



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA  
DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**INGENIERÍA EN TURISMO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN TURISMO**

**TEMA:**

**OFERTA AGROTURÍSTICA PARA POTENCIAR LOS  
RECURSOS AGROPECUARIOS DEL CANTÓN TOSAGUA  
PROVINCIA DE MANABÍ**

**AUTORAS:**

**DIANA CAROLINA SACÓN TORRES  
YULEISY NARCISA VERA SABANDO**

**TUTOR:**

**MGTR. JOHNNY BAYAS ESCUDERO**

**CALCETA, AGOSTO 2015**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Diana Carolina Sacón Torres y Yuleisy Narcisa Vera Sabando, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondientes de este trabajo, a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

---

**SACÓN TORRES DIANA CAROLINA YULEISY NARCISA VERA SABANDO**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Johnny Bayas Escudero certifica haber tutelado la tesis **OFERTA AGROTURÍSTICA PARA POTENCIAR LOS RECURSOS AGROPECUARIOS DEL CANTÓN TOSAGUA PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido desarrollada por Diana Carolina Sacón Torres y Yuleisy Narcisa Vera Sabando, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**Mgtr. JOHNNY BAYAS ESCUDERO**  
**TUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos miembros del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **OFERTA AGROTURÍSTICA PARA POTENCIAR LOS RECURSOS AGROPECUARIOS DEL CANTÓN TOSAGUA PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Diana Carolina Sacón Torres y Yuleisy Narcisa Vera Sabando, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**ABGL. ENMA LIBERTAD REGALADO E**

---

**ING. ALFONSO ALFONSO RODNEY**

---

**ING. NELSON GARCÍA REINOSO**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual hemos forjado nuestros conocimientos profesionales día a día.

A Dios por darnos salud, y la fuerza de continuar día a día a pesar de los obstáculos que se presentan en nuestros caminos, y nos brinda la motivación para superarnos constantemente.

A nuestros padres por darnos la vida; a nuestros esposos por el apoyo incondicional; a nuestros profesores de la carrera de ingeniería en Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, en especial a nuestro tutor, el Mgtr. Johnny Bayas y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron en la elaboración de esta tesis.

Gracias a todos

**DIANA C. SACÓN TORRES**  
**YULEISY N. VERA SABANDO**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos el presente trabajo de tesis a nuestros padres, por danos la vida que con cariño, amor y ejemplo han hecho de nosotras personas con valores para poder desenvolvernos.

A nuestros esposos, por el apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir una meta más en nuestra vida

A nuestras hijas, que son el motivo y la razón que nos ha llevado a seguir superándonos día a día.

**DIANA C. SACÓN TORRES**

**YULEISY N. VERA SABANDO**

## CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
CONTENIDO GENERAL .....	vii
CONTENIDO DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS.....	ix
RESUMEN .....	x
PALABRAS CLAVES .....	x
ABSTRACT .....	xi
KEY WORDS .....	xi
<b>CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....</b>	<b>1</b>
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3. OBJETIVOS .....	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	5
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS .....	5
1.4. IDEA A DEFENDER.....	5
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1. MODALIDADES DE TURISMO RURAL.....	6
2.2. EL AGROTURISMO .....	10
2.3. SOSTENIBILIDAD .....	12
2.4. TURISMO CONSCIENTE Y SU IMPORTANCIA .....	13
2.5. MERCADO TURÍSTICO.....	14
2.6. OFERTA TURÍSTICA .....	15
2.7. PRODUCTO TURÍSTICO .....	18
2.8. OFERTA AGROTURÍSTICA.....	20
2.9. TURISMO RURAL ACTIVIDAD DE DESARROLLO LOCAL.....	21
<b>CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....</b>	<b>23</b>
3.1. REFERENCIAS .....	23
3.2. CONSIDERACIONES PARA LA DETERMINACIÓN DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA.....	25
3.3. DISEÑO METODOLÓGICO .....	26
3.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO .....	26

3.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	26
3.4.2 GEOREFERENCIACIÓN.....	27
3.4.3 INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS POTENCIALES DE LA ZONA RURAL.....	27
3.4.4 ANÁLISIS DE POTENCIALIDADES.....	27
3.4.5 ESTUDIO DE MERCADO .....	28
3.4.6 OFERTA.....	28
3.4.7 INVENTARIO DE POTENCIALIDADES.....	28
3.4.8 DEMANDA .....	29
3.4.9 PERFIL DEL TURISTA .....	29
3.4.10 OFERTA AGROTURÍSTICA-TOSAGUA .....	29
3.4.11 ESTRUCTURA DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA.....	30
3.4.12 REQUERIMIENTOS DE MEJORA DE LA OFERTA .....	30
3.4.13 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN .....	30
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	32
4.1. FASE I DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	32
4.1.1. DATOS GENERALES DEL CANTÓN TOSAGUA.....	32
4.1.2. INVENTARIO DE RECURSO.....	35
4.1.3 METODOLOGÍA DE MATRIZ DE POTENCIALIDADES.....	40
4.1.4 ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN TOSAGUA .....	44
4.1.5 FODA DEL CANTÓN TOSAGUA .....	45
4.1.6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA.....	48
4.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO .....	50
4.2.1 OFERTA EXISTENTE EN TOSAGUA .....	50
4.2.2 OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN TOSAGUA .....	52
4.2.3 OFERTA DE RESTAURACIÓN DEL CANTÓN TOSAGUA .....	53
4.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	63
4.5 FASE III. OFERTA AGROTURÍSTICA-TOSAGUA.....	70
4.6 REQUERIMIENTOS DE MEJORA DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA .....	72
4.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	81
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	86
CONCLUSIONES .....	86
RECOMENDACIONES .....	87

BIBLIOGRAFÍA.....	88
-------------------	----

## CONTENIDO DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS

### CONTENIDO DE CUADROS

CUADRO 4. 1. INVENTARIO DE RECURSO TURÍSTICO TOSAGUA.....	35
CUADRO 4. 2. CUADRO RESUMEN DE INVENTARIO DE RECURSO .....	37
CUADRO 4. 3. FICHA RESUMEN DE INVENTARIOS.....	39
CUADRO 4. 4. MATRIZ DE POTENCIALIDADES .....	43
CUADRO 4. 5. MATRIZ DE POTENCIALIDADES .....	43
CUADRO 4. 6. MATRIZ FODA .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO 4. 7. VALORES DE ESTRATEGIAS .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO 4. 8. VALORACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS .....	¡ERROR!
<b>MARCADOR NO DEFINIDO.</b>	
CUADRO 4. 9. VARIABLES RELEVANTES .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO 4. 10. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO 4. 11. MATRIZ FODA CON ESTRATEGIAS .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CUADRO 4. 12. SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE TOSAGUA .....	50
CUADRO 4. 13. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	51
CUADRO 4. 14. ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO URBANO .....	52
CUADRO 4. 15. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	53
CUADRO 4. 16. OFERTA DE RESTAURACIÓN DE TOSAGUA.....	54
CUADRO 4. 17. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	56
CUADRO 4. 18. FINCA AGROPECUARIAS .....	57
CUADRO 4. 19. MATRIZ DE POTENCIALIDADES DE LAS FINCAS.....	62
CUADRO 4. 20. MATRIZ DE POTENCIALIDADES DE LAS FINCA.....	62
CUADRO 4. 21. FÓRMULA PARA IDENTIFICAR LA POBLACIÓN .....	63
CUADRO 4.1. PÚBLICO OBJETIVO .....	70

### CONTENIDO DE GRÁFICOS

GRAFICO 4. 22. SEXO .....	64
GRAFICO 4. 23. EDAD .....	64
GRAFICO 4. 24. PROCEDENCIA .....	65
GRAFICO 4. 25. ESTADO CIVIL .....	65
GRAFICO 4. 26. INFORMACIÓN SI HA REALIZADO AGROTURISMO .....	66
GRAFICO 4. 27. INFORMACIÓN SI LE GUSTARÍA REALIZAR AGROTURISMO EN MANABÍ.....	66
GRAFICO 4. 28. INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDADES QUE ESTÁN INTERESADOS EN REALIZAR.....	67
GRAFICO 4. 29. INFORMACIÓN SOBRE TIEMPO QUE LES GUSTARA QUE FUERA EL RECORRIDO EN LAS FINCAS.....	67
GRAFICO 4. 30. INFORMACIÓN SOBRE QUIENES VIAJAN LOS TURISTAS.....	68
GRAFICO 4. 31. INFORMACIÓN SOBRE TIPO DE ALOJAMIENTO QUE DESEAN USAR EN LAS FINCAS.....	68
GRAFICO 4. 32. INGRESOS ANUALES .....	69

### CONTENIDO DE FIGURAS

FIGURA 3.3. DISEÑO METODOLÓGICO .....	26
---------------------------------------	----

## **RESUMEN**

La investigación tiene como objetivo principal la determinación de la oferta agroturística del cantón Tosagua, que permita potenciar los recursos agropecuarios y contribuir al desarrollo socioeconómico del territorio. Para el desarrollo de la investigación se procedió a realizar el diagnóstico situacional con diversas fases encaminadas al proceso investigativo, además de la utilización del método descriptivo, observación directa e investigación de campo, esto permitió conocer que el cantón Tosagua posee un territorio caracterizado por la producción agrícola, y que no cuenta con productos que cumplan con las expectativas de los turistas que lo visitan. Se realizó el estudio del mercado donde se procedió a realizar la identificación de la oferta y la demanda, mediante la utilización de herramientas de recolección de información como la encuesta, además del método descriptivo y la observación directa. Así se identificó y valoró los recursos existentes de acuerdo a las potencialidades que presentan. Como última fase se determinó la oferta agroturística potencializada a través de circuitos; incluido los requerimientos de mejora para dicha infraestructura; se plantean propuestas de estrategias de comunicación, diseñadas para llegar al turista por diversos medios de difusión como la Web y convenios con instituciones. Se concluye que la propuesta de una oferta agroturística en el cantón Tosagua permitirá que los principales sectores involucrados a la actividad agropecuaria y los recursos existentes puedan estructurar productos turísticos que sean de interés para los turistas que buscan estar en contacto con la naturaleza.

## **PALABRAS CLAVES**

Oferta, Agroturismo, desarrollo, demanda, potencialidades.

## **ABSTRACT**

The research has as its main objective the determination of the agrotourism offer for Tosagua canton in the province of Manabí allowing to boost agricultural resources and contribute to the socioeconomic development of the territory. For the development of the research we proceeded to make the situational analysis with various phases, in addition to using descriptive method, direct observation and field research, it envisioned that Tosagua canton has a territory characterized by production agricultural, and that there has attractions that meet the expectations of tourists who visit it. Market research proceeded to make the identification of supply and demand was performed using data collection tools such as the survey, in addition to the descriptive method and direct observation. This was identified and evaluated the existing resources according to the potential. As the final phase potentiated the agrotourism offer was determined through circuits; including requirements for such infrastructure improvements; proposals raised as communication strategies designed to reach the tourist bay different media such as the Web and agreements with institutions. It is concluded that a proposed agro tourism offer to the Tosagua canton allow the main sectors involved in agricultural activities and existing resources can structure tourism products that are of interest to tourists seeking to get in touch with nature.

## **KEY WORDS**

Offer, Farmhouse, development, demand potential.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Unas de las actividades que más se ha desarrollado en los últimos años en el mundo es el turismo. Su particularidad y el gran potencial turístico del Ecuador, ha permitido el desarrollo de algunos tipos de turismo como el alternativo o, no convencional, dentro de este se encuentra el turismo científico, el ecoturismo, de aventura y el agroturismo; este último nace por la amplia gama de producción agropecuaria y permite la participación y observación activa del turista en las entidades agropecuarias facilitando la prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola.

El Ecuador posee cualidades únicas que lo convierten en un país megadiverso y con un gran potencial para el desarrollo del turismo. Actualmente el mercado turístico está siendo exigente por lo que es necesario la creación nuevos productos turísticos innovadores, el turismo alternativo da a elegir un sin número de ofertas diferentes, estas a su vez acompañadas de actividades y servicios que se pueden incluir a los productos. Lo que impide que esta actividad se desarrolle, muchas veces es la carencia de conocimiento y la ausencia de señalética para llegar a estos lugares y el mal estado en que se encuentran las vías de acceso.

En el PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador, 2007) se detallan las líneas de productos y variedades desarrolladas en el esquema de productos específicos del Ecuador, Una de estas líneas es la del agroturismo, definido como la actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, esta se fundamenta con los servicios turísticos que ofrece al visitante la familia campesina, sin que ésta se desplace, ni cambie su actividad principal ni sus costumbres, ya que éstos son los elementos diferenciadores del producto que ofrece.

Ecuador por tener diversos recursos y atractivos ha hecho necesario el diseño y aplicación de planes en variados ámbitos de turismo, fomentando de esta manera la oferta turística, mediante nuevas prácticas de turismo. Por ello la provincia de Manabí se ha visto en la necesidad de desarrollar propuestas que mejoren algunas falencias identificadas en cuanto a tipologías de turismo, planificación e inversión. Esto se planeó en el Plan Estratégico provincial de Turismo Sostenible 2008 – 2012 elaborado por el Consejo Provincial de Manabí, el cual no fue ejecutado a pesar del gran interés que se tenía al contribuir al fomento y desarrollo del turismo.

Por la gran variedad de recurso naturales que posee Manabí, es factible el desarrollar el turismo rural, unido al impulso de la actividad agropecuaria, compuesta por la diversidad y potencialidad que conservan las zonas rurales de dicha provincia; un ejemplo de esto es la parroquia Canoa, en ella encuentra la finca orgánica Rio Muchacho, esta se dedica a la producción; orgánica de alimentos, en este lugar se puede practicar diferentes actividades agropecuarias, como: Producción y cosecha de los productos de la finca, elaboración del cacao tostado y molido, ordeño de vacas; y otras actividades tales como: Pesca deportiva, cabalgatas, avistamiento de flora y fauna, caminatas elaboración de artesanías en semillas de palma. (Rio Muchacho Organic Farm, Ecuador)

Según el GAD Tosagua, El agroturismo en el catón aún no ha sido desarrollado, puesto que los lugares con potencial en recursos agropecuarios son de difícil acceso, las vías se encuentran en pésimo estado, y carece de señaléticas que ayuden a los turistas a llegar a dichos lugares.

De acuerdo con el GAD, Tosagua posee lugares con gran diversidad de sitios naturales que pueden ser aprovechados turísticamente como: fincas, haciendas ganaderas, campos de cultivos frutales, lugares que sin lugar a duda poseen recursos agropecuarios, todo esto vinculadas con actividades agroturísticas como cosechar, tostar y moler café o cacao; ordeñar el ganado, elaborar el queso; cabalgatas guiadas que le integren y les permitan vivir las actividades diarias de un campesino, mostrarles sus costumbres, gastronomía; esto le permitirá tener una experiencia inolvidable. Además permite mejorar la calidad de vida

habitantes, puesto que esta actividad generaría un ingreso extra a los campesinos.

Pero aún no se han implementado estrategias para la ejecución de proyectos que de una u otra manera contribuyan a desarrollar estos lugares. La debilidad de esta zona es la carencia de infraestructura básica, servicios complementarios y el escaso conocimiento que tienen los habitantes de potencial que poseen estas fincas, también afectan e impiden su promoción y desarrollo. En base a lo expuesto se formula el siguiente problema:

¿De qué manera se puede contribuir al desarrollo de una oferta que permita potenciar los recursos agropecuarios?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1 JUSTIFICACIÓN LEGAL**

La presente investigación se justifica legalmente en base al objetivo principal del PLANDETUR 2020 el que plantea crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana. De esta manera ayudaría a mejorar la calidad de vida de las personas y así mismo aprovechar los recursos naturales con los que se cuenta en el sector, estableciendo beneficios económicos directos e indirectos a través de la generación de divisas, empleo para la población económicamente inactiva.

### **1.2.2 JUSTIFICACIÓN SOCIO – ECONÓMICA**

La investigación se justifica desde el punto de vista socio – económico en el Plan Nacional del Buen Vivir en el artículo 3. Literal 2.7, que señala que el punto de partida de la libertad potencial que genera el trabajador es que los ciudadanos tengan la posibilidad de asegurar el propio sustento. Este da la pauta para generar una alternativa al desempleo que sufren las comunidades, ya el mismo facilitaría a los propietarios de fincas agroturísticas ingresos adicionales.

La determinación de una oferta agroturística en el cantón Tosagua se realizará con la finalidad de mejorar la economía y la calidad de vida de los habitantes de las comunidades aledañas de dicho cantón, teniendo en cuenta el uso sostenible de los recursos culturales y naturales para que estos sean aprovechados de manera racional cuidando el medio ambiente.

### **1.2.3 JUSTIFICACIÓN MEDIO - AMBIENTAL**

En el ámbito medio-ambiental, la propuesta plantea una alternativa que no perjudica a los ecosistemas ni a los recursos que se encuentre en el cantón Tosagua. Como se menciona en el sección segunda en el art. 14 de la Constitución Nacional “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir” en donde claramente da a conocer el interés de cuidar y conservar el

ecosistema en el que se habita siendo este uno de los principales intereses de este trabajo investigativo.

### **1.2.4 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

La oferta agroturística de Tosagua tiene como referencia las metodologías: Caracterización y perspectiva del Agroturismo en Chile 2007, Estudio De Pre factibilidad para la Creación de un Proyecto De Agroturismo en la Hacienda La Compañía 2010, Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos 2011, Diseño de un Proyecto Agroturístico para la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos 2012, los mismos que proponen un procedimiento estructurado, y participativo entre los factores implicados en la concepción del diseño de una oferta agroturísticas, entonces a través de su aplicación, permita potenciar los recursos agropecuarios del cantón Tosagua.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la oferta agroturística del cantón Tosagua, que permita potenciar sus recursos agropecuarios y contribuir a su desarrollo socioeconómico.

### **1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- Recopilar información bibliográfica para conforma el marco teórico referencial sobre la oferta agroturística.
- Estructurar un proceso metodológico para la oferta agroturística.
- Desarrollar la oferta agroturística para el cantón Tosagua que permita potencializar los recursos agropecuarios del cantón.

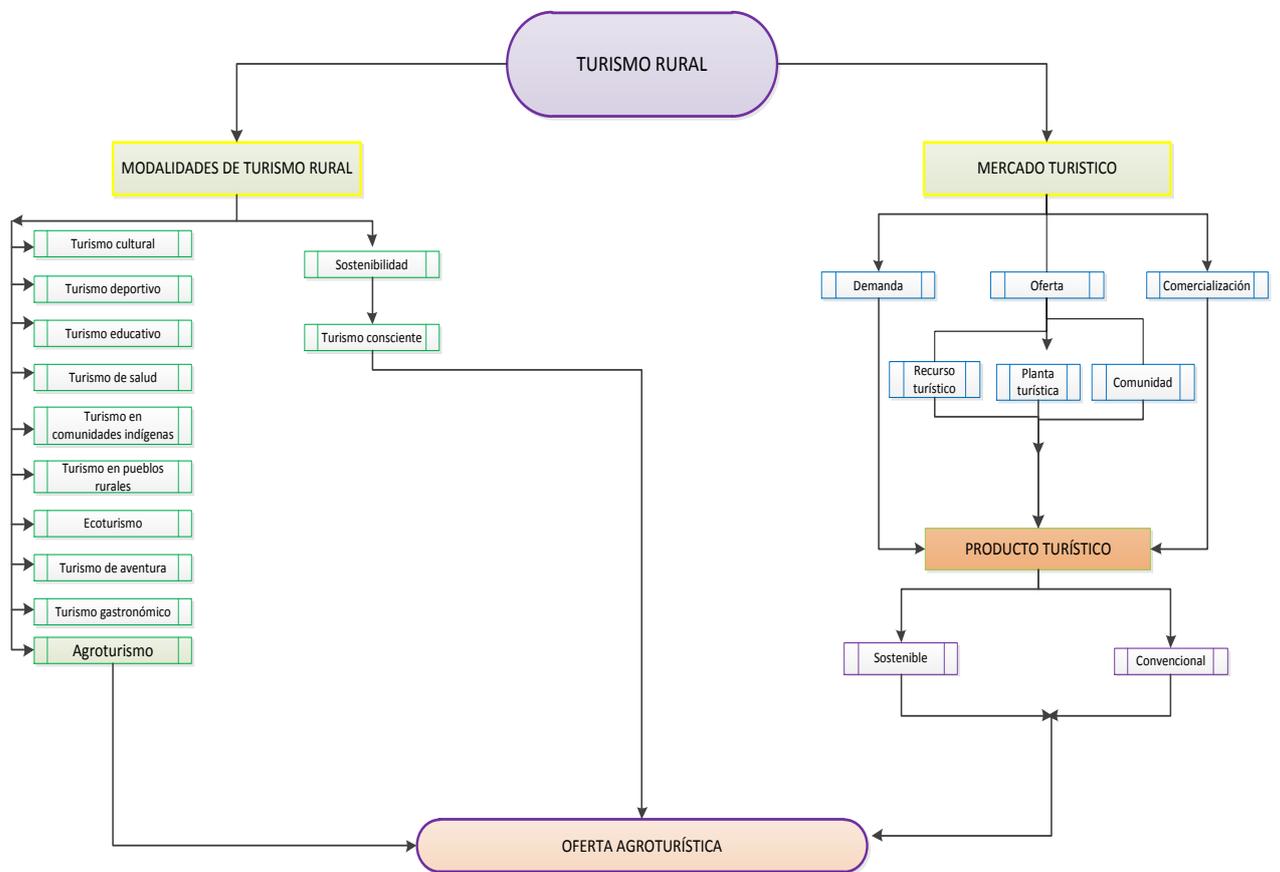
## **1.4. IDEA A DEFENDER**

Si se determina la oferta agroturística del cantón Tosagua se contribuiría a potenciar el desarrollo del turismo rural en la zona.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se exponen los principales preceptos del marco teórico referencial, los cuales sirven de sustento a la propuesta para determinar la oferta agroturísticas en el cantón Tosagua. Cada uno de estos conceptos hace referencia de la importancia de su utilización y lo necesario que es tener una base de definición que resulta del análisis de varios autores. A continuación se muestran los conceptos utilizados (Figura 2.1)

Figura 2.1.Hilo conductor del marco teórico-referencial



Fuente: Elaborado por las autoras.

