

# **Agroturismo Como Modelo De Negocio Para Dinamizar La Economía Familiar De Pequeños Agricultores De Alausí Y Cumandá De La Provincia De Chimborazo**

***Carla Sofía Arguello Guadalupe***

***Armando Esteban Espinoza Espinoza***

Docente- Investigador de la Facultad de Recursos Naturales  
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Ecuador

***Marcelo Eduardo Sánchez Salazar***

***William Patricio Cevallos Silva***

Docente- Investigador de la Facultad de Administración de Empresas  
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Ecuador

***Carmen Cecilia Mejía Calle***

Docente- Investigador del Centro de Idiomas  
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Ecuador

***Myriam Isabel Piray Quezada***

Investigador- Externo

***Carla Jakeline Buestan Carrera***

Estudiante- Facultad de Recursos Naturales  
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Ecuador

Doi: 10.19044/esj.2017.v13n32p187 [URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n32p187](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n32p187)

---

## **Abstract**

This research work is a proposal of a model for an inclusive Agritourism business which has been created in order to invigorate the family economy of marginal farmers in Cumanda and Alausi – towns in the Chimborazo Province, Ecuador. Once the tourist potential in the zone, the one which is linked to the farming production systems, was evaluated, an agritourism product was designed for each one of the towns mentioned, and finally, the model Canvas was applied to the proposal. The research combines field, analytic, and participative methods along with techniques such as the interview and the survey. In order to evaluate the tourist potential in the zone, the MINTUR (2004) tourist attractions inventory methodology was applied. These attractions would later be validated in a participative way along with the community with whom the tourist route would also be created. All this is summarized through the business model proposed by Canvas. Thirty- three

economically relevant-for-the-population farming products were identified. A tourist route was developed, and it integrated the production systems which have a hierarchy II and III. Moreover, the private and communitarian tourist plant was also designed. The business model proposes the creation of an economically solidary enterprise as a strategy for sustainable development.

---

**Keywords:** Agro Tourism, Canvas Business Model, Alausí, Cumanda, Chimborazo

---

### **Resumen**

La investigación propone un modelo de negocio inclusivo basado en el agroturismo, para dinamizar la economía familiar de los pequeños agricultores en los cantones de Cumandá y Alausí de la provincia de Chimborazo. Para ello una vez evaluado el potencial turístico de la zona vinculados a los sistemas de producción agropecuarios, se diseña un producto de agroturismo para los dos cantones y finalmente se aplica el modelo Canvas a la propuesta. La investigación combina métodos de campo, analítico, participativo e investigativo, acompañado de técnicas como la encuesta y entrevista. Para evaluar el potencial turístico de la zona se aplica la metodología de inventarios de atractivos turísticos del MINTUR (2004). Atractivos que posteriormente son validados en forma participativa con la comunidad y además se construye la ruta turística. Lo que se resume a través del modelo de negocio propuesto por Canvas. Se identificaron 33 productos agropecuarios de relevancia económica para la población, se desarrolló una ruta turística que integra los sistemas de producción, atractivos de jerarquía II y III además de la planta turística privada y comunitaria. El modelo de negocio propone la creación de una empresa de economía solidaria, como estrategia y propuesta de desarrollo sostenible.

---

**Palabras-claves:** Agroturismo, Modelo de negocio Canvas, Alausí, Cumanda, Chimborazo

---

### **Introducción**

Las creación de nuevas rutas turísticas en el Ecuador, se ha convertidos en una oportunidad para las comunidades que buscan mejorar sus ingresos, aprovechando esa variedad de atractivos naturales, culturales y en este caso particular agrícolas. La provincia de Chimborazo basa su economía principalmente en la actividad agropecuaria, la zona centro del país es uno de los principales abastecedores de cereales, leguminosas, hortalizas y tubérculos, tanto para la sierra como para la costa. El 54% de la población que vive en el sector rural posee pequeñas extensiones con variedad de cultivos (Banco Central del Ecuador, 2012: 1).

El sistema que integra las nuevas carteras del Estado ecuatoriano como el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) y MINTUR (Ministerio de Turismo) han identificado como una potencialidad a desarrollar el agroturismo. En base a esto la provincia de Chimborazo en los cantones Alausí y Cumandá, cuenta con una variedad de recurso que pueden ser aprovechados de manera sustentable, buscando generar empleo, equidad, igualdad y mayores oportunidades para los pobladores de sectores rurales (Mintur, 2007: 14).

La actividad agropecuaria en la provincia ha ido disminuyendo con el pasar de los años, esto principalmente debido a la falta de motivación del agricultor, por continuar con sus cultivos, las razones se sustentan en el precio de los productos en el mercado, la alta presencia de intermediarios, la migración de la población del campo a la ciudad, entre otras. El Instituto de Estadísticas y Censos ubica a la provincia de Chimborazo en el puesto número 14 de las provincial del país que destina su territorio a producción agrícola. Dedicando 2.734 ha a la producción de cultivos permanentes y 41.949 ha cultivos transitorios. Esto sin duda afecta a la zona centro del país, disminuyendo la posibilidad de mejorar los ingresos de los pequeños agricultores (Inec, 2014:15).

