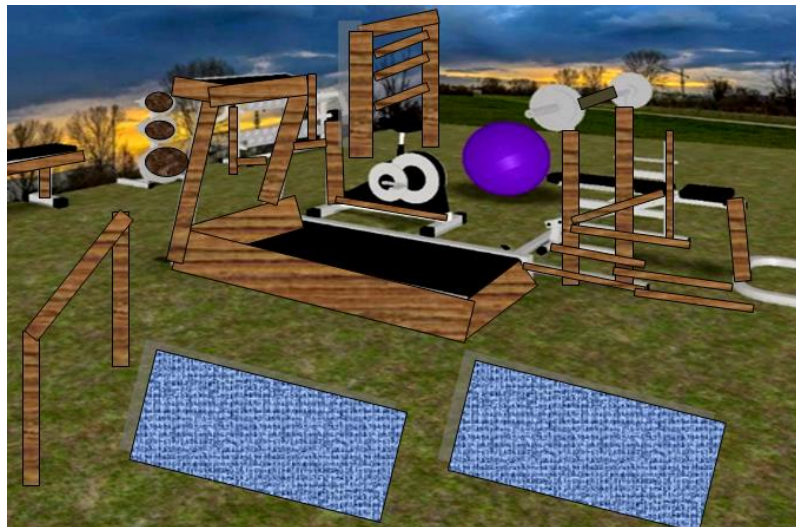
*Diseño Extra: Salón de Eventos*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

## Figura E4

*Diseño Extra: Gimnasio Rural*



*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)

Anexo F

Registro Fotográfico











*Nota.* Guailas, T. y Lituma, E. (2022)