### 2.1. MODALIDADES DE TURISMO RURAL

El turismo rural es una actividad que se desenvuelve en contacto con la población local y con respeto por la naturaleza, se entiende que cualquier persona que se alojan en una propiedad agrícola con interés de conocer y practicar actividades

agropecuarias, son personas interesadas en este tipo de turismo, estos servicios que ofrecen los productores agropecuarios les dan autenticidad al producto.

**TURISMO CULTURAL.** SECTUR (2004) señala que este turismo es aquel viaje motivado para conocer, comprender y disfrutar todos los elementos y características de una sociedad o grupo social de un destino específico tales como el patrimonio turístico y cultural de un estado, las tradiciones e historia, por medio de arqueologías y museos. Este criterio coincide con Ministerio de Cultura (2011), determina que el turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos patrimonio, turismo y cultura.

El turismo cultural nace de la necesidad de conocer la historia de un pueblo, país o comunidad, donde través de diversas representaciones como cuadros, objetos de uso, vestigios y documentos, e infraestructuras los turistas pueden remontarse a un viaje de conocimiento cultural en tiempos antiguos, y despejar aquellas incógnitas que puedan tener, y que a su vez dará oportunidad para que las comunidades se beneficien de esta actividad.

**TURISMO DEPORTIVO.** Para el SECTUR (2004) es el turismo orientado al esfuerzo, programas y acciones de desarrollo de productos turísticos específicos como el triatlón, el golf, el maratón, entre otros con el fin que los destinos sedes logren obtener competitividad, sustentabilidad, calidad y rentabilidad. Por su parte Ramírez (2013) define al turismo deportivo como derivado de la interacción de la actividad, gente y lugar, lo cual abre un panorama de relaciones entre los visitantes. Éstos pueden ser espectadores, atletas, oficiales y dignatarios participantes en los eventos deportivos.

Este tipo de turismo diferenciado a muchos otros, hace que mediante diversas opciones y promociones el turista pueda vivir la experiencia de un encuentro en cualquier índole deportivo, en diversos niveles y regiones, este turismo cada vez toma mayor impulso por los grandes aficionados de varios países del mundo que no quieren perderse de grande encuentros deportivos.

**TURISMO EDUCATIVO.** Para Barrera (2006) el turismo educativo en el mercado para este tipo de propuestas es importante, y crecerá notablemente en el futuro hasta incorporar a todos los cursos de los establecimientos públicos y privados debido al gran valor pedagógico que tiene una visita a una granja adecuadamente preparada para educar. Mientras que Bonilla (sf) sostiene que el turismo educativo se enmarca siempre desde una estructura pedagógica que sigue una metodología señalada y que en su generalidad incluye técnicas de la educación experiencial, la cual es desarrollada en espacios abiertos como los escenarios naturales y culturales desde lo rural hasta las áreas silvestres.

Tipo de turismo orientado a incentivar o mejorar los niveles académicos, este turismo es demandado por profesionales, estudiantes y turistas que deseen involucrarse a actividades de educación a nivel mundial, este tipo de turismo involucra a grandes establecimientos educativos muy reconocidos y de excelentes indicadores de satisfacción dado por estudiantes que antes ya han realizado este viaje de estudios.

**TURISMO DE SALUD.** Según Barrera (2006) este tipo de turismo va de la mano con el entretenimiento las actividades que hacen que se realizan son: aguas termales, las terapias anti estrés la equino terapias esta es fundamental para las personas con discapacidad motriz. Por su parte Auren (2013) define al turismo de salud como el proceso por el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside. El motivo del viaje es la búsqueda de estos servicios de salud, en un sentido amplio.

Tipo de turismo que ofrecen grandes empresas para el cuidado de la salud, en diversos países se muestran con gran demanda por la calidad de sus infraestructuras y establecimientos donde la mayoría ya cuentan con certificación de instituciones médicas que abalan su funcionamiento; esto garantiza a que cada vez sean mayores el número de turistas que viajan por salud.

**TURISMO GASTRONÓMICO.** Los productores dedicados al turismo rural ofrecen su propia producción, agregándole el mayor valor posible. La relación de la gastronomía y el turismo son muy estrechos, ya que el mayor gasto de los turistas es en alimentación. (Barrera 2006). Mientras Millán, Agudo (2010) sostiene que el

turismo gastronómico es un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona. Es una pieza calve para el posicionamiento de los alimentos regionales.

Turismo donde se exponen el arte culinario de diversas regiones haciendo que este no se pierda con el paso de los años, está particularmente forma parte de turismo rural que involucra la gastronomía como una de sus actividades. Hay regiones donde se encuentran consolidadas varias rutas gastronómicas que incentivan a los turistas a viajar para degustar de variados platos típicos que hacen que las poblaciones se sientan mayormente involucradas por el beneficio social y económico.

**TURISMO EN COMUNIDADES INDÍGENAS.** Para la Universidad Austral de Chile (2006) Vinculación de huéspedes con comunidades indígenas para conocer el modo de vida tradicional de estos grupos, culturas distintas y casi olvidadas.

Este tipo de turismo es conocido por ser el que incentiva a que los habitantes de las comunidades adecuan sus viviendas y empiezan a realizar actividades donde a través de la llegada de turistas se mejore las condiciones de ingresos económicos y dé lugar para que las operadoras empiecen a comercializar su propuesta en coordinación con otros centros turísticos.

**TURISMO EN PUEBLOS RURALES.** Son pueblos que deciden volcarse al turismo, no tienen necesariamente recursos magnificentes, sino que por el contrario, los que están teniendo éxito son carentes de atractivos turísticos según los criterios del turismo tradicional. (Barrera 2006)

Es el turismo donde los pueblos muestran interés por desarrollarse pero que no cuentan con recursos, atractivos, infraestructura ni espacios idóneos que permitan tener ese desarrollo, en ocasiones estos pueblos toman la iniciativa de organizarse o verse involucrados en la oferta de atractivos muy reconocidos y demandados como estrategia de impulso a largo plazo.

**ECOTURISMO.** Para MINTUR (2009) el ecoturismo es la forma de turismo en el que se privilegia el contacto y las actividades en el marco de la preservación: observación de aves y flora, visita a parques nacionales, senderismo. Por su parte

Nicklin, Saravia (2006) sostienen que el ecoturismo como término popular ha sido utilizado ligeramente, sin embargo bien analizado revela un conjunto muy complejo de acciones importantes para alcanzar el desarrollo sustentable. Es una forma de turismo que se enfoca en conservar los recursos naturales y la cultura local del lugar.

El ecoturismo tiene como base fundamental la inserción del turista en el medio natural y da a conocer sobre las particularidades de cada ambiente, el cual desarrolla actividades sin contaminar ni destruir el medio ambiente. Además este tipo de turismo crea conciencia en la población para que con un adecuado manejo se vincule el turismo y el cuidado ambiental, dando paso a que las poblaciones se vean beneficiadas por esta nueva alternativa.

**TURISMO DE AVENTURA.** De acuerdo con el SECTUR (2004) el turismo de aventura son aquellos viajes que se realizan por personas motivada a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y estos puedan causar diversión y adrenalina para quienes lo practican. Este criterio coincide con Aguilar, Banegas (2013) quienes consideran que el turismo de aventura se encuentra dirigido principalmente a los turistas dispuestos a conocer nuevos lugares, combinar sus actividades de aventura con la naturaleza, de manera activa y participativa; mostrándose siempre respetuosos con el entorno, teniendo como objetivo principal experimentar momentos de adrenalina a costa de un porcentaje de riesgo.

El turismo de aventura garantiza la diversión del turista en su viaje, este se caracteriza por estar estrechamente direccionado a los deportes extremos y su ejecución, donde la adrenalina forma parte indispensable de este tipo de turismo, demandado por los deportistas y turistas que desean tener experiencias inolvidables.

## **2.2. EL AGROTURISMO**

De acuerdo al MINTUR (2009) el agroturismo es realizado en unidades agropecuarias en producción, con el objetivo de diversificar y complementar su ingreso. Las actividades productivas consideradas las principales y que sustentan

el agroturismo son aquellas propias de exploraciones rurales como: cosecha, ordeño, rodeo, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales, cabalgatas. Toda esta oferta cimentada en un espacio natural modificado por el ser humano, pero conserva gran parte de carácter natural de sus recursos.

Por su parte Blanco, Rivero (sf) sostienen que la actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agroprocesadores.

El agroturismo forma parte de una de las actividades con aumento en su demanda debido a que son más las personas de diversas edades que quieren vivir las acciones y formas de vida de las comunidades, mediante la realización de actividades agropecuarias, ganaderas y gastronómicas, que hacen que el turista se sienta incentivado en conocer y aprender todas las enseñanzas de las personas que tienen años realizando estas actividades, pero que a diferencia del turista paga un valor por realizarlas.

El Ministerio de agricultura de Chile (2007) señala nueve requisitos claves para lo que debe ser el agroturismo.

- **INNOVACIÓN**; esta actividad no tradicional aporta nuevas posibilidades a los medios rurales.
- **PARTICIPATIVO**; los habitantes se convierten en actores de su propio desarrollo.
- **ASOCIATIVO**; cuando se opera de forma agrupada.
- **FORMADOS**; la adquisición de nuevos conocimientos para mejorar.
- **CULTURAL**; son elementos que se encuentran presentes en diversos grados en el espacio rural y que el agroturismo fomenta.
- **ECOLÓGICO**; por contraste de su entorno habitual.
- **RECREATIVO**; según las características propias de cada lugar.
- **SOCIAL**; por sus carteristas y precios.
- **PEDAGÓGICO**; convenios con instituciones educacionales.

Según el criterio de Noel (2004) el agroturismo se caracteriza porque el visitante participa de las actividades productivas. El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a las diversificación del mismo, por ese motivo le parece recomendable que los productos incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque a veces tengan solo una finalidad demostrativa y no productiva.

El agroturismo en sí son las experiencias que se le brinda a los turistas donde este desarrolla actividades agrícolas y ganaderas que la población de determinado territorio esta acostumbrados a realizar como parte de su diario vivir, pero que a diferencia del turista manifiesta su interés por las vivencias agrarias. Este tipo de turismo va en aumento en aquellas poblaciones que han visto una forma de conseguir ingresos económicos, por ello han adecuado sus viviendas para recibir a los turistas y ofrecerles hospedajes y actividades agropecuarias complementarias.

De acuerdo con Sayadi, Calatrava (2001) el agroturismo constituye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en que los agricultores deben tener un protagonismo destacado. Y este a su vez puede constituir para el agricultor una forma de retribución que este efectúe en favor del medioambiente para beneficio de la colectividad.

### **2.3. SOSTENIBILIDAD**

De acuerdo con Macedo (2005) es aquel desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Según García (2005) el concepto de sostenibilidad, se han desarrollado dos versiones del mismo: sostenibilidad débil y sostenibilidad fuerte. La primera se ubica, al igual que el concepto de desarrollo sostenido, dentro del paradigma de la economía estándar, mientras que la segunda ha sido formulada por un puñado de economistas heterodoxos, vinculados a la termodinámica y a la ecología.

Barton, D; Merino, L; Barry, D. (2007) plantea la sostenibilidad del turismo alternativo como un circuito cerrado y bidireccional entre naturaleza y recursos económicos, donde la naturaleza debe crear a través del turismo los recursos económicos y el turismo, a su vez, ha de contribuir a mantener y mejorar la cantidad y calidad de los recursos naturales existentes.

Para Capece (1997) la sostenibilidad representa aquella actividad económica productora de bienes y servicios, que no compromete los límites físicos del medio en el cual se desarrolla, junto con los de sus habitantes y demás involucrados.

La sostenibilidad abarca todas aquellas actividades que se pueden realizar en variadas maneras, pero que tienen la característica de que estas no deben afectar en lo absoluto a que nuevas generaciones puedan beneficiarse o satisfacer sus necesidades con estas mismas actividades. El termino sostenibilidad se ha utilizado en los últimos años como un medio para que organizaciones, comunidades, autoridades y la población en general tomen consciencia del cuidado que se le debe dar al entorno en el que vivimos.

## **2.4. TURISMO CONSCIENTE Y SU IMPORTANCIA**

Según la OMT (2012) el turismo consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción que se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética, promueve los valores de paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida, como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural. Ayuda también a redefinir los factores de consumo y medir la prosperidad más en función de bienes espirituales que en función de bienes materiales, fomentando siempre un crecimiento beneficioso y distributivo a nivel social.

En la actividad empresarial se planteó que la aplicación del concepto de turismo consciente debe contribuir a mejorar la competitividad ante una sociedad cada vez más comprometida y sensibilizada, ya que los beneficios del turismo no deben contemplarse únicamente desde la perspectiva económica, sino también en sus aportaciones sociales.

Para el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración (2012) es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos este concepto se enfoca en principios como la sustentabilidad, la ética, la paz, la amistad, el respeto, la convivencia y la responsabilidad. El turismo consciente se refleja en las políticas y proyectos turísticos como el ecoturismo, el turismo responsable, turismo local, el comercio justo y la responsabilidad social corporativa de las agencias y empresas turísticas.

El turismo consciente es aquel que vincula una serie de aspectos que son parte fundamental para que se desarrolle también la sostenibilidad, estos incluyen la paz, el respeto, la solidaridad, la ética en todas las dimensiones y formas de aplicación. Este tipo de turismo cada día toma mayor importancia a nivel mundial, donde proyectos, estudios y planes de diferentes índoles se encaminan a mantener esta tipología de turismo vigente y en total ejecución.

## **2.5. MERCADO TURÍSTICO**

Para la Secretaria de Economía (2011) el mercado turístico se refiere a un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios.

Por lo tanto el mercado turístico engloba a todos los comerciantes y empresas turísticas que comercializan productos y servicios relacionados con el turismo y de las ofertas y demanda de los consumidores. Este debe desarrollar estrategias para captar la atención y fidelización del cliente, y así poner garantizar la estabilidad del mercado turístico.

**LA DEMANDA TURÍSTICA.** Según Porras (2010) es el conjunto de bienes o servicios que los consumidores de una determinada oferta turística, están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Basándose en la zona en particular se podría resumir en que es el tipo de turismo que satisface el deseo de conocer y admirar los atractivos. Por otro lado Rigol (2011) la define de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante unas

características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes y servicios no turísticos, los cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones.

Es el conjunto de consumidores de una determinada oferta turística se basa en zonas particulares y están disponibles para los turistas que consumen esos bienes y servicios.

Demanda turística desde un punto de vista económico se define como un inventario de la calidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar, a cada costo específico en un conjunto de posibles de precio durante un periodo determinado. Por lo tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad de demandada. (SERNATUR 2008)

**COMERCIALIZACIÓN.** Es el conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor. (Barbagallo, 2005).

Según Camacho (2007) la comercialización de productos turísticos rurales es un proceso amigable y sustentable que evita la exportación y mal uso de los recursos. La mayoría de las veces las actividades turísticas es vista como un depredador, pero son los seres humanos quienes el poder de conservar, por ende, de hacer de la actividad turística un aliado para la localidades rurales. La base y estrategia fundamental para el desarrollo de todo esto radica en los valores con los que se desarrolla la actividad.

## **2.6. OFERTA TURÍSTICA**

De acuerdo con García (2005) la oferta turística rural ha de adaptarse a las exigencias de esta demanda, pero se ha de tener en cuenta que la oferta turística no sólo está compuesta por recursos naturales sino que es un conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, así como recursos naturales y arquitectónicos existentes en zonas de economía predominantemente agrícola.

Según Sancho (2008) es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, para así satisfacer la potencial demanda turística. Este criterio coincide con lo señalado por García (2014) quien sostiene que la oferta turística está conformada por el conjunto de servicios que se ofrecen a los turistas de forma paralela a los recursos básicos y al alojamiento.

La oferta turística es el conjunto de atractivos, bienes y servicios que la empresa, organización o población suministra al mercado y con precios establecidos, para ello se debe conocer con anterioridad los gustos y preferencias que tienen los turistas para los cuales se ha creado la oferta. La oferta debe contener características significativas o innovadoras que atraigan la expectativa del turista y que a la vez satisfagan sus necesidades, que en conjunto con un valor asequible hacen que el turista tenga una experiencia inolvidable.

Para SERNATUR (2008) la oferta turística corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.

**RECURSO TURÍSTICO.** Para la OMT (1998) son bienes y servicios que por intermedio de actividad del hombre y medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Para Marín (2012) es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio. Los recursos son muchos, se dan en todas partes. No debemos confundir recurso con producto, ya que este se forma a partir de la siguiente ecuación: Recursos turísticos + infraestructuras + equipamientos y servicios = producto turístico.

El recurso turístico es aquel que posee las características idóneas y considerables para poder ser potencializado como un atractivo posteriormente, la mayoría está compuesta por ambientes naturales, sitios arqueológicos, comunidades con

grandes historias ancestrales y lenguas consideradas importantes. Este recurso se convierte en importante cuando se le incorpora los servicios que hagan cómoda la estadía del turista en ese recurso convirtiéndose así en atractivo para poder ser incluido en productos a niveles locales, nacionales e internacionales.

**PLANTA TURÍSTICA.** Según SERNATUR (2008) corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas.

Para Bermúdez (2002) Son las facilidades y los servicios turísticos y recreativos, que permiten al turista disfrutar de los atractivos turísticos.

Es así que la planta turística es un conjunto de instalaciones, empresas y personas que prestan servicios, para mejorar la estadía en determinado lugar del turista, proporcionando hospedaje, alimentación y actividades complementarias que satisfagan las necesidades y comodidades del cliente. La planta turística debe corresponder o mantener una idónea correlación entre el destino que se visita y el nivel del servicio que se ofrece.

**COMUNIDAD LOCAL.** de acuerdo con Causse (2009) comunidad es el grupo humano enmarcado en un espacio geográfico determinado que comparte, en lo fundamental, comunión de actitudes, sentimientos y tradiciones y unos usos y patrones lingüísticos comunes correspondientes a una lengua histórica o idioma; con las características propias que le permiten identificarse como tal.

Según Diéguez (1998) la comunidad es fundamentalmente un modo de relación social, es un modelo de acción intersubjetivo construido sobre el afecto, la comunidad de fines y de valores y la incontestable esperanza de la lealtad, de la reciprocidad; la comunidad es un acabado ejemplo de tipo ideal de la acción social, una construcción teórica de alguna manera extraña de la propia realidad que acostumbra ser algo más sentido que sabido, más emocional que racional.

La comunidad es un sistema de relaciones sociales en un espacio definido, integrada a base de intereses y necesidades compartidas. Esta organizada para crear un ambiente cómodo y agradable al turista, además de ser parte importante

y necesaria en la oferta turística, ya que es justamente la comunidad la que se encargara de que las actividades y servicios complementarios en la oferta sean de calidad para que el turista se sienta satisfecho.

## **2.7. PRODUCTO TURÍSTICO**

De acuerdo con García (2005) los productos turísticos se componen de servicios básicos (alojamiento y alimentación) y servicios complementarios, que aportan carácter y calidad, es decir, valor añadido y, por tanto, diferenciación. Además los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos como tal, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización.