Es por ello que hoy en día es oportuno aprovechar los recursos agrícolas para vincularlos con las actividades turísticas a través de rutas. Alrededor del mundo se han generado nichos de mercado que viajan constantemente a través de productos de agroturismo. La publicación *Gastronomic Sciences*, (2008) sobre las rutas alimentarias, menciona que éstas son consideradas como una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. Productos de este tipo han incidido en el mejoramiento de las condiciones de producción, la revalorización de los saberes locales y la puesta en valor de no solo la actividad agrícola como sustento familiar, sino, como producto turístico, que procura la consecución de una experiencia de viaje distinta a otras que se encuentran en el mercado (Vittorio, 2012-2013: 3).

En este sentido, la creación de una ruta de agroturismo puede establecerse como un sistema económico, social, solidario y sostenible que involucra la participación de la población, proponiendo cambios en el ciclo económico y estableciendo políticas para impulsar el desarrollo soberano de los sectores estratégicos de la provincia y el país, sin dejar de lado la responsabilidad social de los recursos. El cambio de la matriz productiva es la redefinición de la composición de la oferta de bienes y servicios, orientada hacia la diversificación productiva basada en la incorporación de valor agregado, en el impulso a las exportaciones y su expansión en productos y destinos, en la sustitución de importaciones (Senplades, 2013- 2017: 73).

Para lograr consolidar una empresa es necesario diseñar el modelo de negocio, al trabajar en el sector rural la mayoría de la población es indígenas,

lo que significa que se necesita una herramienta fácil y gráfica para lograr una mayor comprensión de los involucrados, por ello es apropiado aplicar el modelo Canvas. Propuesta por Alex Osterwalder, quien desarrollo una herramienta sencilla y visual que permite diseñar, reflexionar y mejorar aspectos más relevantes para la puesta en marcha de un negocio. La mayor ventaja de este modelo es que puede ser construido con la población paso a paso e involucra a cada uno de los componentes del proyecto que en el futuro serán implementados por los pequeños agricultores de los cantones Cumandá y Alausí (Buestán, 2015:12).

Cuando un emprendedor se plantea una idea por primera vez, no siempre visualiza claramente la forma de hacerlo tangible, de encontrarlo rentable, ya sea en el corto, mediano o en el largo plazo. Así como de saber cuánto dinero requiere para iniciar su idea, de donde obtendrá ese dinero y sobre todo a quiénes debe dirigir su innovación. Ahí surge la necesidad de establecer una forma de proceder, de emplear una metodología, un modelo, es decir, un plan de negocios. El método canvas es una herramienta (lienzo) **muy práctica** ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas que ponen en juego la viabilidad de tu negocio (Ferreira, 2015:71).

### **Metodología**

Esta investigación fue de tipo no experimental, utilizó los métodos deductivo, inductivo y analítico para la recolección de datos; además el método participativo pues no solo se validó los atractivos turísticos con los pequeños agricultores, sino además se construyó en forma conjunta la mejor ruta agroturística. Además los métodos bibliográfica y de campo, se aplicó el análisis crítico y comparativo, procesos que juntos lograron el cumplimiento de los objetivos de la siguiente manera:

### **Para la Evaluación del potencial turístico vinculado a los sistemas de producción agrícola**

Se aplicó técnicas participativas mediante talleres y se revisaron fuentes bibliográficas secundarias sobre datos agropecuarios en las zonas de intervención. La información obtenida se sistematizó en una ficha técnica propuesta por Varela (2012) y modificada para la investigación. Cada ficha cuenta con los siguientes componentes:

- a. Características generales de sistemas de producción agrícola, pecuaria y piscícola: (localización, variedades, datos históricos relevantes y valor nutricional)
- b. Características específicas: (formas del sistema y descripción del proceso)
- c. Características culturales alrededor de los sistemas.

Esto fue complementado con el análisis de la realidad del territorio se consideró conveniente realizar un análisis a nivel del sistema turístico basado en los componentes: Atractivos naturales y culturales, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda. Cada uno de estos componentes utilizó metodologías de observación, análisis y síntesis, acompañados de técnicas e instrumentos de participación como encuestas, entrevistas y análisis de focus group.

**El diseño técnico de la ruta consideró cinco componentes:** estructura técnica de la ruta, planteamiento de estrategias de mercadeo, estudio legal administrativo, evaluación ambiental y sociocultural, estudio económico y evaluación financiera. Para la Estructura técnica de la ruta se lo hace a través de dos escenarios. El primer utilizó el siguiente procedimiento:

Revisión y análisis del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 ( PLANDETUR), para recuperar la misión, visión, políticas, objetivos y estrategias del desarrollo turístico en el país y la región. Recopilación de información secundaria del turismo en la provincia de Chimborazo, a partir de lo cual se identificó, caracterizó y articuló la oferta existente en el territorio, considerando a la además los gustos y preferencias de la demanda.

El segundo escenario, se aplicó la metodología técnica del diseño de la ruta que potencializa el turismo sostenible en la Región Amazónica Ecuatoriana (2008) que contempla los siguientes componentes: 1. Mapa de identificación de la ruta, 2. Objetivo de la ruta: se especificó el objetivo a largo plazo que se persigue alcanzar con la estructuración de la ruta. 3. Concepto de la ruta. 4. Demanda potencial. 5. Potencialidad turística. 6. Planta turística disponible. 7. Infraestructura social básica disponible: se analizó el estado actual de los servicios básicos (agua, energía, accesibilidad, salubridad, comunicación, entre otros) existentes en los sitios de visita y zonas cercanas a la ruta para la prestación de servicios. 8. Actividades turísticas principales y complementarias: se definieron las actividades turísticas principales y complementarias que pueden realizarse en la ruta. 9. Localidades receptoras. 10. Paquetes turísticos. 11. Gestión de la ruta. 12. Requerimientos de la ruta.

b. Elaboración de estrategia de comercialización.- Se propusieron estrategias de comercialización basadas en los componentes del Marketing Mix (plaza, producto, precio, promoción).

c. Elaboración del estudio legal y administrativo del producto.- Partiendo de las condiciones expuestas en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas del MINTUR (2004) .

d. Evaluación ambiental y sociocultural.- Para medir el impacto ambiental y sociocultural que podría ocasionar la operación de la ruta, se aplicó la matriz de evaluación de Lázaro Lagos donde se identificaron las

causas y efectos de la actividad turística con la finalidad de evaluar los impactos de tipo biológico, socio cultural, económico y otros para tomar medidas de mitigación de impactos.

e. Determinación de la viabilidad económica.- Se determinaron las inversiones requeridas para el funcionamiento de la ruta de conformidad con el planteamiento establecido en los estudios anteriores. Para determinar la viabilidad económica se trabajó en el análisis de: 1. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo 2. Fuentes de financiamiento y uso de fondos. 3. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones. 4. Presupuesto de costos y gastos. 5. Costo e ingresos. 6. Estado de resultado. 7 Flujo de caja.

f. Análisis financiero

Se realizó el análisis financiero para medir la capacidad que tiene la ruta de generar un flujo de caja que le permita cubrir la inversión, para lo cual se calculó el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación costo – beneficio, obteniendo así valores que determinen si el producto está en la capacidad de producir o no ganancias.

### **Para la aplicación del modelo Canvas a la propuesta.**

El modelo canvas es una de las herramientas más empleadas en la metodología Lean Startup, sugerida antes de redactar cualquier memoria de proyecto o plan de empresa, explica todos los apartados que componen el modelo de negocio, es crítico esbozar y realizar un análisis para desarrollar el modelo de negocio de una manera rápida y sencilla. La mejor herramienta para realizar este trabajo previo de reflexión y análisis, es el modelo Canvas de tu negocio o Business (Prim, 2014).

El Canvas es una herramienta nueva, que aparece en 2010, gracias al libro “*Generación de modelos de negocio*” (Business Model Generation) escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur. Este libro se caracteriza por ser una guía para visionarios, revolucionarios y retadores que quieren desafiar los anticuados modelos de negocio y diseñar las empresas del futuro.

El modelo se divide en nueve módulos, la parte derecha es la que hace referencia a los aspectos externos a la empresa como el mercado, el entorno. **La parte derecha del modelo de negocio Canvas** se compone de los siguientes bloques: segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relación con los clientes y fuentes de ingresos. En la parte izquierda del lienzo de negocios, se reflejan los aspectos internos de la empresa como asociaciones clave, actividades y recursos clave, y estructura de costes.

Cada una de estas partes es de vital importancia para entender tu modelo de negocio, la segmentación de mercado te permitirá focalizar tu clientela (quien son, que necesidades tienes). En base a ello podrás construir tu propuesta de valor es decir que ofreces al mercado, como vas a distribuir tu producto, de que forma el cliente tiene acceso a él, lo que te dará una idea de

cuáles podrían ser tus posibles ingresos con la venta de tu producto. En la segunda parte el lienzo te hace pensar en tus estrategias, tus nexos, necesidades de recursos y tu estructura de costos con estos ya tienes idea de que necesitas para empezar tu proyecto, cuando recursos necesitas sean estos humanos, tecnológicos y capital. Y sobre todo sabrás si eres o no competitivo en el mercado.

## Resultados

- **Potencial turístico vinculado a los sistemas de producción agrícola**  
Como ya se mencionó para identificar el potencial turístico de la zona se realizó un estudio de mercado basado en dos procesos principales identificación de la oferta y de la demanda esto se resume a continuación:

- **Oferta**

**Cuadro 1.** Características generales de los productos agrícolas del cantón Alausí

PRODUCTOS PRINCIPALES	NOMBRE CIENTÍFICO	VALOR NUTRICIONAL	RESEÑA HISTÓRICA DEL PRODUCTO
Cebada	<i>Hordeum vulgare</i>	La cebada contiene gran cantidad de vitaminas, minerales y contiene aproximadamente unas 20 enzimas.	La cebada descende de la cebada silvestre, la cual crece en el Oriente Medio. De gran importancia para el consumo en el antiguo Egipto.
Haba	<i>Vicia faba</i>	Las habas secas aportan proteínas, similar a la carne. Las habas frescas ideal para dieta equilibrada y nutritiva.	Se trata de uno de los cultivos más antiguos del mundo, ya que existen testimonios de su domesticación en el periodo Neolítico -6.000 años a.C.
Papa	<i>Solana tuberosum</i>	La papa presenta un alto contenido de hidratos de carbono, vitaminas y minerales.	La papa es originaria de América es una planta alimenticia con gran aporte de carbohidratos, que está presente desde las culturas Pre - Incas e Incas.
Maíz	<i>Zea mays L.</i>	Es rico en vitaminas del grupo B (B1 y B3 principalmente), fósforo y magnesio.	El maíz era un alimento básico de las culturas indígenas americanas muchos siglos antes de que los europeos llegaran a América.
Trigo	<i>Triticum aestivum L.</i>	El trigo es un alimento completo, esta composición por minerales, como el fósforo, el calcio, el magnesio y el silicio.	El trigo fue uno de los primeros productos cultivados a partir de la revolución neolítica en el Próximo Oriente, alimento básico del hombre en el viejo mundo.
Chocho	<i>Lupinus mutabilis Sweet</i>	Posee alto contenido de proteína y grasas, el chocho es conocido como la soya andina.	El chocho es una leguminosa cultivada por los antiguos pobladores de la región andina central desde épocas pre-incaicas 2200 a 2500 años a.c.,

Arveja	<i>Pisum sativum</i>	Las arvejas son ricas en hidratos de carbono, y fibra, contiene más proteínas que las hortalizas. Rica en vitamina y minerales.	Conocido como guisante o chícharo. La arveja es un alimento oriundo de Oriente Medio y de Asia Central.
Lenteja	<i>Lens culinaris</i>	Alto contenido de proteínas y minerales como calcio, hierro, magnesio, zinc, fósforo y vitaminas.	Los primeros indicios del cultivo datan de unos 7000 a 9000 años de antigüedad. La civilización egipcia fueron los primeros exportadores de lentejas de la antigüedad.
Fréjol	<i>Phaseolus Vulgaris L.</i>	Posee un alto contenido de hierro, ayuda a corregir desórdenes biliares, enfermedades reumáticas, disminuye la tasa de colesterol y es eficaz contra la anemia. Contiene gran cantidad de vitaminas y minerales.	Se encuentran entre las primeras plantas alimenticias domesticadas y luego cultivadas. El fréjol domesticado más antiguo se ha encontrado en la cueva del Guitarrero en Perú. En México que se encuentra en 7000 A.C.
Chirimoya	<i>Annona Cherimola</i>	Contiene nutrientes, hidratos de carbono, minerales, vitaminas, antioxidantes y ácidos grasos.	La chirimoya tiene su origen en la cordillera de Los Andes (Perú, Ecuador, Colombia y Chile). Los conquistadores españoles la denominaron "manjar blanco"
Tomate riñón	<i>Lycopersicon esculentum</i>	Los principios activos más importantes del tomate son las vitaminas A, B y C.	Su origen es del Suroeste de América. El tomate fue introducido en Europa por los colonizadores.
Aguacate	<i>Persea americana</i>	Se destaca en su alto contenido en Vitamina E, poderoso antioxidante natural, que reduce el riesgo a padecer enfermedades cardiovasculares y otras degenerativas como el cáncer.	El aguacate es un producto originario del Continente Americano, donde los Aztecas le conferían propiedades afrodisíacas. Conocido bajo el nombre de "ahuacatl". Ya en el siglo XVII los españoles, que le otorgaron la denominación de Pera de las Indias

**Cuadro 2.** Características generales de los productos agrícolas del cantón Cumandá

PRODUCTO PRINCIPAL	NOMBRE CIENTÍFICO	VALOR NUTRICIONAL	RESEÑA HISTÓRICA
Cacao	<i>Theobroma cacao L</i>	El cacao aporta vitaminas A y B y minerales como el calcio, fósforo, hierro, magnesio, cobre y potasio.	Utilizada desde las culturas mesoamericanas, incluso llegó a usarse como moneda de los aztecas quienes también atribuían el origen del cacao a un regalo de Quetzalcoatl. Los mayas, a su vez, lo atribuían a Kukulkan, la misma deidad.
Maíz	<i>Zea mays L.</i>	Es rico en vitaminas del grupo B (B1 y B3 principalmente), fósforo y magnesio.	En las civilizaciones Maya y Azteca jugó un papel fundamental en las creencias