Para SERNATUR (2008) es conjunto de atributos físicos y sicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio y a su vez se puede sinterizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos) las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación, y otros servicios) y accesibilidad, todo esto para satisfacer las necesidades del turista.

De acuerdo con Blanco y Ribero (sf) el producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resultan de interés para un cierto segmento de turistas. Para su disfrute, se ofrecen también servicios de alojamiento, alimentación y venta de productos frescos y procesados en las fincas o en las comunidades aledañas y se crea la infraestructura necesaria para su acceso.

El producto turístico es aquel compuesto de elementos tangibles e intangibles, en lo cual el objetivo principal es que pueda captar la atención del cliente, mediante la innovación, calidad, aspectos, actividades entre otros que tenga el producto. Es decir ya se convierte en el resultado final de toda una gama de recursos que se seleccionan y que en conjunto con otros servicios crean la mezcla perfecta para que el turista adquiera el producto final.

**SOSTENIBLE.** Para Barton, D; Merino, L; Barry, D. (2007) es el turismo cuyas acciones están integradas en el entorno junto con la población local, y buscan una explotación duradera evitando un modo de máxima rentabilidad en el tiempo y en el espacio propio de la especulación, que tan común ha sido en el turismo convencional. Para lograr alcanzar un turismo como el descrito es necesario, antes de emprender cualquier proyecto turístico, proceder a su evaluación efectuarse teniendo en cuenta los resultados económicos y medioambientales, así como culturales y sociales.

Este tipo de turismo genera la satisfacción de las necesidades de todas las generaciones, pero esta hace que en el futuro no se vean involucradas la capacidad que tienen las demás generaciones para que también puedan satisfacer sus necesidades. Este tipo de turismo garantiza la sostenibilidad en todos los niveles en los que sean realizan actividades o proyectos.

**TURISMO CONVENCIONAL,** para Barbagallo (2005) un conjunto de actividades realizadas por diversas personas que tratan de llevar a cabo un intercambio de mercancías. el turismo convencional recibe esta denominación por el volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial la cual puede llegar a superar, en muchos casos, la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales allí existentes.

Según Salcedo y Martín (2012) Turismo Convencional también catalogado como turismo de masa, por su alto volumen de turistas, este ofrece principalmente turismo de sol y playa, lo que hace posible la masificación del producto.

Este tipo de turismo es el que está inmerso el turista que busca la relajación a través de la visita a lugares donde la mayoría de personas realizan sus vacaciones, este tipo de turismo esta principalmente compuesto por el de sol y playa, en el cual son cada vez más las personas que gustan de pasar en familias en playas muy reconocidas a nivel mundial y local.

## 2.8. OFERTA AGROTURÍSTICA

Para Blancos y Riveros (sf) la propuesta recreativa de las fincas dedicadas al agroturismo consiste principalmente en recorridos por el campo e instalaciones para conocer, aprender y experimentar con las distintas tareas que allí se realizan. Esta labor puede ser activa o pasiva, en función de los gustos y deseos de los propios clientes. También es frecuente que se ofrezca alimentación y hospedaje, en respuesta a las exigencias del turista y a la necesidad de diferenciar el producto de modalidades turísticas similares.

Según Zamora, *et. al.* (sf) el equipamiento y los servicios que hagan la estancia del turista agradable es calve para que este quiera pasar un tiempo en el medio rural. La oferta compone alojamiento pequeños que generalmente son manejados por familias campesinas, las actividades que se realizan deben ser recreativas para el visitante, entre ellas están: cabalgatas, fiestas tradicionales de la zona, museos típicos, caminatas por escenarios turísticos campesinos, actividades de chacras y elaboración de productos típicos, ferias o mercados, entre otros.

De acuerdo con el MINTUR (2009) La característica de la oferta agroturística es que se desarrolla en un ambiente rural como las haciendas, fincas y lugares de esparcimiento, que actualmente se dedican a la operación turística ofrecen una variedad de actividades y servicios que acercan al turista a la vida campestre y a sus tradiciones. La oferta agroturística es similar, mientras que en otros, las visitas para conocer los procesos agropecuarios se complementan con actividades al aire libre, fuera de los predios de las haciendas. Cada actividad o servicio tiene un precio y según la administración de cada lugar puede ser cancelado de forma separada o como paquete.

En el libro Agroturismo en Chile presentan las características para un modelo de agroturismo y según la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) existen nueve claves para lo que debe ser el agroturismo: Estas son: innovador, participativo, asociativo, formador, cultural, ecológico, recreativo y deportivo, social, pedagógico. (Alvarez, *et. al.* 2008). Por otra parte Doumet (2013) considera que una oferta agroturística es la base para el desarrollo y diversidad de económica

en algunas comunidades agrícolas, en las que se pueden combinar varias actividades agrícolas y de oferta de servicios turísticos como: hospedaje, alimentación y recreación.

De acuerdo con Tomalá (2013) dentro de las fincas los elementos que se pueden incluir en los productos de agroturismo son: Planta turística, involucramiento en las actividades agrícolas, contacto con el estilo de vida rural, integración de comunidades locales, promoción de las tradiciones locales, promoción de la gastronomía local, conocimiento de culturas antiguas, contacto con la naturaleza ya que todos estas actividades son las que al turistas les atrae a realizar y querer experimentar este tipo de turismo.

La oferta agroturística es la que vincula la actividad agropecuaria y el turismo, mediante la creación de circuitos o itinerarios donde se ve inmersa las actividades de ordeño, cabalgata, caminatas, cultivo, gastronomía entre otros, en las cuales el turista es el actor principal que busca tener la oportunidad de vivir todas estas experiencias que a diario realizan las personas de diversas comunidades. La oferta agroturística esta direccionada a que el turista forme parte activa de las actividades agropecuarias de diversas poblaciones y campiñas.

## **2.9. TURISMO RURAL ACTIVIDAD DE DESARROLLO LOCAL**

Según Basadre (2003) el turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza. Este criterio coincide con lo señalado por Simón, Gil, Carpintero (2011) quienes consideran que el turismo rural como aquella actividad turística que se desarrolla en un medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y que huye de las masificaciones.

Estos dos criterios de los autores dan a entender que el turismo rural está tomando fuerza en aquellas regiones donde las condiciones y las actividades que se realizar en este tipo de turismo tienen el impacto que el turista busca,

considerando para satisfacer sus necesidades de disfrute de un ambiente natural y la vinculación con las poblaciones involucradas a este sector.

De acuerdo con García (2005) el turismo rural se dirige a segmentos determinados de mercado, que en general se caracterizan como una demanda de calidad, entendida como visitantes concienciados ambientalmente y con una cierta capacidad adquisitiva.

Para MINTUR (2009) el turismo rural se puede convertir en una fuente inagotable de recursos económicos y, al mismo tiempo, es un medio que rescata tradiciones, historias y diversas manifestaciones folklóricas de cada grupo humano; esta basa sus actividades en el medio fuera de los núcleos urbanos. Es un tipo de turismo que tiene una gran cantidad de variantes para diferenciar tipos de mercados, pero con el factor común de participar en actividades relacionadas directamente con la naturaleza.

Por lo tanto el turismo rural son todas aquellas experiencias que se le puede brindar al turista en el medio rural y que son desarrolladas por los habitantes locales, estas son organizadas para el beneficio de las comunidades y de sus familias. Es el tipo de turismo que está tomando mayor fuerza en diversas regiones, por este motivo son muchos los visitantes que ya optan por esta modalidad de turismo donde quieren vivir las experiencias que en sus ciudades no pueden tener y conocer todas aquellas actividades cotidianas que desarrollan las poblaciones para su supervivencia y desarrollo productivo.

## **CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO**

En este capítulo se presenta el procedimiento metodológico que se utilizara para la oferta agroturísticas para el cantón Tosagua. Para la realización de este diseño metodológico se tomó a consideración la aportación de cuatro autores como: Anilema, (2012); Simón, Gil, Carpintero, (2011); Guevara, (2010); Constabel, Oyarzun, Szmulewicz, (2007)

### **3.1. REFERENCIAS**

El trabajo de investigación se basa en diversas perspectivas de autores, con propuestas relacionadas a la oferta agroturística.

**Caracterización y perspectiva del Agroturismo en Chile. (Constabel, Oyarzun, Szmulewicz, 2007).**

Sostiene que es posible definir estrategias de desarrollo socioeconómico a partir del conocimiento tradicional, mediante propuestas innovadoras que garantizando nuestra propia supervivencia, de esta manera se contribuirá a la conservación del contorno natural y social.

**Estudio de Pre factibilidad para la Creación de un Proyecto de Agroturismo en la Hacienda La Compañía. (Guebara, 2010)**

Pretende organizar a las personas que se dedican a la actividad agrícola-ganadera para que continúen realizando estas actividades como lo hacen diariamente, contando con la participación de los turistas que los visitan, de lo cual se obtendrá como resultado ingresos económicos adicionales.

**Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos. (Simón-Gil-Carpintero 2011).**

Sostiene como objetivo general de estudio sistematizar, a través de la caracterización y evaluación de una muestra representativa de emprendimientos, la experiencia de desarrollo del agroturismo, así como sus impactos y resultados a partir de esta evaluación evaluar propuestas orientadas a optimizar la gestión

pública y privada en los proyectos de agroturismo. Lo que se planteó anteriormente permitirá un mejor manejo en el ámbito de agroturismo con las ofertas que se les brindaran a los turistas.

**Diseño de un Proyecto Agroturístico para la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Mushuj Ayllu”. (Anilema, 2012).**

Tiene visión de desarrollo turístico y en la utilización adecuada de los espacios agrícolas y aprovechamiento de su entorno natural, lo que buscando Anilema con lo anteriormente mencionado es mejorar los ingresos económicos y calidad de vida. **(Cuadro 3.1. metodología consultada)**

Cuadro 3. 1. Metodologías consultadas

a. Constabe-Oyarzun-Szmulewicz (2007)	b. Guevara (2010)	c. Simón-Gil-Carpintero (2011)	d. Anilema (2012)
1_ Marco teórico y conceptual 2_ Diseños de los instrumentos de investigación. 3_ Recopilación de la información a través de fuentes primarias. 4_ Procesamientos y análisis de los datos. 5_ Elaboración de conclusiones y recomendaciones. 6_ Difusión de los resultados del estudio.	1_ Estudio de mercado. 2_ Estudio técnico e ingeniería del proyecto. 3_ Plan de marketing. 4_ Estudio financiero. 5_ Estudio de impactos ambientales.	1_ Establecimiento de las bases teóricas, diseño del proyecto de agroturismo y elección del área para desarrollo. 2_ Estudio pormenorizado del estado del PC. 3_ Contacto con los agentes sociales. 4_ Contacto con las instituciones administrativas. 5_ Diseño de los productos turísticos. 6_ Puesta en marcha de los productos. 7_ Evaluación de los resultados.	1_ Realizar el diagnóstico de la situación actual. 2_ Elaboración del estudio de mercado. 3_ Análisis de oferta y demanda. 4_ Realizar el estudio de impacto ambiental y sociocultural. 5_ Elaborar el estudio administrativo y legal. 6_ Determinación del análisis y evaluación financiera del proyecto.

Fuente: Elaboración de las autoras.

### 3.2. CONSIDERACIONES PARA LA DETERMINACIÓN DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA

Para la determinación de la demanda de la oferta agroturística se utilizaron criterios de diferentes autores tomando en consideración las principales etapas, para lo cual a continuación se realizara una comparación de los autores antes mencionados determinando cuántos de ellos concuerdan con alguna determinada etapa, asignándoles un valor numérico y otro porcentual según se crea necesario, de esta manera se elaborara las etapas para el desarrollo metodológico.

Cuadro 3. 2. Recuento de Metodologías consultadas

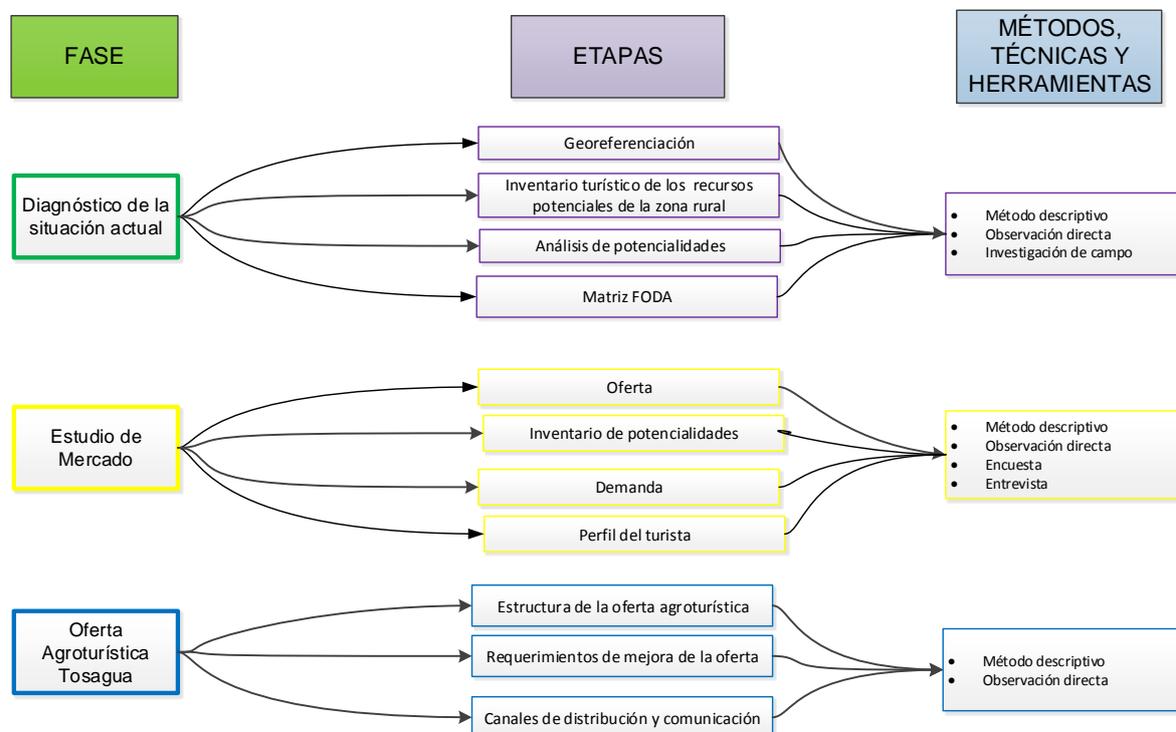
FASE	AUTOR									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	TOTAL
A. Realizar diagnóstico de la situación actual.		X							X	2
B. Diseño del producto				X	X					2
C. Comercialización		X	X							2
D. Estudio de mercado	X	X	X							3
E. Análisis de competencia										
F. Inventario de recursos										
G. Canales de distribución										
H. Promoción y comercialización										
I. Diseño										
<b>TOTAL</b>	1	3	2	1	1	0	0	0	1	9
<b>%</b>	10	30	20	10	10	0	0	0	10	90

Fuente: Elaboración de las autoras

A partir del cuadro anterior los autores proponen la siguiente metodología, la cual consta de tres fases con sus respectivos pasos, técnicas, métodos y herramientas: **(cuadro 3.3)**

### 3.3. DISEÑO METODOLÓGICO

Figura 3.3. Diseño Metodológico



Fuente: Elaboración de las autoras.

### 3.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO

#### 3.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para la realización de esta fase se realizaron varias actividades encaminadas al proceso investigativo, que permita generar información importante para las diversas fases que se realizarán metodológicamente, así se utilizaron técnicas y herramientas como método descriptivo, observación directa, investigación de campo, donde se detalló datos importantes de georeferenciación del cantón Tosagua, de esta manera también se realizó el inventario de recursos turísticos, análisis de potencialidades y la matriz FODA, incluyendo de esta forma el análisis y evolución del sector turístico que se posee en el área de investigación. Mediante esta fase se pretende recopilar información que nos dé como principal resultado el posicionamiento del cantón Tosagua en variados aspectos como social,

económico, político, territorial, ambiental, cultural y turístico, con la finalidad de acoplar la investigación y realizar la propuesta final en base a la realidad que vive el área de estudio en su sector agro turístico.

### **3.4.2 GEOREFERENCIACIÓN**

En esta etapa se busca la ubicación exacta del territorio donde se desarrolla la investigación, detallando además datos como su orografía, hidrología, relieve entre otros aspectos que se detallarán con la finalidad de que el investigador conozca, la etapa permitirá obtener información variada en temas sociales, culturales, económicos, políticos, territoriales que sirvan de guía y sustento para el diseño de la propuesta y que se base en una óptica direccionada a la mejora de aquellos procesos en los cuales el territorio presenta dificultades de cualquier índole. Esta fase servirá para direccionar la propuesta final hacia los sectores que presenten mejores condiciones para la ejecución de actividades agrarias, pecuarias, turísticas y sociales.

### **3.4.3 INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS POTENCIALES DE LA ZONA RURAL**

Etapa netamente direccionada a la recopilación de información de los recursos turísticos existentes en el área de estudio, conociendo las bondades que presenta cada uno en aspectos que hacen que sean reconocidos como atractivos a nivel cantonal. Esta información se obtuvo mediante la utilización de la ficha de inventario turístico donde se hace un recopilatorio de los datos más sobresalientes identificados. La etapa propone un análisis minucioso del ámbito turístico que se encuentra estructurado por aspectos que se deben considerar al momento de incluirlos a una oferta tales como, accesibilidad, infraestructura, niveles de conservación y cuidado entre otros, para que se realice el correcto manejo de cada uno de los recursos.

### **3.4.4 ANÁLISIS DE POTENCIALIDADES**

Posterior al resumen de los atractivos turísticos identificados en el territorio, se procede a la realización de la matriz de potencialidades para determinar cuál de estos

recursos son los que presentan mayores aspectos de interés y que mediante una evaluación da como resultados características idóneas para que el turista pueda visitar este atractivo. En esta etapa se utilizó la matriz de potencialidades principal herramienta para evaluar las diversas características de cada recurso turístico, de este modo se tendrá un mejor aprovechamiento de los recursos y se ofrecerá al turista atractivos de interés y se coordinara el servicio necesario para que sea incluido en la oferta.

### **3.4.5 ESTUDIO DE MERCADO**

La segunda fase es el estudio de mercado, en esta se encuentra el análisis de la oferta y el inventario de potencialidades de los diversos recursos y atractivos, el análisis de la demanda con la finalidad de determinar el lugar donde va establecer la oferta, y determinar las características y requerimientos que poseen los turistas al momento de elegir una oferta. Esta fase permitirá obtener una óptica direccionada ya al turista, es decir valorar la oferta que se tienen, y monitorear al visitante conociendo sus aspiraciones y expectativas y de acuerdo a ellos plantear la mejora de las áreas deficientes, o por su parte coordinar la vinculación con atractivos de mayor representación turística.

### **3.4.6 OFERTA**

Se procedió a la búsqueda de información en lo relacionado a infraestructura turística que posee el cantón Tosagua, esta etapa se desarrolló mediante la observación directa que sirvió para inventariar los hoteles, restaurantes, transportes y fincas agroturísticas para analizar cuáles son las condiciones y posibilidades que el turista al momento de visitar el cantón Tosagua y determinar cuáles son las posibilidades de satisfacer sus necesidades. La etapa incluye el análisis de cada aspecto a inventariar donde se detalla lo que se necesita mejor o incluir en los servicios que se ofrecen.

### **3.4.7 INVENTARIO DE POTENCIALIDADES**

Esta etapa considera las diversas características que tiene la oferta en el cantón Tosagua para evaluarlas de acuerdo a aspectos que son importantes a la hora de

que el turista elija un servicio, la matriz de potencialidades permitirá que se cumpla esta etapa para sustentar la investigación y poder seleccionar lo mejor a la hora del diseño de la oferta, de acuerdo a la información obtenida mediante el análisis del perfil de visitante que coadyuva a mejorar aquellos aspectos deficientes

#### **3.4.8 DEMANDA**

Esta etapa se direcciona a conocer cuáles son los turistas que visitan o gusta de la actividad agroturística, para el cumplimiento de esta etapa se procedió al diseño y ejecución de una encuesta direccionada a la determinación de la demanda de acuerdo a las principales características de los turistas encuestados, de esta manera se pretende direccionar la oferta que se realizará. El análisis de la demanda es importante incluir en la investigación por ser aquella que da las pautas necesarias para estructurar la oferta de acuerdo al criterio de los mismos turistas.