PRODUCTO PRINCIPAL	NOMBRE CIENTÍFICO	VALOR NUTRICIONAL	RESEÑA HISTÓRICA
			religiosas, en sus festividades y en su nutrición.
Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	Contiene glucosa y fructosa en menor medida. Posee cantidades apreciables de vitaminas A, B, C, D y E. Y gran cantidad de minerales.	La caña de azúcar fue trasladada a España por los árabes en el siglo VIII A.C. Posteriormente los españoles llevaron la planta a las Indias Occidentales.
Fréjol	<i>Phaseolus Vulgaris L.</i>	Posee un alto contenido de hierro, ayuda a corregir desórdenes biliares, enfermedades reumáticas, disminuye la tasa de colesterol y es eficaz contra la anemia.	El frejol domesticado más antiguo se ha encontrado en la Cueva del Guitarrero, un sitio arqueológico en Perú, y se ha aproximado su fecha alrededor del segundo milenio a.C.
Banano (orito)	<i>Musa acuminata</i>	El orito al igual que los demás bananos, es una excelente fuente de vitamina B6 (importante para la salud del corazón), vitamina C, fibra y potasio. A partir de 1940.	El banano (orito) es una fruta originaria del sur de Asia. Inicio en Ecuador en 1940. En la década de los años 50 se dio el boom bananero convirtiéndose el Ecuador en el primer exportador mundial de la fruta

Otros atractivos agroturísticos lo componen los productos pecuarios como: Bovinos, ovinos, camélidos, porcinos, equinos, aves de corral, cuyes presentes en ambos cantones. Además es posible encontrar productos piscícolas como Truchas y Tilapias que el turista puede por sí solo pescar y disfrutar de la naturaleza y su entorno. Es también parte de la oferta los atractivos naturales resumidos en la siguiente cuadro 3.

Cuadro 3. Matriz de sistematización de atractivos turísticos

MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CLASIFICACIÓN			
	CATEGORIZACIÓN	CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
CLASIFICACIÓN	SITIOS NATURALES	10	38
	MANIFESTACIONES CULTURALES	16	62
	TIPO		
	Ambientes lacustres	2	8
	Montaña	1	4
	Bosque	2	8
	Ríos	5	19
	Histórica	5	19
	Etnografía	2	8
	Restos prehistóricos	1	4
	Manifestaciones religiosas	1	4
	Arquitectura y espacios urbanos	3	12
Explotaciones industriales	4	15	

MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CLASIFICACIÓN			
	CATEGORIZACIÓN	CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
	<b>SUBTIPO</b>		
	Laguna	1	4
	Poza	1	4
	Cordillera	1	4
	Bosque húmedo occidental	1	4
	Bosque montano bajo occidental	1	4
	Rápidos o raduales	1	4
	Cascadas	4	15
	Arquitectura religiosa	2	8
	Sitios arqueológicos	1	4
	Arquitectura	1	4
	Arquitectura civil	1	4
	Grupo étnico kichwas de la sierra	1	4
	Comidas y bebidas típicas	1	4
	Fósiles petrificadas	1	4
	Fiestas y celebraciones religiosas	1	4
	Finca	1	4
	Iglesia	1	4
	Hacienda	1	4
	Fábrica de quesos	1	4
	Fábrica de panelas	1	4
	Trapiche	1	4
	Taller artesanal	1	4
ESTADO DE CONSERVACIÓN	NO ALTERADO	17	65
	ALTERADO	9	35
ESTADO DEL ENTORNO	CONSERVADO	21	81
	EN PROCESO DE DETERIORO	5	19
	DETERIORADO	0	0
JERARQUÍA	I	4	15
	II	17	65
	III	3	12
	IV	0	0
	SIN JERARQUIZACIÓN (Manifestaciones culturales del patrimonio intangible)	3	12

Los atractivos turísticos de mayor relevancia dentro de las zonas de intervención del MAGAP, se encuentran categorizados en 10 atractivos naturales y 16 culturales, el 62% se encuentran clasificados dentro de las manifestaciones culturales tangibles e intangibles, y el 38% son sitios naturales. El 65% de los atractivos no se encuentran alterados en su estado de conservación y el 81% se encuentran conservados en su entorno. La jerarquía que más prevalece es la “II” con un 69%, cabe mencionar que después del

proceso de validación se encontró que 19 atractivos turísticos mantienen la jerarquía y 5 cambian porque se encuentran restaurados. Los atractivos naturales y culturales poseen un gran interés para la zona. Además los servicios básicos en las dos poblaciones se encuentran de la siguiente forma: El 78% de las viviendas poseen Agua entubada, el 100% servicio eléctrico, el 68% servicio higiénico/ saneamiento, el 75% servicio telefónico, y 48 carreteras de primer orden y 52 % de segundo y tercer orden.

La planta turística existente en los cantones Alausí y Cumandá, muestran una cobertura en alojamiento del 56%, en alimentación del 67%, operación 50%, recreación 60% y en el servicio de transporte un 58% en base a esta información se puede establecer que en los dos cantones, la planta turística es suficiente para impulsar Agroturismo, la mayoría de establecimientos de alojamiento y alimentación se encuentran en categorías III Y IV. Esto se resume en el siguiente cuadro.

**Cuadro 4.** Establecimientos turísticos

ESTABLECIMIENTOS PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO												
Cantón	ALOJAMIENTO					ALIMENTACIÓN				OPERACIÓN	RECREACIÓN	TRANSPORTE
	CATEGORÍA					CATEGORÍA				CATEGORÍA	CATEGORÍA	CATEGORÍA
	I	II	III	IV	CTC	I	II	III	IV	Única	única	Única
Cumandá	1	4	1		4	13	5	18	1	2	3	14
Alausí			4	2	3	4	2	6	3		2	5
Total	1	3	4	2	7	17	7	24	1	2	5	19

• **Demanda**

Para el caso de la demanda una vez sistematizado los resultados se considera como perfil a las personas económicamente activas de las ciudades de Riobamba, Quito y Guayaquil, con un rango de edad entre los 18 a 35 años, de género masculino y femenino, con educación superior, que viajan acompañados, se dedican a trabajar en el sector publico y/o privado, tiene disponibilidad de tiempo de 1 a 2 días y están dispuestos a pagar entre 20 y 60 dólares por su viaje.

La demanda insatisfecha para el primer año es de 1762002, el modelo busca atender inicialmente al 3% esto es 529 personas. Esto debido a que es un producto nuevo y debe irse consolidando a través de diferentes estrategias. Para la demanda objetivo se diseñó 3 paquetes turísticos de con diferentes alternativas una ejemplo se presenta en el cuadro 5.

## Diseño técnico de la ruta de agroturismo

Cuadro 5. Ruta Agroturística

RUTA AGROTURÍSTICA PARA LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES DE ALAUSÍ Y CUMANDÁ, DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO MAPA DE LA RUTA:																			
Objetivo de la ruta	Generar nuevas alternativas de ingresos económicos para los pobladores a través del agroturismo																		
Concepto de la ruta	Los cantones Alausí y Cumandá poseen una destacada actividad agropecuaria y un buen número de atractivos naturales y culturales, por ello se busca desarrollar esta actividad, buscando mantener la cultura agrícola de la zona y fortaleciendo sus tradiciones y costumbres para ofertar al turista.																		
Demanda potencial	La ruta de agroturismo está enfocada a demanda local y turistas nacionales principalmente de las ciudades de Guayaquil y Quito, que han visitado la provincia de Chimborazo.																		
Potencialidad de la ruta	Atractivos																		
	Alausí:																		
	ATRACTIVO	JERARQUÍA	Centro histórico de Alausí.	III	Centro Histórico de Huigra	III	Comunidades Indígenas	II	Estación del tren Sibambe.	III	Camino del Inca.	II	Complejo Lacustre de Ozogoche.	III	Nariz del Diablo.	III	Conchas Petrificadas de Chicho Negro.	II	Cascadas de Huigra.
ATRACTIVO	JERARQUÍA																		
Centro histórico de Alausí.	III																		
Centro Histórico de Huigra	III																		
Comunidades Indígenas	II																		
Estación del tren Sibambe.	III																		
Camino del Inca.	II																		
Complejo Lacustre de Ozogoche.	III																		
Nariz del Diablo.	III																		
Conchas Petrificadas de Chicho Negro.	II																		
Cascadas de Huigra.	II																		

Cumandá:	
ATRACTIVO	JERARQUÍA
Fiestas y Celebraciones Religiosas.	II
Gastronomía.	II
Finca San Ramón.	II
Bosque Protector Chilacay.	II
Ríos de Cumandá	II
Poza de Santa Rosa.	II
Cascada de Chilacay.	II
Ruta del Contrabando.	II
Fábrica de Lácteos Valle Hermoso.	II
Planta de Bio – caña.	II
Molienda Rancho San Pedro.	II
Taller de artesanías en Tagua.	II
Cascada el Encanto de la Princesa.	II
Cascada Paila de Oro.	II
Bosque el Nogalero.	II
Iglesia San Pedro de Suncamal.	II
Hacienda San Francisco.	II
Actividades	
Observación de flora y fauna. Visita a sitios naturales Senderismo. Caminatas a los sitios sagrados. Práctica de rituales andinos. Gastronomía tradicional en base a la producción agropecuaria. Preparación de alimentos en base a la producción agropecuaria. Visita y convivencia comunitaria. Participación en actividades agrícolas y ganaderas. Visita a atractivos culturales.	
Planta turística	Comprende los establecimientos privados y/o comunitarios que facilitan los servicios de hospedaje, alimentación y recreación.
Infraestructura social básica	Los sitios que atraviesa la ruta poseen infraestructura adecuada para el desarrollo del agroturismo, en servicios básicos el 100% tiene energía eléctrica, 78% agua entubada, 68% saneamiento y 75% telefonía fija y en accesibilidad existe un 48% de vías de primer orden.