#### **3.4.9 PERFIL DEL TURISTA**

Se realiza un resumen de los principales aspectos que se obtuvieron a través de la encuesta, características que sirve de base a la hora del diseño y distribución de la misma para que llegue al turista de manera idónea utilizando los aspectos identificados. Este análisis permitirá conocer las edades de los turistas que gustan de las ofertas direccionadas al agroturismo, el número de personas que viajan con ellos, su nivel socioeconómico, las actividades que desean realizar entre otros detalles importantes para el investigador.

#### **3.4.10 OFERTA AGROTURÍSTICA-TOSAGUA**

Esta última fase es la de la estructuración de la oferta agro turística mediante el diseño de circuitos, se plantea también la búsqueda de los canales de distribución y las estrategias de comunicación que se van a utilizar para llegar al turista, para ello esta fase está basada en las necesidad de identificar todo lo referente del visitante, de este modo se utilizó el método descriptivo, investigación de campo y técnica de campo, y la observación directa; así se cumple esta fase que es la de

mayor representación porque agrupa los pasos necesarios para desarrollar la oferta con atractivos, servicios, costos y estrategias de comunicación que harán que la oferta llegue al turista que gusta de las propuestas agro turísticas, además esta fase es la que da culminación a la presente investigación.

#### **3.4.11 ESTRUCTURA DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA**

Se procede a estructurar la oferta agroturística de acuerdo a parámetros antes identificados, considerando importante el criterio del turista en base a sus expectativas y aspiraciones que tienen acerca de las actividades que engloba el agroturismo. Para ejecutar esta etapa se diseñaron algunos circuitos donde se incluye infraestructura y recursos turísticos de mayor potencialidad y que se considera tendrá mayor impacto hacia el turista. En este apartado se muestra como estará integrada la oferta a través de mecanismo que permitan solo incluir aquellos servicios y recursos que verdaderamente los turistas necesiten, permitiendo así que la oferta sea atractiva y esté vinculada al agro turismo y al medio ambiente.

#### **3.4.12 REQUERIMIENTOS DE MEJORA DE LA OFERTA**

Se plantean mecanismos y criterios para mejorar la oferta existente en el cantón Tosagua, se toman en consideración la información recopilada en anteriores fases para fortalecer la oferta y hacer que esta se incremente bajo estándares de calidad. Permitiendo que la oferta sea lo necesariamente atractiva para que turistas que gustan de las actividades agrícolas y el medio ambiente se vean interesados por desarrollar la oferta, esto permitirá que el cantón reciba mayor flujo de visitantes. Además se considera necesario el análisis de los atractivos existentes en el cantón Tosagua ya que son parte fundamental de la oferta que se pretende diseñar y que a través de la vinculación con otras actividades se pueda fortalecer el interés de los turistas en visitar los atractivos inventariados.

#### **3.4.13 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN**

Como etapa final es necesario indicar como se planea distribuir la oferta agro turística estructurada para que llegue hacia el turista, o mediante qué medio de

comunicación o convenios institucionales se dará a conocer la oferta en varios lugares de la provincia y el país. Para que de este modo se puedan presentar la oferta en ferias y congresos donde se pueda ofrecer la oferta a turistas, es por eso que se elaboran estrategias y mecanismos de difusión ya sea la Web, convenios institucionales o publicidad física permitiendo que la oferta tenga un mayor alcance y que no solo se quede en documentos sino que se desarrolle para fomentar el turismo en el cantón Tosagua y que de esta manera se vean involucrada la ciudadanía en general para que les sirva de fuentes de ingresos.

## **CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. FASE I DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

#### **4.1.1. DATOS GENERALES DEL CANTÓN TOSAGUA**

Tosagua es uno de los cantones que se encuentra ubicado a las orillas del río Carrizal en la provincia de Manabí. Este cantón lleva este nombre debido al asentamiento de la tribu Tosahuas.

Los cantones con los que limita Tosagua son al norte con los cantones Chone y Sucre, al sur con los cantones Junín y Rocafuerte, al este con Bolívar y al oeste con Sucre. En lo referente a la topografía del cantón este se encuentra dividido en dos zonas, una es la zona irregular la cual esta complementada con colinas y pendientes, otra con una zona plana que es la que usualmente se inunda en las temporadas de lluvia.

Lo suelos del cantón Tosagua se han caracterizado principalmente por ser de manera arcilloso lo que en temporadas se hace dificultoso para las labores agrícolas que se desempeñan en esta zona.

Según Paladines (2009) el cantón Tosagua posee el prototipo del clima estacional de la provincia de Manabí: invierno, de enero a mayo, caracterizado por lluvias frecuentes, altas temperaturas y elevada humedad, y el verano, de mayo a diciembre, carente de precipitaciones, menos húmedo, ventoso y frío, especialmente en las noches, y a veces caluroso por los soles caniculares. Su temperatura media anual es de 25 grados centígrados y las precipitaciones medias anuales están entre 500 y 1000 milímetros, en ciclos que incluyen sequía.

Según el MAGAP (2013) Tosagua tiene una superficie total de 37 943.32 ha, cubiertas en su mayoría por cultivos de maíz que ocupan aproximadamente las tres cuartas partes del territorio del cantón con 16 569.97 ha que corresponden al 43.67 %, seguido de pasto cultivado con un área de 5 091,10 ha que representa el 13.42 % del área cantonal; camaroneras con un 5.43 % y algunos cultivos,



## **b) HIDROGRAFÍA**

Una de las afluencias hidrográfica más importantes del cantón Tosagua es el rio Carrizal el cual nace de las montañas del cantón vecino Bolívar, este es llamado uno de las cuencas más importantes de la provincia de Manabí el cual termina su recorrido desembocando en el océano Pacifico.

Es necesario recalcar que lo que es la provincia de Manabí incluyendo Tosagua le es de mucha importancia esta cuenca ya que utilizan su agua para el riego de sus cultivos y así mismo para el uso humano. (GAD Tosagua, 2012)

## **c) RED VIAL**

Según Zambrano, (2008) la ciudad de Tosagua es prácticamente el punto del cual convergen vialmente algunos cantones de la provincia como son: Chone, Sucre, Rocafuerte, Portoviejo, Bolívar, a través de la vía (E384) convirtiéndose por lo tanto en un paso obligado de interconexión o intercambio comercial que los comunica con las provincias de Guayas, Pichincha y los Ríos.

De acuerdo con datos del consejo de tránsito, por esta vía de acceso principal circulan vehículos diarios, Existen además 5 Cooperativas de transporte en el cantón de pasajero Cooperativa de transporte "Tosagua"; de carga Asociación de Volqueteros Ciudad de Tosagua; de taxi Cooperativa de Taxis "8 De Diciembre" y Cooperativa de Transporte "La Inmaculada"; Asociación de mototaxi "Tosagua"

## **d) BIODIVERSIDAD**

- **FLORA**

En el cantón existen áreas considerables de bosque, algunas de ellas en manos privadas que han sido conservadas, a pesar de que la expansión agrícola, la extracción de especies maderables e incluso la quema de áreas cultivables, las ha reducido considerablemente y promueve la pérdida de hábitats, consecuentemente la pérdida de especies.

En algunas zonas como, la rural se han encontrado un bosque seco tropical en las cuales habitan arbustos, pastos, cultivos, matorrales, suelos sin vegetación la

cual está en peligro de extinción, siendo caracterizada por la fragmentación de sus condiciones ambientales.

- **FAUNA**

En esta zona se han hallado ciento de aves acuáticas las cuales viven del humedal La Segua, muchas de ellas son aves migratorias que albergan durante el invierno, de acuerdo al GAD Tosagua, (2012), existen 164 especies de aves distribuidas en 44 familias conocidas en estos humedales. 22 tipos de aves son migratorias procedentes de Canadá y Estados Unidos, 2 del hemisferio sur, 63 son acuáticas y 77 son especies de ambientes terrestres, que arriban entre los meses de agosto y enero, siendo para las aves el sitio o lugar de tránsito provisional para descansar y alimentarse. Algunas de las especies residentes utilizan el humedal para cortejo y anidación.

Por otra parte en las montañas de Tosagua se pueden hallar coloridos pájaros, mamíferos y se dice que algunas especies raras no reconocidas. Entre los mamíferos que se pueden encontrar aquí son las ardillas, el tigrillo, el zorro, el perro de monte. Cabe recalcar que la presencia del río Carrizal ha permitido el desarrollo de la fauna de esta parte de la provincia

#### 4.1.2. INVENTARIO DE RECURSO

En primera instancia se presentan el cuadro del inventario de recursos turístico realizado por el MINTUR. **(Cuadro 4.1)**

Cuadro 4. 1. Inventario de recurso turístico Tosagua

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA 1-2-3-4
Feria dominical	II
Festividades en honor a la virgen Inmaculada	II
Hipódromo los Tulipanes	I

Fuente: MINTUR.

De acuerdo con el análisis realizado del inventario elaborado por el MINTUR, se pudo identificar que existen falencias que de una u otra manera perjudican al cantón ya que no cumplen con los parámetros establecidos por la jerarquización

que plantea el inventario. Una de las falencias más clara está en estos recursos es que ni siquiera cuentan con los servicios básicos y con facilidades que ayuden a realizar la actividad turística. La jerarquización que se les ha dado a estos recursos es alta y no cumplen los aspectos básicos tanto en el aspecto intrínseco como extrínseco.

Con la investigación de campo se pudieron identificar cuatro lugares de interés turísticos que podrían ser desarrollados, con un potencial significativo para el impulso de la actividad turística, a pesar que ninguno de ellos cuenta con todos los servicios básicos, pero muestran una peculiaridad.

Los recursos que se han investigado son: El Barro, Balneario la Estancilla, Fiestas de San Pedro y San Pablo y Feria del Guariche; el primero es de categoría cultural; el nombre el barro se lo debe a que la mayor parte de la población de esta comunidad se dedica a realizar artesanías en barro, como ollas, alambiques y cazuelas, esto se ha convertido en tradición porque esta actividad va de generación a generación, la importancia que se le da a este recurso es relevante por parte de los habitantes ya que es una de sus fuentes de ingreso para ellos no han perdido la tradición y su habilidad para realizar las ollas de barro.

El segundo recurso es de categoría natural, este balneario se encuentra ubicado en la parroquia Ángel Pedro Giler; es muy popular en no solo en las zonas aledañas a la parroquia sino a nivel nacional, ya que este balneario con el trascurso del tiempo a gana más y más popularidad tanto por su belleza escénica como también por la gastronomía, ya que lo que corresponde a la playa del balneario se puede encontrar un sinnúmero de puesto de comida tanto típicas del cantón como de otros cantones y provincias.

El tercer recurso es de categoría cultural, estas festividades se realiza en el sitio Figueroa, estas fiestas son en honor a dos santos, a San Pedro y San Pablo, estas tiene una duración de tres días, a este lugar llega un sin número de visitantes tanto de los cantones aledaños como del resto de la provincia, por su peculiaridad, ya que las personas viven con algarabía estas fiestas.

El cuarto recursos es de categoría cultural, esta feria se realiza cada año, a esta feria llegan personas para el disgustar los guariches de todas las formas que se pueden cocinar, este recurso le falta un poco más de difusión para que se dé a conocer mucho más.

Cada uno de estos recursos tienen potencial, pero la carencia de servicios básicos hacen que estos pierdan un poco de valor e interés por parte de los turistas, con un poco de interés por parte de los gobiernos seccionales que podrían mejorar en todos los aspectos que requieren mejoría para así tener un desarrollo contenido.

A continuación se muestra un cuadro resumen de los recursos potenciales de Tosagua los cuales fueron determinados mediante la ficha de inventario turístico: **(cuadro 4.2 y 4.3). (Ver anexo 02)**

Cuadro 4. 2. Cuadro resumen de inventario de recurso

**NOMBRE DEL RECURSO:** El Barro

**Categoría:** Sitio Cultural

**Tipo:** Etnográfico

**Subtipo:** Artesanía



**DESCRIPCIÓN:**

El barro es una comunidad del cantón Tosagua. Su nombre está relacionado con la actividad artesanal que realizan la mayor parte de sus pobladores que es la elaboración de artefactos de barro, que en algunas familias es su única fuente de ingreso. Este arte se ha heredado de generación en generación.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Balneario la Estancilla

**Categoría:** sitio Natural

**Tipo:** Rio

**Subtipo:** Riachuelo

**DESCRIPCIÓN:**

Este balneario está ubicado en la parroquia Ángel Pedro Giler. Este balneario es muy popular, al principio cuando las personas empezaron a habitar esta zona, este río solo lo utilizaban para la pesca. Desde 1978 por iniciativa de unos habitantes que empíricamente decidieron hacer unas cabañas para época de carnal y colocaron música en ellas y eligieron a la Srta. carnal, la gente de la zona empezó a visitar este balneario, luego año a año con planificación y coordinación con el GAD Municipal fue teniendo popularidad, a tal punto que teniendo solo medio km de playa, ahora también llegan visitantes nacionales.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Fiestas de San Pedro y San Pablo.

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Etnográfico

**Subtipo:** Manifestaciones religiosas.

**DESCRIPCIÓN:**

Esta es una celebración que se realiza en honor a San Pedro y San Pablo, en el mes de julio.

Es una costumbre de los habitantes del sitio Las Lomas de Figueroa de celebrar a lo grande estas fiestas la cual tiene duración 3 días consecutivos.

Los actos que se desarrollan en el mismo son: procesiones, comidas y bebidas tradicionales, en la noche son típicos los bailes populares.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Feria del Guariche

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Acontecimientos Programados

**Subtipo:** Gastronomía

**DESCRIPCIÓN:**

Esta feria es realizada una vez al año en el mes de noviembre.

Las personas que asisten a esta feria lo hacen con el interés de saborear los platos típicos que son elaborados con el (cangrejo rojo) los cuales son preparados por personas de la misma zona, los platos tradicionales de esta feria son arroz colorado, encocado, viche, corviches. Y dos platos nuevos: el guariche cocinado con cerveza y el estofado.

Adicionalmente durante la jornada se elige el mejor plato típico de la feria, la elección del mejor guarichero, y el baile popular.

A continuación se muestra el cuadro resumen del inventario de recursos turísticos rurales de Tosagua, los cuales arrojaron que todos los recursos inventariados son jerarquía II, ya que desde 26 a 50 llevan esta jerarquía; el primer recurso en la sumatoria tiene 36; el segundo 39,5; el tercero 39 y el último 33.

Cuadro 4. 3. Ficha resumen de inventarios

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
PROVINCIA:				FECHA:									
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO O Max 10	ESTADO DE CONSERVACIÓN RV. Max 10	ACCESO O Max 10	SERVICIOS Max 10	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRÍNSECO Max 15	VALOR EXTRÍNSECO O Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NACIONAL Max 7	INTERNACIONAL Max 12		
El Barro	7	8	6	4	5	2	2	2	0	0	0	36	II
Balneario la Estancilla	7	8	4	6	5	3	2,5	0	4	0	0	39,5	II
Festividades de San Pedro y San Pablo	8	8	6	5	4	4	2	2	0	0	0	39	II
Feria del Guariche	8	8	5	5	6	7	2	2	0	0	0	33	II

Fuente: Elaboración de las autoras

### 4.1.3 METODOLOGÍA DE MATRIZ DE POTENCIALIDADES

La matriz de potencialidades elaborada por Villegas y Sánchez (2000) realiza un análisis de la situación en la que se encuentran los diversos recursos, para conocer cuáles recursos presentan características idóneas y mediante esto valorarlos de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos, tanto en su carácter como en su atributo.

Se valora cualitativamente el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio. Pero con base en el reconocimiento del atractivo turístico, deducido en unos casos, confirmado documentalmente en otros.

Se establece una escala de 1 a 3 que permite valorar cuantitativamente los recursos: Cultural, Ambiental, Paisajístico y Deportivo.

La palabra atributo se refiere aquellas cualidades o características de una persona o una cosa, en especial a algo que es parte esencial de su naturaleza.

- **CULTURAL**

En lo cultural se valora la presencia de elementos o aspectos culturales sean estos monumentos, restos arqueológicos, sitios históricos, museos, lo que tiene que ver con gastronomía o artesanías, y que tenga un reconocido interés por parte de los visitantes o turistas que visiten Tosagua.

Se valora moderado (c1) importante (c2) muy importante (c3)

Se pudo identificar que el recurso El barro y la feria de Guariche es de valor (C1) el cual es moderado ya que estos dos no son de gran importancia o relevancia para los turistas, por otro lado las Festividades de San Pedro y San Pablo se valoró de C2, ya que estas fiestas atrae a un sinnúmero de creyentes y sus fiestas son muy conocidas.

- **AMBIENTAL**

Se valoró la presencia cuantitativa o cualitativa de elementos ambientales, sean estos: Climáticos, hídricos, forestales que tengan el interés de los turistas. Evaluando de manera: moderado (A1) importante (A2) muy importante (a3)

De esta manera se le dio el valor de A2 al Balneario La Estancilla ya que este es muy visitado por turistas los fines de semana y mucho más en temporadas de carnaval o semana santa, época en la cuales el número de turistas aumenta significativamente.

- **PAISAJÍSTICO**

En el carácter paisajístico se valorara lo que es la presencia de elementos y posibilidades de observación como son los escenarios atractivos, miradores. Evaluándose: moderado P1, importante P2, muy importante P3.

Siendo así dedujo que los cuatro recursos son de valor P1 ya que no cuenta con elementos de observación relevante o que llamen la atención de los turistas es por ello se valoró de esa manera.

- **DEPORTIVO**

Se valora la posibilidad de prácticas o algún evento deportivo sea este de cualquier tipo, teniendo en cuenta el interés turístico.

Evaluándose: moderado (D1) Importante (D2) muy importante (D3)

De esta manera se valoró al balneario La Estancilla como D2 (importante) ya que en este podría realizar algunos deportes acuáticos como lo que son natación, vólibol acuático, entre otros.

En la segunda tabla se pretende evaluar las variables que cuenten con una serie de atributos los cuales se encuentren oportunos y factibles a la hora de la evaluación.

Se determina pertinente la clasificación del 1 al 4 en la valoración de los atributos según su dinámica, utilización, accesibilidad, equipamiento turístico.

- **DINÁMICA**

Se valora la situación actual y la perspectiva de las actividades turísticas del lugar considerado, se valora: latente (d1) emergente (d2) consolidada (d3) consolidada y de expansión (d4)

En el trabajo investigativo se valoró como utilización latente (d1) a los recursos El Barro, la Feria del Guariche, y Las Festividades de San Pedro y San Pablo ya que la situación actual de dichos lugares no es muy dinámica. Por lo contrario el Balneario La Estancilla se valoró como consolidada (d3) ya que es visitado diariamente y mucho más los fines de semana y feriados.

- **UTILIZACIÓN**

Se valorara la afluencia de visitantes al recurso turístico, definiéndose: como potencial (u1) moderada o reducida (u2) masiva temporalmente (u3) o masiva constantemente (u4).

Los Barros, las Festividades de San Pedro y San Pablo y la Feria del Cangrejo fueron valorados como potencial (u1) ya que la afluencia real de visitantes es baja. Por lo contrario el balneario de la Estancilla fue valorado como masiva temporalmente (u3) ya que este recurso si atrae a turistas masivamente en temporadas como el feriado o fines de semana.

- **ACCESIBILIDAD**

Posibilidades actuales de acceder al lugar donde se encuentra el recurso turístico teniendo en consideración la red viaria u otros medios como ferrocarril, puerto o aeropuerto, puede definirse como: difícil o incomoda (a1) mediana o aceptable (a2) buena (a3) excelente (a4)

Referente al trabajo investigativo fueron valorados los recursos turísticos Los Barros, La feria del Guariche y las Festividades de San Pedro y San Pablo como

accesibilidad difícil o incomoda (a1) ya que poder llegar a estos lugares el camino está en mal estado y lo que hace que la llegada a ellos no sea agradable.

- **EQUIPAMIENTO**

Se tendrá en cuenta el equipamiento turístico que exista en el lugar donde se encuentra el recurso. Este se valorara: inexistente o nulo (e1) contar con bar, ventas o restauaran que le permita la manutención. (e2) lo anterior y además hoteles o hostales o modalidades de alojamientos (e3) complejo turístico (e4).

En lo referente al equipamiento se valoró al recurso de El Barro como inexistente o nulo (e1) ya que este no cuenta con ningún equipamiento turístico, por lo contrario los recursos como las Festividades de San Pedro y San Pablo, la Feria del Guariche y el Balneario de la Estancilla como (e2) ya que en estos si podemos encontrar servicios de ventas de comidas, donde el turista puede servirse algún aperitivos.

A continuación se muestra la matriz de potencialidades con los recursos ya calificados con la puntuación de acuerdo a sus potencialidades. (**Cuadro 4.5 y 4.6**)

Cuadro 4. 4. Matriz de potencialidades

N:	Atractivos o Recursos	Carácter – Atributo								total
		C	A	P	D	D	U	a	e	
1	El barro	C1	0	P1	0	0	U1	A1	E1	5
2	Balneario la Estancilla	0	A2	P1	0	D2	U3	A3	E2	13
3	Festividades de San pedro y San pablo	C2	0	P1	0	0	U1	A1	E1	6
4	Feria del Guariche	C1	0	P1	0	0	U1	A1	E1	5

Fuente: Elaboración de las autoras

Cuadro 4. 5. Matriz de potencialidades

Recurso	Valor	
Balneario la Estancilla	13	Potencial emergente
Festividades de San Pedro y san Pablo	6	
El barro	5	
Feria del Guariche	5	

Fuente: Elaboración de las autoras

Como se pudo evidenciar luego de realizar la matriz de potencialidades, los recursos anteriormente mencionados son potenciales como lo menciona Villegas, Sánchez (2000), ya que apenas registran más que un incipiente interés y no llegan a considerarse destinos turísticos consolidados, ya que están escasamente equipados, mal comunicados y muy difícilmente pueden competir con los destinos turísticos consolidados.

#### **4.1.4 ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN TOSAGUA**

Una vez que se han valorado la potencialidad de los recursos, se procede a determinar el análisis FODA, el cual permitirá realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles, que diagnostican la situación interna del cantón Tosagua en el ámbito turístico, de la misma manera se evalúan los factores externos, es decir, las oportunidades y amenazas. Esta herramienta permite tener una perspectiva general de la situación estratégica del sector turístico de Tosagua.

Con el análisis FODA del cantón Tosagua se pudo evidenciar que sus fortalezas son las fincas con potencial para el agroturismo y la hospitalidad que tienen los habitantes, teniendo en cuenta las alternativas de turismo que se están dando, especialmente en lo que son las actividades que tienen que ver con la agricultura y ganadería, vale recalcar que las zonas rurales de este cantón cuenta con los servicios básicos como agua luz y teléfono.

En lo que son las debilidades una de las más relevantes son la infraestructura vial la cual se encuentra en muy mal estado sumándosele a esto la falta de señalización que tiene en las carreteras y en los destinos turísticos. Otra de las debilidades es la del departamento de turismo el cual no se encuentra realizando ninguna actividad por el momento por la falta de apoyo y así mismo la deficiente promoción turística.

En cuanto a las oportunidades, está la ESPAM y su carrera de turismo, con lo cual se puede aprovechar todo el potencial de sus actividades agrícolas para desarrollar el agroturismo en esta zona, ya que en la actualidad hay un gran

número de extranjeros interesados en visitar América del Sur inspirados en practicar este tipo de turismo.

Por último, en cuanto a las amenazas se tiene es el impacto negativo en el ambiental por ser tierras vírgenes y el difícil acceso hacia algunas zonas. Otra de las amenazas que se tiene son los problemas económicos de la población.

#### 4.1.5 FODA DEL CANTÓN TOSAGUA

A continuación se muestran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del cantón Tosagua: **(cuadro 4.6)**

Cuadro 4. 6. Matriz FODA

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fincas con potencial para agroturismo.</li> <li>• Alto nivel de hospitalidad de los habitantes.</li> <li>• Nuevas alternativas de turismo en el sector.</li> <li>• Diversas actividades turísticas enfocadas en la agricultura y ganadería.</li> <li>• Disponibilidad de servicios básicos como agua luz y teléfono</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de la ESPAM y su carrera de Turismo.</li> <li>• Aprovechar las actividades agropecuarias para realizar el agroturismo.</li> <li>• El conocimiento sobre las actividades agrícolas y pecuarias de las personas de la zona.</li> <li>• creciente interés sobre el turismo y agroturismo por parte de los habitantes del Cantón.</li> <li>• fuerte creciente actual por parte de turistas extranjeros en querer visitar América del Sur</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La infraestructura vial de la zona se encuentra en mal estado.</li> <li>• Falta de señalización en las carreteras y destinos.</li> <li>• Ausencia de promoción y comercialización en internet.</li> <li>• El departamento de turismo no se encuentra realizando ninguna actividad por falta de apoyo.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto negativo en el ambiente por ser tierras vírgenes.</li> <li>• En época de lluvia el acceso hacia algunas zonas del Cantón se vuelve un poco difícil.</li> <li>• Problemas económicos en la población.</li> <li>• Deforestación de la zona.</li> <li>• Alto grado de contaminación a las cuencas y ríos del cantón.</li> </ul>

Fuente: Elaboración de las autoras

Obtenidos los resultados de la matriz se procedió a cruzar la información de los distintos cuadrantes a partir de las cuales se les asignó un valor cualitativo y cuantitativo. **(Cuadro 4.7)**

Cuadro 4. 7. Valores de estrategias

1	2	3
Poco	Regular	Mucho

Fuente: Elaboración de las autoras

Luego se llenó la siguiente tabla según los interrogantes, se sumaron los valores horizontales y verticales, determinándose el valor total de cada cuadrante y el total general (**cuadro 4.8**).

Cuadro 4. 8. Valoración de las alternativas para la elaboración de estrategias

		OPORTUNIDADES					AMENAZAS					T.			
		O1	O2	O3	O4	O5	A1	A2	A3	A4	A5				
INTERNOS	FORTALEZAS	Fincas con potencial para el agroturismo	F1	3	3	3	3	3	15	0	0	3	0	0	
		alto nivel de hospitalidad de los habitantes	F2	3	3	3	3	3	15	0	0	2	0	0	2
		nuevas alternativas de turismo en el sector	F3	3	3	3	3	1	13	0	0	3	0	0	3
		diversas actividades turísticas enfocadas en la agricultura y ganadería	F4	2	3	3	3	1	12	0	0	3	0	0	3
		disponibilidad de servicios básicos como agua luz y teléfono	F5	0	2	2	1	1	6	0	0	1	0	0	1
			11	14	14	13	9		0	0	12	0	0		
	DEBILIDADES	la infraestructura vial de la zona se encuentra en mal estado	D1	3	3	3	3	1	13	0	2	3	0	0	5
		falta de señalización en las carreteras y destinos	D3	3	3	2	2	1	11	0	0	3	0	0	3
		ausencia de promoción y comercialización a través del internet	D4	3	2	1	1	3	10	0	0	3	0	0	3
		Departamento de turismo no se encuentra realizando ninguna actividad por falta de apoyo.	D5	3	2	2	1	1	9	0	0	2	0	0	2
	T.	12	10	8	7	6		0	2	11	0	0			

Fuente: Elaboración de las autoras

Para determinar las estrategias a tener en cuenta, se sumaron los valores de cada cuadrante y se dividió entre la sumatoria total, determinando su nivel de importancia. **(Cuadro 4.9)**

Cuadro 4. 9. Variables relevantes

FORTALEZA	Nº1 Fincas con potencial para el agroturismo
OPORTUNIDAD	Nº1 Presencia de la Espam y su carrera de Turismo
DEBILIDAD	Nº 1 La infraestructura vial de la zona se encuentra en mal estado.
AMENAZA	Nº 3 Problemas económicos en la población.

Fuente: Elaboración de las autoras

#### 4.1.6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA.

Se determinó en base al análisis FODA que el cantón Tosagua debe contrarrestar la debilidad y amenaza más fuerte que es la infraestructura vías de la zona que se encuentra en mal estado y los problemas económicos en la población, con la utilización de estrategias y utilizando a su favor las fortalezas y oportunidades establecidas como las más importantes, y así lograr el desarrollo de turismo del cantón Tosagua: **(cuadro 4.10)**

Cuadro 4. 10. Análisis estratégico de la matriz FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>FORTALEZAS</b>	9.8 ESTRATEGIA OFENSIVA	8.2 ESTRATEGIA DEFENSIVA
<b>DEBILIDADES</b>	10.6ESTRATEGIA REORIENTACIÓN	5.2 ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA

Fuente: Elaboración de las autoras

A continuación se estructuran las estrategias más idóneas para lograr el desarrollo del turismo del cantón Tosagua: **(Cuadro 4.11)**

Cuadro 4. 11. Matriz FODA con estrategias

	FORTALEZAS – F	DEBILIDADES –D
	1.Fincas con potencial para el agroturismo	1)La infraestructura vial de la zona se encuentra en mal estado.
	2.Alto nivel de hospitalidad de los habitantes.	2)Falta de señalización en las carreteras y destinos.
	3.Nuevas alternativas de turismo en el sector.	3)Ausencia de promoción y comercialización en internet.
	4.Diversas actividades turísticas enfocadas en la agricultura y ganadería.	4)El departamento de turismo no se encuentra realizando ninguna actividad por falta de apoyo.
	5.Disponibilidad de servicios básicos como agua luz y teléfono	
OPORTUNIDADES – O	ESTRATEGIAS – FO	ESTRATEGIAS – DO
1. Presencia de la ESPAM y su carrera de Turismo.	Generación de proyectos turístico rural y productivos. (F3, O2, F4) Desarrollo de capacitaciones a la población en temas turísticos. (O3, O4) Generación de destrezas y capacidades individuales y colectivas para el desarrollo del turismo rural. (F4,F3)	Mejoramiento y desarrollo de infraestructura básica y turística. (D1, D4, )
2. Aprovechar las actividades agrónomas para realizar el agroturismo		
3. El conocimiento sobre las actividades agrícolas y pecuarias de las personas de la zona.		
4. Creciente interés sobre el turismo y agroturismo por parte de los habitantes del Cantón.		
5. fuerte creciente actual por parte de turistas extranjeros en querer visitar América del Sur		
AMENAZAS – A	ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS – DA
1. Impacto negativo en el ambiente por ser tierras vírgenes.	Concientizar a la población en qué hacer en casos de inundaciones y desastres naturales. (A4, A5)	Señalización de las carreteras y destinos. (D2) Programa de forestación. (A3)
2. En época de lluvia el acceso hacia algunas zonas del Cantón se vuelve un poco difícil.		
3. Problemas económicos en la población.		
4. Deforestación de la zona.		
5. Alto grado de contaminación a las cuencas y ríos del cantón.		

Fuente: Elaboración de las autoras

### PROBLEMA ESTRATÉGICO

Si los problemas económicos de la población continúan y la infraestructura vial sigue estando en mal estado, aunque se disponga la gran diversidad natural y paisajística que posee el Cantón no podrían utilizarse plenamente la presencia de la ESPAM y la carrera de turismo para fomentar el turismo.

## SOLUCIÓN ESTRATÉGICA

Utilizando plenamente el apoyo que brindan la carrera de Turismo de la ESPAM y las fincas con potencial para el agroturismo que tiene el cantón Tosagua, con una infraestructura vial en buen estado llegarían más turistas al cantón y con ello la socioeconómica de la población.

### 4.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.2.1 OFERTA EXISTENTE EN TOSAGUA

De acuerdo con Guevara (2010), la oferta está definida como la cantidad de bienes o servicios que los productores y prestadores de servicios están dispuestos a ofrecer, cada uno con diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento. La oferta turística se está adaptando cada vez más a las necesidades de la demanda turística, ya que estos son más exigentes al momento de adquirir el producto o el servicio, ahora los turista le da mucha importancia a la protección ambiental, a la calidad del entorno, a la calidad de la oferta y a un sin números de requerimientos.

Cuadro 4. 12. Servicios turísticos que ofrece Tosagua

<b>Alojamiento</b>	2 hoteles: Punto de oro y Rodavi
<b>Alimentación</b>	8 restaurantes: Marilif, La ramada de la tonga, María Belén, Bachillero, La vuelta chame de oro, Alan, El rancho, Puesta de sol.
<b>Trasporte</b>	Cooperativa de transporte "Tosagua"; de carga Asociación de Volqueteros Ciudad de Tosagua; de taxi Cooperativa de Taxis "8 De Diciembre" y Cooperativa de Transporte "La Inmaculada"; Asociación de mototaxi "Tosagua"

Fuente: GAD Tosagua

#### ➤ SERVICIO DE ALOJAMIENTO

Antes de detallar la oferta turística de alojamiento se debe de comenzar por citar el reglamento de la ley de Turismo, registro oficial 244 del 5 de enero del 2004, el cual establece las características de infraestructura y servicio que debe de tener los diferentes establecimientos de alojamiento.

Según con el Reglamento General de la Ley de Turismo (2002), se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

De acuerdo con el artículo 2 del Reglamento General de Actividades Turísticas dice lo siguiente: La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Para el Reglamento General de la Ley de Turismo (2002), en el capítulo dos que habla de las disposiciones transitorias, específicamente la segunda dice que mientras se expiden los reglamentos especiales y normas técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas:

**(Cuadro: 4.13)**

Cuadro 4. 13. Tipología de las actividades turísticas

ACTIVIDAD:			
	CLASE:	Hotelero	
		SUBTIPO:	Hoteles
			Hoteles residencias
			Hoteles apartamentos (Apart - hoteles)
			Hostales
			Hostales residencias
			Pensiones
			Moteles
			Hosterías
			Cabañas
			Refugios
			Paradores
		Albergues	
Actividad	Alojamiento		
	CALSE:	Extrahoteleros O No Hoteleros	
		SUBTIPO:	Apartamentos turísticos
			Campamentos de turismo – camping
		Ciudades vacacionales	

Fuente: Reglamento general de la ley de turismo 2013

#### 4.2.2 OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN TOSAGUA

Según investigaciones se determinó que la oferta de alojamiento de Tosagua es muy escasa, solo existe dos establecimiento de alojamiento: Punto de Oro y Rodavi, pero cabe recalcar que estos lugares de alojamiento están ubicados en la zona urbana, ya que en la zona rural no encontramos ningún tipo de alojamiento turístico. Evaluando un poco los servicios de estos establecimientos de alojamiento se puede decir que necesita una mejoría tanto en infraestructura como en servicio, para que el turista se sienta más cómodo. **(Cuadro: 4.14)**

Cuadro 4. 14. Establecimiento de alojamiento urbano

Nombre	Servicios	Habitaciones	Fotografía
<b>Punto de Oro</b>	Parqueadero Tv cable Baño privado	35	
<b>Rodavi</b>	Parqueadero Tv cable Baño privado	30	

Fuente: Elaboración de las autoras

### ➤ SERVICIO DE RESTAURACIÓN

De acuerdo con Reglamento General de la Ley de Turismo (2002), artículo 42 literal b, el cual indica que se entiende por servicio de alimentos y bebidas a todo servicio de alimentos y bebidas a las actividades gastronómicas, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. **(Cuadro: 4.15)**

Cuadro 4. 15. Tipología de las actividades turísticas

TIPO	
	Restaurantes
	Cafeterías
	Fuentes de soda
	Drives inn
	Bares

Fuente: Reglamento general de la ley de turismo

#### 4.2.3 OFERTA DE RESTAURACIÓN DEL CANTÓN TOSAGUA

Al contrario del servicio de alojamiento, en Tosagua se puede encontrar un sin número de lugares de restauración, tanto en la zona urbana como en la rural, la particularidad de los lugares de restauración de la parte rural es que no solo se puede disfrutar la deliciosa gastronomía sino también de un lugar de esparcimiento al aire libre, con hamacas para descansar luego de degustar los platos hechos por personas empíricas que han aprendido el arte culinario por sus ancestros.

Así como tienen cualidades estos lugares de restauración también tienen falencias más que todo en el servicio y presentación de los platos y en algunos la infraestructura, mejorando estos puntos, se puede decir que los turistas van a recibir un servicio de calidad. En el siguiente cuadro se aprecia los lugares de restauración. **(Cuadro: 4.16)**

Cuadro 4. 16. Oferta de restauración de Tosagua

NOMBRE	Servicio	Foto
Marilif	Restauración	
La Ramada de la Tonga	Restauración Esparcimiento	
María Belén	Restauración	
Bachillero	Restauración	

La Vuelta Chame de Oro	Restauración	
Alan	Restauración Recreación	
El Rancho	Restauración	
Puesta de sol	Restauración	

Fuente: Elaborado por las autoras

### ➤ SERVICIO DE TRANSPORTACIÓN

De acuerdo con Reglamento General de la Ley de Turismo (2002), la transportación comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación. **(Cuadro: 4.17)**

Cuadro 4. 17. Tipología de las actividades turísticas

ACTIVIDAD:	Transportación	
	TIPO:	Líneas de transporte aéreo nacional e internacional
		Líneas de transporte marítimas y fluviales nacionales e internacionales
		Empresas de transporte terrestre internacional y nacional que determine el directorio
		Empresas que arriendan medios de transporte aéreo, marítimo, fluvial o terrestre.

Fuente: Reglamento general de la ley de turismo

### 4.2.3 SERVICIO DE TRANSPORTACIÓN DEL CANTÓN TOSAGUA

De acuerdo con el GAD Tosagua (2003), la ciudad de Tosagua es un punto donde convergen vialmente algunos cantones de la provincia, convirtiéndose por lo tanto en un paso obligado de interconexión o intercambio comercial, es así que cuenta con la vía Tosagua-Chone, Tosagua-Bahía, Tosagua-Calceta y Tosagua-Rocafuerte-Portoviejo. La ciudad tiene una longitud de 24,97 km de vías urbanas, de las cuales 23,5% tiene capa de rodadura como asfalto, adoquín y pavimento; el 24,4% esta lastrada y el 50,1% es de tierra. La zona rural, se encuentran vías lastradas, con nula estructura de drenaje, circulación de baja velocidad, transitando con dificultad en época invernal.

Existen además 5 Cooperativas de transporte en el cantón de pasajero Cooperativa de transporte "Tosagua"; de carga Asociación de Volqueteros Ciudad de Tosagua; de taxi Cooperativa de Taxis "8 De Diciembre" y Cooperativa de Transporte "La Inmaculada"; Asociación de mototaxi "Tosagua". En la zona rural se está disminuyendo lo más que se puede las cantidad de camionetas, carros con balde de madera que están prestando servicios a las comunidades y por su mal estado que se visualizan algunas de ellas, contaminan y ponen en peligro a la ciudadanía que usa este medio de transporte.

### 4.2.4 OFERTA DE FINCAS AGROPECUARIAS

Según el INEC (2010), se considera la producción agropecuaria la fuente principal de ingreso del cantón Tosagua, el cual posee 38.341 pobladores, los cuales en su mayoría desarrollan actividades en el campo. En el cantón existen 7.265 de unidades productivas agropecuarias y una superficie de 30.703 hectáreas cuyo

suelo se divide en cultivo permanente de 730 hectáreas, cultivos transitorios y barbecho de 10.343 hectáreas, tierras en descanso de 3.129, pasto cultivados 8.543 hectáreas, pasto natural 858 hectáreas, monte y bosque 5.395 hectáreas, otros usos 1.705 hectáreas.

Las fincas de esta zona son muy buenas en producción ganadera y en agricultura, a pesar de las dificultades que se tiene con los desastres naturales, ya que una parte de esta se inunda cuando el invierno es muy fuerte. Las personas que viven en ellas se dedican a cuidar su producción agropecuaria ya que su fuente de ingreso principal es la comercialización de ellos. Teniendo claro que a simple vista existen fincas con mayores condiciones de realizar la actividad turística, se tiene que tomar en cuenta muchos aspectos como las instalaciones, los servicios, las actividades que se van a realizar, el lugar específico donde se pueden realizar y la predisposición de los dueño para que se lleve a cabo la actividad agroturística.

A continuación se han seleccionado algunas fincas agropecuarias para el estudio del presente trabajo de investigación, las que se han escogido basados en su relevancia, y su producción agropecuaria, ya que en este cantón existen varias fincas que no tienen el potencial necesario para este trabajo; de las 17 UPA seleccionadas se tiene que realizar una matriz de potencialidades para constatar cuál de ellas tiene mayor potencial para se convierta en agroturística y así tener otra fuente de ingreso extra. **(Cuadro: 4.18) (Ver anexo 03)**

Cuadro 4. 18. Finca agropecuarias

N°	NOMBRE DE UPA	ÁREA TOTAL DEL TERRENO Ha	PRODUCCIÓN					FOTOGRAFÍA
				AGRÍCOLA		PECUARIA	Otros	
1	Mi Violetita	80	30ha	Pasto	20015	Reses Caballar		

2	Lan Gara	20	5ha	Pasto	30 2	Reses Caballar			
3	Santa Isabel	17	1ha	Pasto	75	Reses			
4	Año Nuevo	105	60h a 15h a 10h a	Arroz Plátano Maíz					
5	Pamela María	30	8ha	Maíz	30 2	Reses Caballar	Aves de coral		
6	La Violeta	180	1ha 1ha	Maíz Pasto	18 0 20	Reses Caballar			
7	Coraje	77	10h a 30h a 6ha	Ciclo corto Cacao Limón	12 24	Caballar Reses			

8	Sin nombre	10	5ha 2ha	Pasto Maíz	10 0	Reses			
9	Casa de Elba	50			90 1	Reses Caballar			
10	San José	80			50	Reses			
11	Los Micos	30	29ha	Pasto	10 0	Reses			
12	La Angela	180	150ha 30ha	Pasto Maíz	20 0	Reses			

13	La Diamantina	200	100 ha 50ha	Teca Arroz			20ha	Chameras	
14	El Refugio	21	6ha 15ha	Coco Pasto					
15	Tierra Linda	60	10ha	Cacao	1201	Reses Caballar			
16	Pastora sol	23	1ha 1ha	Cacao Plátano	10	Reses			
17	La Esperanza	80	5ha 10ha	Cacao Plátano	1201	Reses Caballar	24	Gallinas criollas	

Fuente: Elaboración de las autoras

### 4.3 MATRIZ DE POTENCIALIDADES

Para poder valorar cuantitativamente el parámetro de cultural deben de tener aspectos que sean relativos a este tipo de parámetros al visitar las fincas del cantón Tosagua pudimos evidenciar que no todas las fincas cuentan con atributos culturales para poder valorizarlos. La finca Sin Nombre y la finca Tierra linda son las que se encuentran con aspectos culturales las cuales se valorizaron con (C1) que significa aspectos moderados.