**a. Paquetes técnicos**

PAQUETE No. 01		
Nombre del paquete: TRADICIÓN Y COSTUMBRE AGROPECUARIA		
Código: MAGAP02		Estilo: Caminata
Idioma de Guía: Español		Duración: 4 días
Recorrido: Alausí-Pistishi-Nizag-Huigra-Cumandá		Carácter: Agroturístico – Descanso
Mercado Objetivo: Turismo Nacional		Grado de dificultad: Fácil
Segmento: (Jóvenes, adultos y adultos mayores)		
ITINERARIO		
DÍAS	HORA	ACTIVIDADES
Día 1	07h00	Concentración y bienvenida Estación del Tren Alausí.
	07h30	Salida a la parroquia Pistishi.
	08h15	Desayuno en el comedor turístico El Mirador parroquia Pistishi.
	09h30	Recorrido por los sembríos de aguacate, chirimoya y granja integral.
	11h00	Recorrido por la Estación de Sibambe.
	12h30	Almuerzo en el comedor turístico El Mirador parroquia Pistishi.
	14h00	Salida a la comunidad Nizag.
	14h40	Recorrido por la comunidad de Nizag.
	18h00	Cena en el centro turístico de la comunidad de Nizag.
	19h00	Noche cultural
Día 2	20h00	Descanso en el centro turístico de la comunidad de Nizag.
	06h00	Salida al ordeño de leche.
	07h00	Desayuno con alimentos tradicionales de la zona.
	08h30	Cabalgata al mirador Cóndor Puñuna.
	11h00	Recorrido por los huertos horticolas.
	12h30	Almuerzo en el centro turístico de la comunidad de Nizag.
	13h40	Visita al centro artesanal de Nizag.
	14h50	Salida a Alausí.
	15h30	Caminata por el centro histórico de Alausí
	19h00	Cena.
Día 3	07h00	Desayuno
	08h00	Salida a la parroquia de Huigra.
	09h00	Caminata por las cascadas Panamá y Angas.
	12h30	Almuerzo
	13h40	Salida a Cumandá
	16h00	Recorrido y práctica en la Molienda del Rancho San Pedro.
	16h30	Degustación de un licor típico de Suncamal.
	18h30	Cena en el recinto Suncamal.
	19h00	Noche cultural y descanso.
	Día 4	07h00
08h30		Visita a la planta empacadora de orito.
09h40		Visita a la fábrica de lácteos Valle Hermoso.
11h00		Visita a la planta Bio-caña
13h00		Almuerzo tradicional de la zona.
14h30		Recorrido por la iglesia de San Pedro de Suncamal.
14h40		Visita y compra de artesanías de tagua.
15h30		Caminata por el bosque y cascada de Chilicay
17h00		Despedida.
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	Refrigerio en base a productos propios de la zona. Guía nativa Material informativo	
El paquete no incluye	Comidas y bebidas extras Gastos personales Lo no especificado en el programa	
Observaciones	El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola, pecuaria y sobre todo la convivencia con la gente.	
Requerimiento	Documentos personales para el registro de clientes.	

	Ropa abrigada y cómoda para el frío y ropa liviana para el calor. Protector solar. Gafas, gorra. Cámara fotográfica. Otros que el cliente considere necesarios
Normas de comportamiento	Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse la flora y fauna de la zona.
Prohibiciones para la visita	Joyas. Objetos de valor que no se hayan registrado. Armas de fuego. Armas corto punzante. Drogas. Bebidas alcohólicas. Cigarrillos.
Facilidades turísticas	Transporte (primero y segundo día se alquilará una chiva de la zona, la mayoría de las actividades se las realizará en caminatas), alimentación, guía. Senderos, señalética y centros de interpretación.

### Esquematización del modelo Modelo de Canvas

Como ya se mencionó la mejor forma de diseñar un modelo de negocio es a través de la aplicación del Canvas por ello el siguiente esquema explica el modelo en 9 pasos:

1. Segmento de mercado ¿Para quién estamos creando el valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
2. Relación con el cliente ¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos con cada uno de nuestros segmentos del cliente?
3. Canales de distribución ¿A través de que canales deseamos ser conectados? ¿Cómo se integran a nuestros canales? ¿Cuales funcionan mejor a menor costo?
4. Propuesta en valor ¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Que necesita y como satisfacemos al necesidad de nuestro cliente?
5. Actividades claves ¿Cuál es la actividad clave de nuestra empresa? ¿Nuestra relación con el cliente? ¿Cuál es la fuente de nuestros ingresos?
6. Recursos Claves ¿Qué recursos claves requiere nuestra propuesta? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Relación con el cliente? ¿Fuentes de ingreso?
7. Socios claves ¿Quiénes son nuestros socios claves? ¿Quiénes son nuestro proveedores?
8. Estructura de costos ¿Cuáles son los costos de nuestra empresa? ¿Cuales son los recursos y actividades más costosas?
9. Fuentes de ingreso ¿Cuáles son nuestras fuentes de ingresos? ¿Que vamos a vender? ¿Cuánto vamos a ganar? ¿Cómo vamos a cobrar?