En ámbito ambiental las fincas fueron valorados como (A2) importante, sin embargo algunas de ellas en las cuales evidenciamos que el ambiente estaba un poco destruidos las valoramos como (A1) como lo son las fincas Sin Nombre, San José, La Diamantina.

En lo paisajístico se valoró como (P1) a todas las fincas teniendo en consideración las fincas que tenían alguna belleza paisajística en particular se valoraron como (P2) importante a las fincas el Coraje, Los Micos, La Ángela, Tierra Linda y La Esperanza.

En lo deportivo se valoró a todas las fincas como (D2) como importante ya que en todas las fincas se pueden realizar actividades de deportes como cabalgatas.

En lo dinámico se valoro la situación actual y la perspectiva de las actividades turísticas en los cuales las fincas del cantón Tosagua los valoro con (d1) latente con excepción las fincas Coraje y Tierra linda que fueron valorados como (d2) emergente ya que estas fincas han recibido ya turistas quienes estaban interesados en conocer la belleza de estas propiedades. En la utilización fue valorado como 0 con excepción de las fincas Coraje y Tierra linda por lo que estas fincas son turísticamente potenciales ya que los turistas ya se han interesados en visitarlas.

En la accesibilidad las fincas fueron valoradas como (a2) bueno ya que las vías de acceso hacia las fincas está en buenas condiciones con excepción de las fincas La violeta, Sin Nombre, El refugio, y Tierra Linda que fueron valoradas como (a1) mediana o aceptable ya que su carretera esta con huecos y malas condiciones.

Y por último en infraestructura todas las fincas fueron valoradas con (e1) inexistente o nulo ya que en ninguna de ellas existe algún equipamiento de ámbito turístico para ofrecerle a los turistas.

Al concluir de realizar la matriz de potencialidades se pudo constatar que las fincas inventariadas son de potencialidad emergente ya que llegan a una puntuación de 12 y para poder ser de mayor potencialidad tienen que llegar a más de 14 en su puntuación.

Cuadro 4. 19. Matriz de potencialidades de las fincas

N:	Atractivos o Recursos	Carácter – Atributo								Total
		C	A	P	D	D	u	a	E	
1	Coraje	0	A2	P2	D2	d 2	u 1	a 2	e 1	12
2	Tierra Linda	C1	A2	P2	D2	d 2	u 1	a 1	e 1	12
3	Los Micos	0	A2	P2	D2	d 1	0	a 2	e 1	10
4	La Ángela	0	A2	P2	D2	d 1	0	a 2	e 1	10
5	La Esperanza	0	A2	P2	D2	d 1	0	a 2	e 1	10
6	Mi Violetita	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
7	Casa de Elba	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
8	Pastora sol	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
9	Lan Gara	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
10	Santa Isabel	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
11	Año Nuevo	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
12	Pamela María	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	9
13	La Violeta	0	A2	P1	D2	d 1	0	a1	e 1	8
14	Sin nombre	C1	A1	P1	D2	d 1	0	a 1	e 1	8
15	San José	0	A1	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	8
16	La Diamantina	0	A1	P1	D2	d 1	0	a 2	e 1	8
17	El Refugio	0	A2	P1	D2	d 1	0	a 1	e 1	8

Fuente: elaboración de las autoras

Cuadro 4. 20. Matriz de potencialidades de las finca.

Recurso	Valor
Tierra Linda	12
Coraje	12
Los Micos	10
La Ángela	10
La Esperanza	10
Mi Violetita	9
Lan Gara	9
Santa Isabel	9
Año Nuevo	9
Pamela María	9
Casa de Elba	9
Pastora sol	9
La Diamantina	8
El Refugio	8
San José	8
La Violeta	8

Potencial emergente

Fuente: elaboración de las autoras

#### 4.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Esta se determina dependiendo del lugar de procedencia de los turistas y el destino elegido establece nuevos términos:

- Turismo doméstico o interno: residentes visitando su propio país.
- Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.
- Turismo emisor: residentes del propio país que se dirigen a otros países.

Para conocer la demanda turística del cantón Tosagua fue necesario realizar una encuesta, la cual fue dirigida a turista extranjero, esta se tuvo que realizar en lugares como: Bahía, Canoa y Manta.

Antes de la aplicación de la encuesta (ver anexo 01) se debe saber a cuantas personas se le realizara, para ello se utilizara la siguiente fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente: **(cuadro: 4.21)**

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Cuadro 4. 21. Fórmula para identificar la población

En donde,

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$Z_a^2 = 1.645$  (ya que la seguridad es del 96%)

• p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

• q = 1 – p (en este caso 1 – 0.05 = 0.95)

• d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

Fuente: elaboración de las autoras

$$n = \frac{1,96 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2}$$

$$\frac{0,0931}{0,0009} = 103,4$$

**104//**

La fórmula arrojó 104 encuestas las cuales se realizaron a los turistas extranjero el día sábado 7 y domingo 8 de febrero del 2015 en parroquia Canoa, la ciudad de Bahía, y en la ciudad de Manta.

#### 4.4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los resultados de las encuestas realizadas se muestran a continuación:

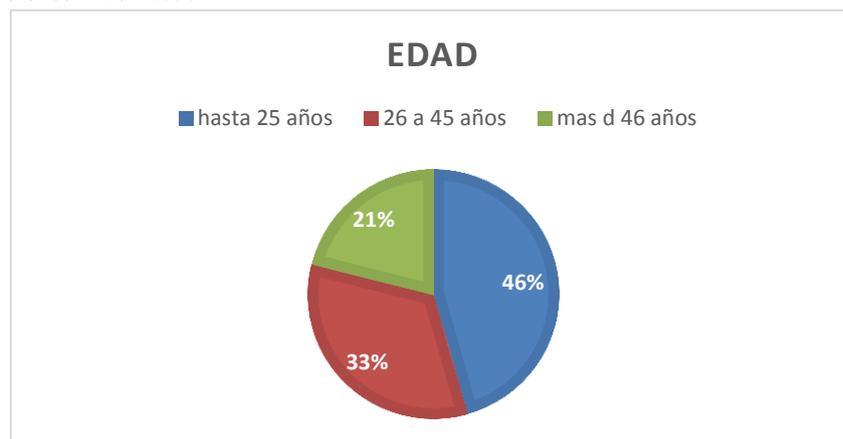
Grafico 4. 22. Sexo



#### Género del encuestado

Dio como resultado que la mayoría de visitantes el 56% son hombres y el 44% son mujeres que llegan al Ecuador son hombres lo que en las actividades a realizar en las fincas deberían ser principalmente para este género.

Grafico 4. 23. Edad

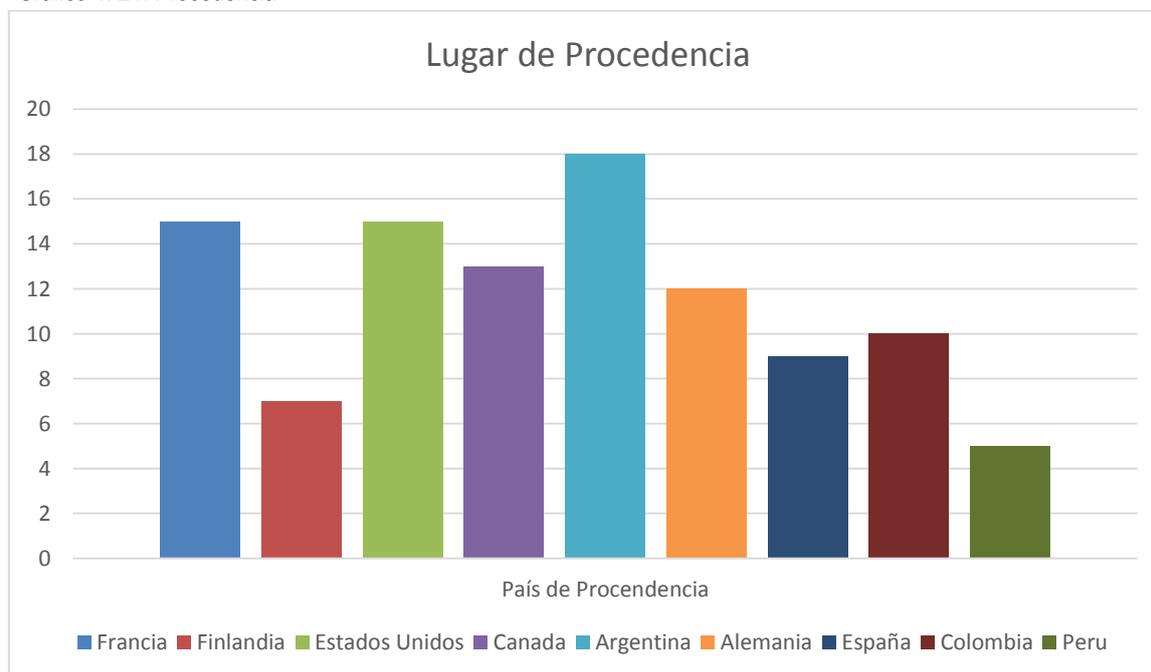


#### Qué edad tienen los encuestados

Los resultados de esta pregunta son que los turistas que visitan el país son el 46% son de hasta 25 años, el 33% 26 a 45 años y el 21% son de más de 46 años. Lo que

se puede constatar que lo más factible es que las actividades que pueden realizar en las fincas sean dirigidas para principalmente para personas jóvenes.

Grafico 4. 24. Procedencia



### País de procedencia de los encuestados.

Se identificó que los turistas que visitan el país el 17% son Francia, el 14% de estados Unidos, el 14% Argentina, 12% son de Canadá y de Alemania, el 10% de Colombia, el 9% España, 7% Finlandia, y el 5% de Perú.

Grafico 4. 25. Estado Civil



### Estado civil.

Se identificó que el 79% de turistas son solteros, el 14% son casados, el 4% son divorciados y el 3% son viudos.

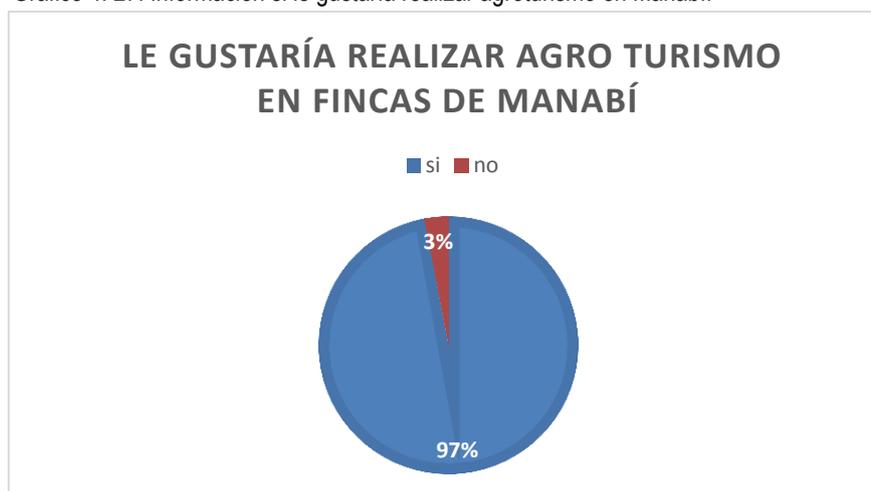
Grafico 4. 26. Información si ha realizado agroturismo



### Han realizado alguna vez agro turismo.

El resultado de esta preguntado que se realizó dio como resultado que el 25% de turistas si han realizado el agro turismo y el 75% no lo han realizado teniendo un alto nivel de personas que aún no ha experimentado lo que se puede realizar en este tipo de turismo.

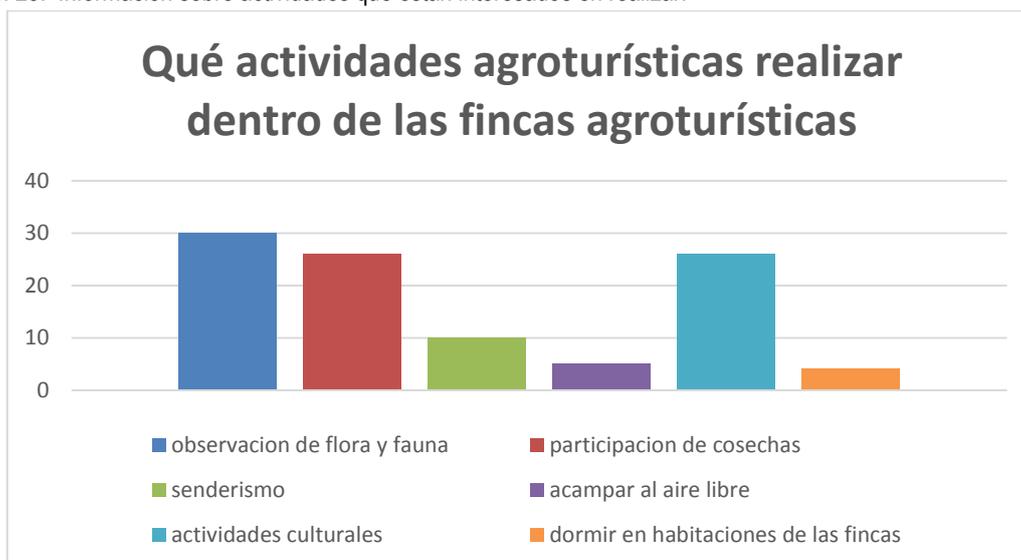
Grafico 4. 27. Información si le gustaría realizar agroturismo en Manabí.



### Le gustaría a los encuestados realizar agro turismo en fincas de Manabí.

El resultado de esta pregunta obtuvimos que el 97% de turistas si están interesados en realizar agro turismo en la provincia de Manabí y el 3% no lo están. Pudiendo evidenciar el alto grado de turistas que predispuestos a realizar esta actividad turística en la provincia.

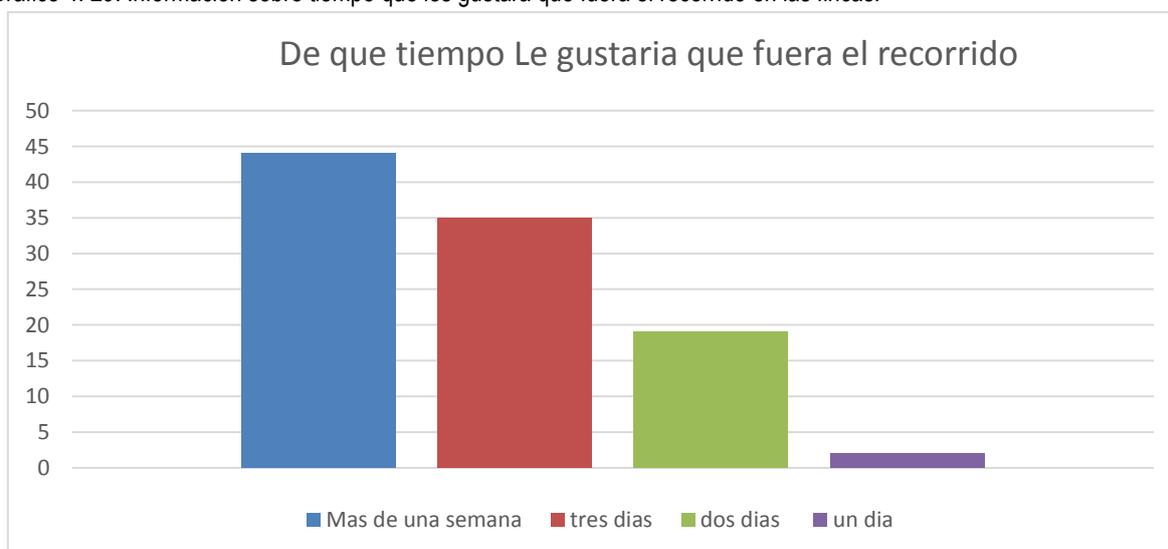
Grafico 4. 28. Información sobre actividades que están interesados en realizar.



### Qué actividades les agradaría realizar dentro de las fincas agroturísticas.

Se obtuvo como resultado de esta pregunta que el 30% de turistas están interesados en realizar la observación de flora y fauna, 26% actividades culturales, 25% están interesados en participar en las cosechas, siembra y conocer los procesos de producción de las finca, el 10% desearían realizar el senderismo, el 5% les gustaría acampar al aire libre y el 4% les interesaría en habitaciones de las fincas. Lo que nos da como resultado que los turistas están participar y realizar varias actividades en lo que tiene que ver con el agroturismo.

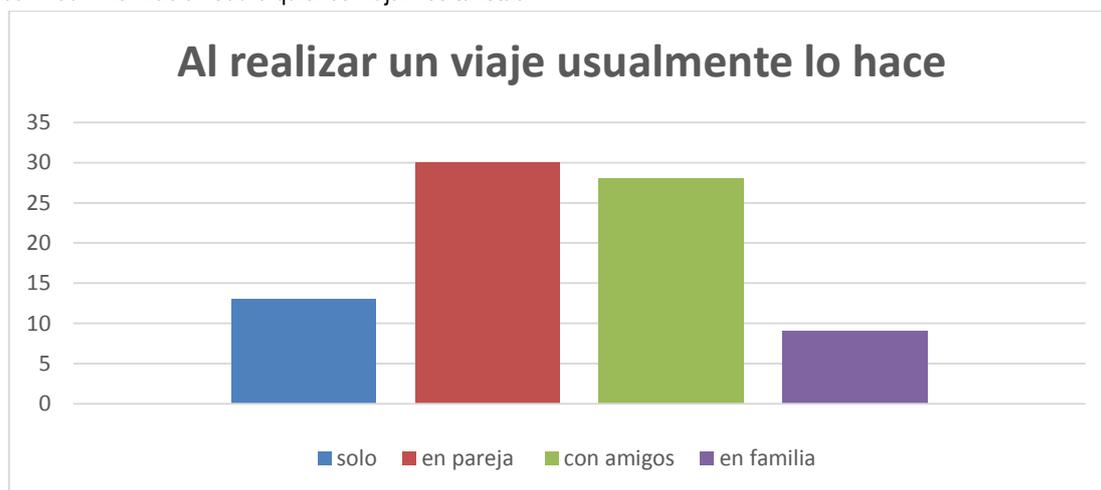
Grafico 4. 29. Información sobre tiempo que les gustara que fuera el recorrido en las fincas.



### De qué tiempo les gustaría a los encuestados sea el recorrido por las fincas.

Dio como resultado que el 44% de los turistas encuestados les gustaría que el recorrido por las fincas durara más de una semana, el 35% tres días, el 19% dos días y el 2% un día. Con lo que pudo constatar que los turistas interesados en este tipo de turismo les agradaría que las visitas de las fincas duren varios días.

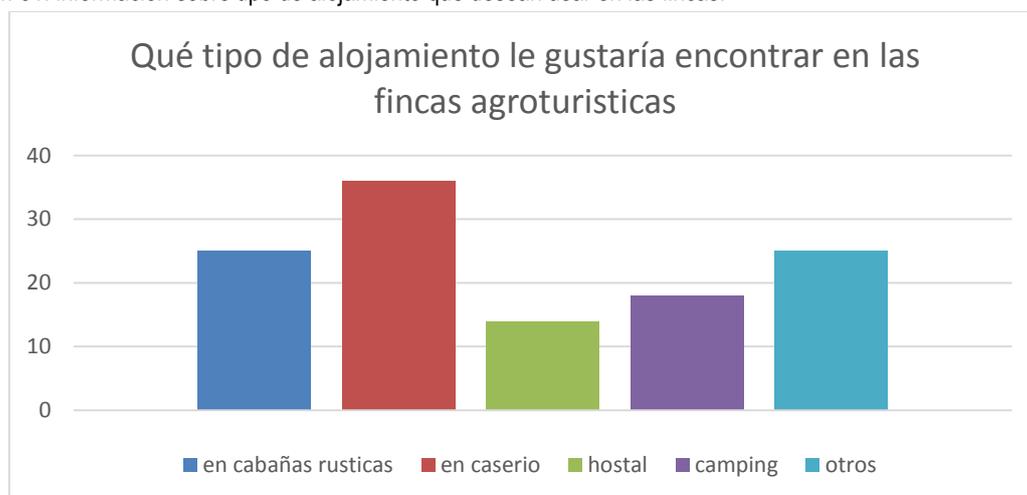
Grafico 4. 30. Información sobre quienes viajan los turistas.



### Al realizar un viaje usualmente los encuestados con quien lo realizan.

Los resultados de esta pregunta son que el 48% viajan con los amigos, el 30% realizan viajes con su pareja, el 13% solo y 9% realizan viajes con la familia. Lo que quiere decir que los turistas le interesarían realizar actividades que puedan compartir una bonita experiencia con sus amigos o pareja.

Grafico 4. 31. información sobre tipo de alojamiento que desean usar en las fincas.

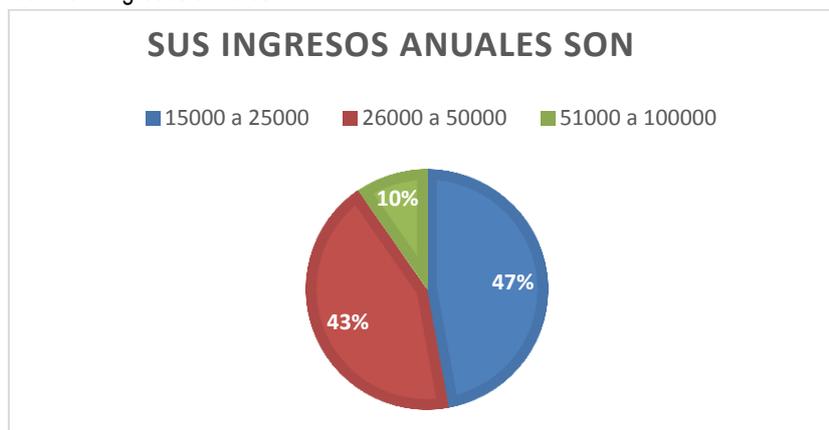


### En qué tipo de alojamiento le gustaría encontrar a los turistas en las fincas agroturísticas.

Como resultado de esta pregunta se pudo constatar que los turistas el 36% les gustaría encontrar en las fincas caserío, el 25% cabañas acústicas, el 18% camping, el 14% le gustaría un hostel y por último el 7% otros tipos de alojamiento.

Lo que permite evidenciar que un alojamiento idóneo para in tipo de alojamiento para las fincas agro turísticos sería un caserío.

Grafico 4. 32. Ingresos anuales



#### Los ingresos anuales de los turistas son:

En base a esta interrogante las respuestas fueron que un 47% de turistas tienen un sueldo anual de 15000 a 25000, el 43% tienen un sueldo de 26.000 a 50000 y el 10% tienen un sueldo de 51000 a 100000. Lo que nos da como resultado que los turistas tienen el dinero suficiente como para invertir en realizar este tipo de turismo.

#### 4.4.2 PERFIL DEL TURISTA

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta se procede detallar el perfil del turista o segmento de mercado al que estará dirigido la oferta. Sabiendo que la potencialidad en Tosagua son las actividades agropecuarias, las costumbres y tradiciones del campo y la gastronomía. **(Ver cuadro 4.35.)**

Cuadro 4.1. Público objetivo

<b>PERFIL DEL VISITANTE</b>	
Las encuestas se aplicaron en la parroquia Canoa del cantón San Vicente a 104 personas:	
Procedencia del turista	Francia, EEUU, Finlandia, Canadá, Alemania, Argentina
Edad	Entre 25 a 45 años
El estado civil	Solteros y casados
Su relación con el turismo rural	Han practicado turismo rural
Medio de información más útil	La publicidad boca a boca y redes sociales
Actividades con mayor aceptación	Observación de aves, participación en cosechas, actividades culturales y senderismo
La duración del viaje	Una semana o menos
El turista suele realizar sus viajes	En pareja y amigos
El tipo de alojamiento que más atrae al turista	Hospedaje en caserío, cabañas rústicas o camping
El presupuesto óptimo para el turista	Más de cien dólares
El producto se enfoca al segmento internacional, de edad adulta que por lo general viaja con su pareja o entre amigos, este turista tiene conocimiento previo sobre turismo rural y está dispuesto a practicar turismo en la zona rural de Manabí. Turistas interesados en practicar actividades como Observación de aves, participación de cosechas, actividades culturales y senderismo. A estos turistas les interesa un alojamiento en caseríos y cabañas turísticas o camping.	

Fuente: Elaboración por las autoras

#### **4.5 FASE III. OFERTA AGROTURÍSTICA-TOSAGUA**

La oferta agroturísticas del cantón Tosagua consiste en los bienes y servicios con los que cuentan los habitantes de este cantón, teniendo cuenta lo que hoy en día le llama la atención a los turistas es un turismo distinto al tradicional, el vivencial, el que se experimente las actividades al aire libre y rodeado de naturaleza extraordinario es así que se ha desarrollado la oferta de fincas agroturísticas en las cuales el turista desarrollará un sin número de actividades que tendrán que ver con la producción, elaboración o simplemente realizar lo que hace una persona normal en este tipo de fincas agropecuarias.

Teniendo en cuenta la investigación que se desarrolló para determinar las características que busca el turista al viajar, con las encuestas se determinó que el 46% de turista son personas jóvenes de hasta 26 años de edad y un 75% no ha realizado lo que es el agroturismo y un 79% les gustaría realizar esta actividad turística.

Las actividades que les interesaría realizar al turista durante la estadía en las unidades productivas son la observación de flora y fauna ya que al visitante no solo le interesa participar de las actividades que se realizan dentro de estas, si no también llenarse de conocimientos de las especies y plantas nativas de esta zona de Manabí.

Los turistas al visitar las fincas desean realizar actividades como el senderismo y a la vez participar en las cosechas, siembra y conocer los procesos de producción de las fincas, deseando que su estadía en este lugar sea por varios días y así poder disfrutar, alejándose de la ciudad y ponerse en contacto con la naturaleza llenándose de conocimientos de la vida en zona rural.

#### **4.5.1 RECURSOS TURÍSTICOS RURALES**

Se han identificado cuatro recursos turísticos rurales, que son: El Barro, Balneario la Estancilla, Festividades de San Pedro y San Pablo y la Feria del Cangrejo. El Barro es un recurso cultural, su nombre se da porque en esta comunidad se hacen las ollas de barro, sus habitantes han realizado esta actividad durante muchos años. El Balneario la Estancilla es un recurso natural, de aguas calmadas y apropiado para pasar un día agradable. Las festividades de San Pedro y San Pablo, estas son muy reconocidas a nivel nacional, las personas que llegan a esta comunidad viven una fiesta llenas de algarabía por tres días. La feria del Cangrejo, a pesar que aún no tiene una concurrencia de visitantes considerable se podría decir que es reconocido localmente, en esta feria se puede encontrar el cangrejo cocinado en todas las formas.

#### **4.5.2 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**

El Cantón Tosagua ofrece dos establecimientos de alojamientos en la zona urbana con una capacidad de 65 habitaciones, las cuales aún tienen algunas falencias en lo que el servicio que se le ofrece a los visitantes que llegan a estos hoteles, pero con capacitaciones al personal para que se le pueda brindar a los turistas el trato y atención que ellos se merecen sería una manera práctica para que los hoteles tengan una mayor acogida por los turistas.

En lo referente a restauración se encuentra en la zona rural 8 establecimientos los cuales les brindan a los turistas comida típica de la zona de Manabí, estos

establecimientos reciben diariamente una significativa cantidad de turistas, sin embargo sería rentable que los dueños de estos lugares implementaran una mejor calidad de servicios y mejor presentación de sus platos para que las personas no solo les agrade el sabor de su comida, la atención que se les brinda.

En la infraestructura vial del cantón Tosagua se encuentra actualmente en un estado de deterioro las vías urbanas, de las cuales 23,5% tiene capa de rodadura como asfalto, adoquín y pavimento; el 24,4% esta lastrada y el 50,1% es de tierra. La zona rural, se encuentran vías lastradas, con nula estructura de drenaje, circulación de baja velocidad, transitando con dificultad en época invernal lo que impide usualmente a los comerciantes sacar sus productos para comercializarlos.

Es por ello que se le desea brindar a los habitantes de la zona rural del cantón Tosagua una fuente de ingreso adicional que les permita realizarlas en sus mismas propiedades la actividad turística, haciendo lo que ellos están acostumbrados a realizar, con la diferencia que compartirían experiencias con los turistas y esto sin duda va a mejorar su economía y la de toda la comunidad.

#### **4.6 REQUERIMIENTOS DE MEJORA DE LA OFERTA AGROTURÍSTICA**

La oferta agroturísticas del cantón Tosagua requiere de una importancia relevante de parte de las autoridades competentes, empezando con la establecimientos de alojamientos, los mismos que necesitan una mejora en el servicio que ofrece la cual se podría obtener con capacitaciones al personal para que se le pueda brindar un mejor servicio al visitante.

Se podría implementar unos cabañas que reciban huéspedes en la zona rural del cantón ya que no existen establecimientos que les brindas este servicio y que esta actividad constituya una parte importante de la económica de los pobladores de la zona en que se encuentra ubicada, puesto que para el caso del Turismo Rural algunos servicios de alojamiento pueden ser bajo la modalidad de cabañas o sitios para camping, y que se ubican dentro del mismo predio donde se encuentra la vivienda familiar.

En lo que es el servicio de restauración se requiere mejorar lo que es el servicio especialmente ya que el personal que labora en estos establecimientos no cuenta con el debido conocimiento de lo que es atención al cliente.

El servicio de transportación del cantón Tosagua cabe recalcar que sus carreteras no estén en buen estado por lo que se requiere una pavimentación digna, para que los habitantes puedan transitar por esta vía sin ninguna dificultad principalmente la zona rural, ya que para los comerciantes en época de invierno se les hace imposible sacar sus productos por mal estado que se encuentra las carreteras.

Aun así, la rentabilidad del negocio del agroturismo es en muchos casos incierta y hasta cierto punto riesgosa para quien debe hacer grandes inversiones. Por cuanto, para el pequeño productor que quiera dedicarse a esta actividad el obtener grandes ganancias no debería ser su obsesión, sino un complemento a un estilo de vida que privilegie la conservación de los recursos y atractivos de su entorno y genere nuevas oportunidades para sus descendientes.

#### **a) DEFINICIÓN DE LA OFERTA**

Esta oferta agroturística del cantón Tosagua se pretende vincular con otros cantones, como Chone y Bolívar, formando un circuito turístico de manera de que el turista tenga un escenario más amplio para desarrollar la actividad y hacer la oferta mucho más atractiva y esta la vez genere un aumento de interés por visitar la provincia y vivenciar las actividades típicas y cotidianas del campesino Manabita. El circuito empezaría en Chone, haciendo un recorrido de un día y luego Tosagua donde pasaran dos días y terminaría en Calceta, este sería dinámico, para que el turista conozca de estos tres cantones como un solo producto de Manabí.

Se pretende de esta manera que exista facilidad al llegar a las fincas, como la accesibilidad, que vías principales y alternas este en buenas condiciones y que este señalizado todos los puntos a recorrer. Ahora bien no solo se debe mejorar la parte externa sino también la parte interna de cada finca, aquí entra la capacidad que tenga los dueños de estas en recibir a los turistas y si no se está preparado para ello se los debe de capacitar, para lograr un servicio de calidad y calidez. También se trata de que servicios y actividades que realizaran los turistas; servicios como hospedaje, restauración y recreación esto conectado a las actividades cotidianas como ordeno de ganado, el proceso de elaboración de queso, arar la tierra para el cultivo, sembrar entre otras actividades.

Como ya se mencionó lo que se busca es mejorar las condiciones del sector rural y que las comunidades se involucren y sean beneficiadas a través del turismo, es por

ello que se crea esta oferta direccionada al aprovechamiento de las fincas agroturísticas distribuidas en diversos sectores del cantón Tosagua, que en conjunto con atractivos naturales y culturales puedan ser motivo de interés para turistas que disfrutan del contacto con el ambiente natural y actividades relacionadas al conocimiento de la vida rural. Además se busca el beneficio de vincular a cantones vecinos para mejorar la oferta para que sea más atractiva para el turista.

A continuación se muestran las propuestas de circuitos diseñados para potencializar la zona rural de Tosagua y de los cantones vecinos como Chone y Calceta:

### **El circuito: La bella naturaleza montuvia.**

Fue estructurado con visitas a lugares con interés turístico teniendo en cuenta principalmente lo que mayor relevancia encuentra en Manabí como es la parte agroturística en las cuales el circuito pasara por tres cantones como lo es Tosagua Chone y Bolívar.

El circuito saldrá desde Tosagua hacia Boyacá en Chone donde se visitara a Constancia la cual el turística recorrerá la finca pudiendo observar la belleza paisajística que tiene este cantón. Luego del recorrido se observará el proceso del cacao como se saca de la mazorca, el secado y una breve reseña de lo que se hace con él. Se visitará el rio que tiene esta propiedad y disfrutar de almuerzo con tongas, plato típico de la zona de Manabí.

Luego se visitará el cantón Bolívar en el cual se escogieron lugares con interés turístico para la visita en este cantón empezando con el museo Etnográfico Cultural Quinta Colina del Sol en el cual el turista conocerá un sinnúmero de herramientas del montuvio manabita y el Reloj Público sitio con interés turístico rico en historia.

Se procederá a retornar al cantón Tosagua donde se visitara a la finca Los Micos escogida por el gran potencial agroturístico que posee en la cual el visitante podrá observar y participar en el proceso de ordeño de la vaca, la elaboración de queso y demás derivados de la leche.

En esta finca se almorzará un plato típico de la zona y posteriormente se dará por terminado el recorrido.

### **La bella naturaleza montuvia.**

## Circuito turístico hacia los cantones manabitas

Chone, Bolívar, Tosagua

Duración: 2 días:

Imagen 4.2. Mapa del primer circuito



Fuente: Elaboración de las autoras

### DÍA 1:

- 08:00 Inicio del recorrido en el cantón Tosagua hacia el cantón Chone la finca Constancia (Boyacá).
- 08:20 Llegada a la finca Constancia
- 08:30 Visita y recorrido por la finca (observación del proceso de recolección de cacao)
- 10:00 Visita el río de la propiedad
- 13:00 Almuerzo con tongas preparada por el dueño de la finca Constancia.
- 14:00 Arribo a Bolívar
- 14:40 Llegada al Cantón
- 15:00 Visita al Museo Etnográfico Cultural Quinta Colina del Sol
- 15:15 Visita Parque Central y Reloj Publico Sol.
- 17:30 Alojamiento en el hotel Mango.
- 19:00 Cena y City by Night

### DÍA 2:

- 07:30 Desayuno en platanales para degustar la comida típica de la zona

- 09:00 Salida hacia el cantón Tosagua  
9:30 Visita a la finca Los Micos  
9:45 Recorrido por la finca junto al propietario y personas que laboran en este lugar para observar el proceso de la recolección de la leche.  
12:00 Almuerzo típico en la finca los micos.  
14:00 Fin de recorrido.

**El circuito: Aventura y diversión olor a tierra.**

Fue estructurado con visitas a lugares con interés turístico teniendo en cuenta principalmente lo que mayor relevancia encuentra en Manabí como es la parte agroturística en las cuales el circuito pasara por tres cantones como lo es Tosagua Chone y Bolívar.

El circuito tendrá inicio en el cantón Tosagua con destino a Chone donde se visitará el Centro Recreacional Café Color Tierra que fue tomando en consideración por su gran potencial turístico ya que este cuenta con información y recorrido por las instalaciones de la propiedad, un museo esencial de café y comedor turístico. El turista visitará al Bosque Húmedo de Café Color Tierra por ruta predeterminada con la ayuda de un guía nativo, a través de un recorrido de 1 hora y 45 minutos. En la cual se pueden apreciar los siguientes atractivos:

- 13 Saltos de Agua en el Sendero, que en época de invierno se puede disfrutar de mejor manera.
- Flora (árboles frutales, maderables, orquídeas, otros) Fauna (monos aulladores, aves, mariposas, serpientes y otros.)

El siguiente destino será Bolívar donde el turista visitará las artesanías de paja mocora donde podrá evidenciar que es un producto único, la elaboración artesanal es herencia de sus ancestros que eran excelentes tejedores quienes elaboraban, petates, hamacas, esterillas, sombreros, trenzas. En la actualidad se siguen con la elaboración de este tipo de artesanías como sustento económico.

Continuando con el recorrido se visitará en Tosagua la finca Tierra Linda, donde se dará un recorrido por la finca para luego montar a caballo y disfrutar de esta hermosa propiedad, posterior a ello se dará por terminado el recorrido.



- 9:45 Llegada a Bolívar y visita a las Artesanías en paja Mocora para la observación de elaboración de sombreros.
- 11:30 Salida hacia Tosagua
- 12:00 Almuerzo en La Ramada de la Tonga.
- 14:00 Llegada a Tosagua visita a la finca Tierra linda.
- 14:15 Recorrido por la finca
- 15:00 Montar a caballo por la finca
- 16:00 Fin del recorrido

### **El circuito: La Belleza del Corazón de Manabí**

Está estructurado por visita destinos turísticos que fueron escogidos por el gran potencial turístico y agroturísticas que estos poseen.

El recorrido empezará en Tosagua con la visita a dos fincas muy productivas de este cantón como es la finca Coraje y la finca Ángela donde se podrá hacer distintas actividades que realiza el campesino montubio oriundo de esta zona como es cosechar, secado de cacao y ordeño de la vaca que podrá el turista ser partícipe de este.

Al siguiente día se visitará el Centro Recreacional Café Color Tierra que fue tomando en consideración por su gran potencial turístico ya que esta cuenta con información y recorrido por las instalaciones de la propiedad, un museo esencial de café y comedor turístico. El turista a su vez tendrá acceso al Bosque Húmedo de Café Color Tierra por ruta predeterminada con la ayuda de un guía nativo, a través de un recorrido de 1 hora y 45 minutos. En la cual se pueden apreciar los siguientes atractivos:

- 13 Saltos de Agua en el Sendero, que en época de invierno se puede disfrutar de mejor manera.
- Flora (árboles frutales, maderables, orquídeas, otros) Fauna (monos aulladores, aves, mariposas, serpientes y otros.)

Al día siguiente se viajara hasta San Antonio donde se procederá a visitar El Humedal La Segua fue incluido en el circuito por la importancia que tiene este en esta provincia. Los humedales de la Segua son parte de la cuenca baja del Río Chone y siempre ha funcionado como un estabilizador natural para prevenir

inundaciones invernales en el área de Chone. Aquí se realizara el avistamiento de aves ya que este humedal alberga alrededor 164 especies de aves.

Luego de ello se procederá a dirigirse a las cabañas del Toto a donde se almorzará. Este lugar fue escogido por la deliciosa gastronomía que este sitio turístico ofrece a los visitantes. Seguido, el grupo se dirigirá a Bolívar donde visitará la Presa La Esperanza que se encuentra ubicado en la parroquia de Quiroga aproximadamente a 12 kilómetros de la Cabecera Cantonal del Cantón Bolívar, Calceta.

Esta presa es un embalse que almacena unos 450.000.000 de metros cúbicos de agua. Tiene propósito múltiple que permite el control de inundaciones, produce aguas de riego, para consumo humano y camarones de la zona central de Manabí.

Se visitará la finca las brisas la cual es una finca orgánica la cual es muy visitada por turistas nacionales y extranjeros ya que le permite vivenciar las actividades que realiza un agricultor de la zona. Luego se dirigirá a la parroquia la Estancilla del cantón Tosagua a la finca La Casa de Elba para realizar un recorrido por las instalaciones y participar en el proceso de Ordeño.

### La Belleza del Corazón de Manabí

#### Circuito turístico hacia los cantones manabitas

Chone, Bolívar, Tosagua

Duración: 4 días

#### 4.4. Mapa del tercer circuito



Fuente: Elaboración de las autoras

### **DÍA 1:**

8:30 Comienzo del recorrido en el cantón Tosagua

8:45 Visita a la finca Coraje

9:00 Recorrido por las fincas y experimentar las vivencias y actividades que realiza el agricultor al cosechar y secado del cacao.