Figura 1. Modelo Canvas

<p>Socios Claves</p> 	<p>Actividades claves</p> 	<p>Propuesta de Valor</p> 	<p>Relaciones con el cliente</p> 	<p>Segmentos del cliente</p> 
<p>Mintur Fite Gadm de Quito, Guayaquil y Riobamba Agencias de viajes en Quito y Guayaquil Prestadores de servicio Turístico. Magap Mae Juntas parroquiales Gad provincial de Chimborazo</p>	<p>Encadenamiento productivo Diversificación de Productos Beneficio social</p>	<p>Empresa de Economía Popular y Solidaria que oferta Agroturismo una oportunidad de conocer la historia y valor de los productos agropecuarios de los cantones Cumanda y Alausí, combinado con recorridos a atractivos naturales y culturales, visitas a comunidades y convivencia de tradiciones del campo, que te llevaran a un lugar cálido, confortable y amigable.</p>	<p>Servicio de calidad con calidez Precios especiales Puntualidad y responsabilidad El cliente esta primero Prioridad en la atención a personas con discapacidades Acompañamiento permanente en todo el proceso</p>	<p>PEA de Riobamba, Quito y Guayaquil, con un rango de edad entre los 18 a 35 años, de género masculino y femenino, con educación superior, que viajan acompañados ya sea por familiares o amigos, se dedican a trabajar en el sector público y/o privado o estudian, tiene disponibilidad de tiempo de 2 a 4 días y están dispuestos a pagar entre 20 y 60 dólares por día.</p>
	<p>Recursos Claves</p> 		<p>Canales</p> 	
	<p>Hospedaje Alimentación Guía nativo Transporte Alianzas estratégicas Sitios web (redes sociales y página de la empresa)</p>		<p>Páginas web Agencias operadoras CTC Ferias de turismo Puntos de información turística</p>	
<p>Estructura de Costos</p> 		<p>Fuentes de Ingresos</p> 		
<p>Pago a prestadores de servicio turístico Diseño de página web, dominio, hosting Gastos de constitución Gastos Administrativos Impuestos</p>		<p>Paquete turístico para 4 días, 3 días, 2 días y 1 día Pagos en efectivos Tarjeta de crédito Cheque Trasferencia Bancaria</p>		

## Conclusion

1. Se identificaron 33 productos agropecuarios en los cantones Alausí y Cumandá, considerados como principales e importantes en el desarrollo económico de la población. Estos sistemas de producción integran conocimientos, sabiduría, costumbres y tradiciones ancestrales, naturaleza, cultura, que generan un valor diferencial para la implementación de un producto agroturístico.
2. Para el desarrollo de la ruta de agroturismo se identificaron 26 atractivos naturales y culturales por donde se establece la ruta, la mayoría se encuentra en jerarquía II y III. En cada una de las zonas de intervención, la planta turística se encuentra apta para el desarrollo de la actividad agroturística. Se diseñó 4 rutas productos turísticos para 4, 3, 2 y 1 día.
3. El modelo Canvas esquematiza todos los componentes necesarios para diseñar un modelo de negocio factible, con claridad e identificar las debilidades del modelo y así las potencialidades del mismo con el fin de realizar un diseño más seguro y eficiente que proporcione mayor rentabilidad.

## References:

1. Asociación de monitores medio ambientales Almijara. (2008). Turismo Sostenible. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
2. Alegre, J, & Llorens, p. (2006). El Paquete Turístico de Todo Incluido: Un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares. ., (pág. 34p.). Madrid.
3. Buesta, C (2015). Diseño de una ruta de Agroturismo en las zonas de intervención del Magap, cantones de Alausí y Cumandá de la provincia de Chimborazo. Epoch.
4. Consejo Cafetalero Nacional [COFENAC]. (31 de Enero de 2013). Situación del sector cafetalero ecuatoriano. 14.
5. Gobierno Parroquial San Jacinto del Búa. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial San Jacinto del Búa*. San Jacinto del Búa.
6. Machado, E., & Hernández, Y. (2009). Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba. Recuperado el 12 de 09 de 2014, de [www.teoriaypraxis.uqroo.mx](http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx)
7. Magap & Coordinación General del Sistema de Información Nacional. (2014). Boletín situacional café. 3-5.
8. Magap. (26 de Marzo de 2014). MAGAP fomenta la producción de café robusta en la costa.
9. Magap-Siagro. (2010). *Compendio estadístico provincial año 2010-Primer semestre*.
10. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca [MAGAP]. (2012). *Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana*.

11. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca [MAGAP]. (22 de julio de 2015). *Entregan 100 mil chapolas de café robusta en Santo Domingo*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/entregan-100-mil-chapolas-de-cafe-robusta-en-santo-domingo/>
12. Paspuel, W. (2015). La industria pide más café local. *Revista Líderes*.
13. Mintur (2007). Plan Nacional de Desarrollo Turístico – PLANDETUR 2020.
14. Mintur (2014). Barómetro Turístico. Recuperado el 15 de 08 de 2015, [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)
15. Prim, A. (12 de 2014). *Innokabi*. Recuperado el 28 de 07 de 2017, de Innokabi: <http://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
16. Sistema Nacional de Información del MAGAP [SINAGAP]. (2016). *Información de superficie, producción y rendimiento*.
17. Fao. (2009). Consideraciones básicas sobre la agricultura sostenible. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de <http://maelac.files.wordpress.com/2009/09/agricultura-sostenible-consideraciones-basicas-mayo-2009-acta-academica.pdf>
18. Varela, M. (2012). Diseño de un producto turístico basado en los productos patrimoniales agrícolas de la provincia de Chimborazo. Tesis de grado. ESPOCH. RIOBAMBA.