12:00 Almuerzo en la finca

14: 00 Visita la finca la Ángela

14:30 Recorrido por la finca y observación del ordeño de la vaca el proceso de la realización del queso.

16:00 Visita el establo y cabalgata

18:00 Hospedaje en la finca Ángela.

19:30 Cena y City by Night

### **DÍA 2**

8:00 Salida hacia el cantón Chone

8:45 Visita al Centro Recreacional Café Color Tierra

9:00 Visita y recorrido por el centro recreacional Café Color Tierra

9:15 Hospedaje en Café color tierra

9:35 Salida hacia la cascada la Guabina donde podrá disfrutar de esta hermosa cascada de 20m de alto aproximadamente, que forma una profunda piscina natural.

12:00 Regreso al centro recreacional Café Color Tierra

12:30 Almuerzo comida criolla en el restaurante de Café Color Tierra

14:00 Descanso

15:30 El grupo disfrutará de la piscina de la instalación

19:00 Cena

20:40 Coctel de bienvenida y confraternización con el grupo

### **DÍA 3**

7: 00 Desayuno en café color tierra

8:30 Salida hacia Humedal la Segua (San Antonio)

9:00 Llegada al Humedal la Segua y recorrido para el avistamiento de aves.

11:30 Salida hacia las cabañas el Toto. (Canuto)

12:00 Almuerzo en las Cabañas Toto.

14:00 Salida hacia el cantón Bolívar.

14:30 Salida hacia La Presa la Esperanza  
15:15 Llegada a La Presa  
16:30 Salida hacia la finca las brisas.  
16:45 Hospedaje en la finca  
17:15 Recorrido por las instalaciones de la finca  
19:00 Cena  
20:00 Confraternidad con el grupo

#### **DÍA 4**

7:30 Desayuno en la finca las brisas.  
9:00 Arribo a Bolívar  
9:30 salida hacia la Estancilla  
9:45 visita a la finca La Casa de Elba  
10:00 Recorrido por las instalaciones de la finca y proceso de Ordeño.  
12:00 Almuerzo en La Ramada de la Tonga  
14:00 Salida hacia el cantón Tosagua.  
14:30 Fin del recorrido

#### **4.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN**

Los canales de distribución son los que definen y marcan las diversas etapas por las que atraviesa el producto desde su elaboración hasta llegar al turista, es decir son los canales o redes que por el conjunto de organizaciones buscan facilitar y poner a disposición el producto a los compradores realizando la confirmación y cobro del servicio.

Se busca que la oferta agroturística planteada se pueda dar a conocer a nivel provincial, mediante la utilización de diversas formas de comunicación que hagan que turistas de edades comprendida entre los 26 a 40 años y que posean el interés por la práctica de actividades que contiene el turismo rural, se sientan motivados en realizar o ser parte de esta oferta agroturística planteada.

Como inicio se considera necesario el diseño de una marca y slogan para la oferta agroturística, buscando ser punto de diferencia con otros productos ya existentes en la provincia de Manabí, y de esta manera captar la demanda asociada a la oferta.

De esta manera para la oferta agroturística se han identificado los siguientes canales de distribución:

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Ferias de Turismo
- ✓ Convenios institucionales

La utilización de las agencias de viajes como una canal de distribución es una estrategia conveniente para la oferta agroturística en Tosagua ya que de esta manera los circuitos planteados se comercialicen en las agencias y estas se organizarían para preparar un producto para el cliente; una de las agencias con la cual se podría trabajar es Metropolitan Touring, ya que esta por ser una agencia de viajes mayorista e internacional y ser una de las más importantes dentro del país, estos circuitos se podrán dar conocer fuera del país, la ventaja de ser mayorista es que como tal puede elaborar paquetes turísticos combinados y venderlo al público nacional e internacional para que todo el mundo puede tener acceso a este tipo de oferta.

Otra de las estrategias que se plantea es la creación de alianzas estratégicas con el Ministerio de Turismo (MINTUR), Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), Gobiernos Provinciales, además de alianza con la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM MFL), a través de la carrera de turismo para la difusión de la oferta por medio de congresos y ferias que se puedan realizar.

Se considera también importante la estrategia de publicidad con asistencia a eventos y acontecimientos ya programados a nivel provincial y nacional como la feria del patrimonio cultural realizado en la ESPAM, la Feria Internacional de turismo del Ecuador (FITE) y otros eventos de renombre que coadyuven a la difusión de la oferta agroturística donde se encuentren turistas que gusten del turismo rural.

Los canales de comunicación son los siguientes:

- ✓ Canales electrónicos
- ✓ Anuncios visuales

A continuación se muestran la estrategias de comunicación identificadas para que la oferta agroturística llegue al turista de manera más rápida y eficiente, es necesario

mencionar que cada estrategia está diseñada para que se cumpla un objetivo, indicador de frecuencia y la técnica a utilizar para su cumplimiento.

Unos de los que se considera necesario es la comunicación a través de la Web, esto mediante las redes sociales como Facebook, Twitter, que a través de la creación de una página se pueda incentivar a turistas a realizar este recorrido y conozcan de la vida rural en las campiñas manabitas, como también se puede utilizar Youtube, en este se realizarían videos de los recorridos de cada circuito para mostrar la bella que tiene la zona rural.

Los anuncios visuales es otra de las estrategias de comunicación importante, ya que estos pueden estar al alcance y a la vista de mucho más personas, se utilizaría materiales como banners, trípticos, los cuales serán distribuidos en los eventos y oficinas de turismo a nivel nacional.

A continuación se presenta las estrategias de comunicación planteadas, con su respectivo objetivo, técnica, e indicador para que se haga efectivo el conocimiento de parte del turista sobre la oferta agroturística.

- La estrategia de diseño de una imagen para la oferta agroturística tiene como objetivo posicionar en las mentes de los turistas la oferta.

Los elementos que integran la marca son: una la vaca, que representa lo pecuario; un tractor que enmarca lo agrícola; el sol y la casa, la convivencia que tendrían los turistas.

Imagen 4.5. Marca turística



Fuente: Elaboración de las autoras

- Alianza con el MINTUR, Gobiernos cantonales y provincial, la ESPAM MFL, son instituciones que mediante esta actividad turística se pueden ver beneficiados ambas parte, ya que se realizarían estrategias para dar a conocer la oferta.

- Los anuncios visuales es una estrategia importante ya que se le da al turista la oferta agroturística de manera clara y llamativa.

De esta manera se realizará una señalética para cada circuito, a continuación se mostrarán cada uno de ellos detallando su recorrido del circuito.

Esta señalética es la del primer circuito el cual comenzará en Tosagua y luego se dirigirá a Chone donde se hará un recorrido, después se pasará por Calceta y termina en Tosagua.

Imagen 4.6. Señalética del primer circuito



Fuente: Elaboración de las autoras

La segunda señalética es del circuito que tiene el mismo recorrido pero con actividades diferentes.

Imagen 4.7. Señalética del segundo circuito



Fuente: Elaboración de las autoras



# **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **CONCLUSIONES**

- Se logró recopilar información teórica para la elaboración del marco teórico de la investigación, atendiendo a los principales enfoques relacionados con la temática, a partir de la revisión de una actualizada bibliografía publicada en diferentes formatos, lo que constituye la base teórica para la propuesta para la oferta agroturística del cantón Tosagua
- La propuesta de un diseño metodológico satisface los requerimientos para una oferta agroturística, habiéndose logrado estructurar las diferentes fases, etapas, métodos y técnicas identificadas, teniendo en cuenta los aspectos referenciados en la literatura consultada, lo que justifica su valor práctico y metodológico.
- Se determinó que la oferta agroturística podrá potencializar los recursos agropecuarios del cantón Tosagua, de esta manera se identificó las 4 fincas con mayor potencialidad, como lo son la Finca Coraje, Ángela, La Casa de Elba, Los Micos, que integradas con los atractivos de los cantones Bolívar y Chone permitirán que los circuitos planteados sean más atractivos, y así el turista tendrá un escenario amplio para desarrollar la actividad agroturística.

## RECOMENDACIONES

- A la Carrera de Ingeniería en turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” se le recomienda que integren proyectos turísticos, que sirvan de complemento para el producto de turismo rural en el canton Tosagua, y de esta manera se pueda unir lazos entre la universidad y el canton.
- Al departamento de turismo del GAD de Tosagua, se le recomienda que aplique las estrategias de comercialización aquí propuestas no solo para el desarrollo del producto propuesto, sino que al desarrollar nuevos proyectos turísticos en base a las necesidades y características del turista definido en esta.
- Socializar el proyecto con las autoridades competentes como: el Ministerio de turismo y el área de subproceso de turismo del GAD municipal, y estos a su vez implementen este proyecto para la dinamización de la actividad turística iniciando con las poblaciones aledañas y así ir evolucionando hasta lograr expandir este producto a nivel provincial y nacional.
- Al departamento de turismo del cantón Tosagua, al GAD Municipal de los cantones Bolívar y Chone se les recomienda que los circuitos sean promocionados hacia los turistas que lleguen a su cantón para que ellos puedan vivenciar este tipo de experiencias que les brindan los circuitos y así el número de visitantes sea mayor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2010). Concepto, tipos y modalidades turismo III. Turismo de masa. (En línea), Consultado el 25 de oct. 2014: Formato PDF. Disponible en: <http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angelacerenza/item/1952-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-iii-turismo-demasa>
- Aguilar, G; Banegas, C. 2013. Los deportes extremos en Azuay .Carrera de Ingeniería en Turismo. Universidad de cuenca. Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero en Turismo. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/4625/1/tesis.pdf>
- Alvarez, k. 2008. Agroturismo en Chile Santiago de Chile. Caracterización y perspectivas. (En línea) Consultado 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: [http://www.indap.gob.cl/sites/default/files/agroturismo\\_en\\_chile.pdf](http://www.indap.gob.cl/sites/default/files/agroturismo_en_chile.pdf)
- Angulo, C. 2012. Desarrollo Socio Económico. Universidad Nacional del Callao Facultad de Ciencias Administrativas. (En línea). Consultado 30 nov. 2013. Formato PDF. Disponible en: [http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes\\_Finales\\_Investigacion/IF\\_AGOSTO\\_2012/IF\\_ANGULO%20RODRIGUEZ\\_FCA/TEXTO.pdf](http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/IF_AGOSTO_2012/IF_ANGULO%20RODRIGUEZ_FCA/TEXTO.pdf)
- Anilema, L.2012. Tesis diseño de un proyecto agroturístico para la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Mushuj Ayllu”. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. EC. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1843/1/23T0311%20%20ANILEMA%20LUIS.pdf>
- Auren. 2013. Turismo de salud en España. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.minetur.gob.es/turismo/ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo\\_salud\\_espana.pdf](http://www.minetur.gob.es/turismo/ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf)
- Barbagallo, C. 2005. Corrientes comercialización. Universidad Nacional del Nordeste Licenciatura en comercio exterior paso de los libres. (En línea), consultado el 23 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: <http://celce.galeon.com/apuntespdf/comerc1.pdf>
- Bermúdez, F. 2002. Subsector servicios Turísticos. Módulo de formación generalidades del turismo. Costa Rica. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible

[http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo\\_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf)

Barton, D; Merino, L; Barry, D. 2007. Los Bosques comunitarios de México. Manejo sustentable. México. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: [http://www.ccmss.org.mx/descargas/los\\_bosques\\_comunitarios\\_de\\_mexico\\_manejo\\_sustentable\\_de\\_paisajes\\_forestales.pdf](http://www.ccmss.org.mx/descargas/los_bosques_comunitarios_de_mexico_manejo_sustentable_de_paisajes_forestales.pdf)

Barrera, E. 2006. Turismo rural. (En línea). Consultado 25 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://ced.agro.uba.ar/moodle/pluginfile.php/10288/mod\\_resource/content/0/nucleo1/modulo3/modulo3\\_tr.pdf](http://ced.agro.uba.ar/moodle/pluginfile.php/10288/mod_resource/content/0/nucleo1/modulo3/modulo3_tr.pdf)

Basadre, J. 2003. Historia de la Republica de Perú. Atlas departamental del Perú, Ed. Peisa. Perú. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)

Bazurto y vices. 2007. Proyecto de fincas agroturisticas vital. Tesis de grado. Ecuador. (En línea). Consultado 24 oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/26000/288/1/T-ULEAM-15-0005.pdf>

Bonilla, M. (sf). Turismo Educativo: Programa de aprendizaje al aire libre. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo\\_educativo.pdf](http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_educativo.pdf)

Blanco, M; Riveros, H. 2003. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. (En línea). Consultado 24 oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: [http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documentos%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/EI%20agroturismo%20como%20diversificaci%C3%B3n%20de%20la%20actividad\\_e.pdf](http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documentos%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/EI%20agroturismo%20como%20diversificaci%C3%B3n%20de%20la%20actividad_e.pdf)

Blanco, M; Rivero, H. sf. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/An%C3%A1lisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M..pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf)

Camacho, R. 2007. Comercialización para el desarrollo del turismo rural. Artículo de seminario. Bolivia. Universidad Nacional Experimental (En línea). Consultado 30 nov. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.turismoruralbolivia.com/img/estrategiasturismorural.pdf>

- Capece, G. 1997. Turismo sostenible y sustentable una visión holística. Edición CID. Buenos Aires. (En línea). Formato PDF. Consultado 14. May. 2014. Disponible en <http://books.google.com.ec/books?id=GrgdTYpkKfQC&pg=PA126&lpg=PA126&dq=capece+g.+1997&source=bl&ots=0UgKOky8FU&sig=FbKdYBZtOVc2bOoBJGXpSKKsZGo&hl=es&sa=X&ei=HVV9U5rLG6WysASShoHQBQ&ved=0CD4Q6AEwAg#v=onepage&q=capece%20g.%201997&f=false>
- Castillo, H. 2012. Recursos Turísticos Introducción a los Recursos Turísticos. Módulo Turismo Aula Senior. (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)
- Cause, M. 2009. El concepto de comunidad desde el punto de vista socio – histórico-cultural y lingüístico. Centro de Información y Gestión Tecnológica. Cuba. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>
- Cino D, 2009. Tesis presentada en opción al Título Académico de Master en Desarrollo Social. (En línea) Consultado 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: <http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1121/1/Desarrollo%20rural%20social%20y%20econ%C3%B3mico...%20Delia%20M.%20Cino.pdf>
- Congreso Nacional del Ecuador. 2002. Ley de turismo. EC. (En línea). Consultado 20 nov. 2013. Formato PDF. Disponible en <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>
- Constabel, S; Oyarzun, E; Szmulewicz, P. 2007. Caracterización y perspectivas del groturismo en Chile. Universidad Austral de Chile. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/libros/libros/PDF/FIA.pdf>
- Constitución del Ecuador.2008. Asamblea Constituyente. (En línea). Consultado 19 dic. 2013. Formato PDF. Disponible en [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Diéguez A, 1998. Reflexiones sobre el concepto de comunidad. (En línea). Consultado 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/pela/pl-000215.pdf>
- Doumet, Y y Yáñez, A. 2014. Estrategias para el desarrollar el agroturismo en la Represa Sixto Durán Ballén, Manabí, Ecuador. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Carrera de Turismo. Revista ESPAMCIENCIA. 5(1):

- 7-15. (En línea), consultado el 05 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://espam.edu.ec/revista/2014/V5N1/44.pdf>
- Fernández, V, 2006. Diseño de Productos Turísticos. Bogotá. Consultado el 30 de nov. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php>
- García, G. 2005. Características diferenciales del Producto Turismo Rural. Universidad de Murcia. España (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801507.pdf>
- García, H. 2014. El círculo vicioso del turismo residencial: análisis de los factores locales del boom inmobiliario español. Universidad de Alicante-España. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 12: (2). Pág. 395-408. (En línea), consultado el 05 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/12214/PASOS37.pdf>
- Gobierno principal de Manabí, 2008. Plan estratégico provincial de Turismo Sostenible de Manabí 2008-2012.EC. (En línea). Consultado el 27 de ene. 2014. Formato PWP. Disponible en: [http://issuu.com/telandweb/docs/plan\\_estragico](http://issuu.com/telandweb/docs/plan_estragico)
- Guevara, A. 2010. Tesis de estudio de prefactibilidad para la creación de un Proyecto de Agroturismo en la Hacienda la Compañía. Universidad Tecnológica Equinoccial. EC. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/41173\\_1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/41173_1%20(1).pdf)
- ILPES (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social), 2003. Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Chil. (En línea). Consultado 11 dic. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>
- Ley de Gestión Ambiental, 1999. (En línea) Consultado 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: [http://www.galapagospark.org/documentos/ecuador\\_ley\\_gestion\\_ambiental\\_1999.pdf](http://www.galapagospark.org/documentos/ecuador_ley_gestion_ambiental_1999.pdf)
- Ley de Turismo, 2009. (En línea). Consultado el 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: [http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/ley\\_turismo.pdf](http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/ley_turismo.pdf)
- Macedo, B. 2005. El concepto de sostenibilidad. (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162177S.pdf>

- Machado, E. 2013. Integración y diseño del Producto Turístico. Aplicado a la Región Central del destino Cuba. Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. (En Línea). Consultado 23 de oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: [http://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/esther\\_machado.pdf](http://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/esther_machado.pdf)
- Millán, M; Agudo, E. 2010. El turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Estudio de caso. Universidad de Córdoba España. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 8 (1). Pág 91-112. . (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110\\_8.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110_8.pdf)
- Ministerio de cultura. 2011. Definición de turismo cultural. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/biblioteca-y-centros-de-documentacion/cdcul/publicaciones/guia-lector/guialector14/guialector14.pdf>
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, 2012. Turismo Consciente. (En línea). Consultado el 10 de Dic. Formato PDF. Disponible en: [http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/06/PROECUADOR\\_IC\\_02-17.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/06/PROECUADOR_IC_02-17.pdf)
- Ministerio de Turismo. 2007. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador 2020 (PLANDETUR 2020). Cooperación Técnica BID. No. ATN/FG-9903. EC del PLANDETUR (En línea). Consultado 23 oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- Ministerio de Turismo. 2009. Formación de una red de Agroturismo En Las Provincias Guayas y Los Ríos. Consultoría Ambiental SAMBITO S.A. MINTUR. (En línea). Consultado el 30 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: <https://jorgepaquay.files.wordpress.com/2011/10/formacion-red-agroturismo-mintur-2009.pdf>
- Marín, H. 2012. Introducción a los recursos turísticos. (En Línea). Consultado 23 de oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>
- Nicklin, C; Saravia, M. 2006. Estudio de factibilidad sobre el potencial del Ecoturismo para mejorar los medios de vida de las Comunidades de los Andes en 4 países: Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.condesan.org/apc-aa-files/237543fdce333f3a56026e59e60adf7b/1\\_marco\\_conceptual\\_y\\_metodologico.pdf](http://www.condesan.org/apc-aa-files/237543fdce333f3a56026e59e60adf7b/1_marco_conceptual_y_metodologico.pdf)

- Noel, V. 2004. Agroturismo. Un estudio de la oferta de los establecimientos agroturísticos en el área circundante a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (En línea). Consultado 24 oct. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.suplementorural.com/pdf/agroturismo.pdf>
- OMT (Organización Mundial del turismo), 2012. Ecuador hacia un Turismo Consciente. II Congreso Internacional de Ética y Turismo (En línea). Consultado 01 dic. 2013. Formato (PDF). Disponible en: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/conclusiones\\_ii\\_congreso\\_etica-20092012.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/conclusiones_ii_congreso_etica-20092012.pdf)
- Pérez, A. 2009. Guía Metodológica para Anteproyectos de Investigación. 3 ed. Caracas. FEDUDEL la editorial pedagógica.
- Porras, G. 2010. Estudio de la oferta y demanda turística. Escuela Politécnica Superior de Gandía. (En línea). Consultado 30 nov. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/9099/Estudio%20de%20la%20oferta%20y%20la%20demanda%20tur%C3%ADstica%20en%20el%20Barranc%20de%20la%20Valltorta,%20Castell%C3%B3n.pdf>
- Plan Nacional para el buen vivir, 2009. El Buen Vivir en la Constitución del Ecuador. (En línea) Consultado 08 de Dic. Formato PDF. Disponible en: <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>
- Ramírez, O. 2013. Turismo Deportivo: Promoción para la diversificación de la Oferta Turística en Manzanillo, Colima. Universidad Autónoma del Estado de México CU Valle Teotihuacán. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Revista TURyDES. Vol 6, Nº 15. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/15/manzanillo.pdf>
- Rígol, L. 2011. La gestión de la demanda turística como concepto. Universidad de Holgín-Cuba. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Revista TURyDES. Vol. 4: (9). (En línea), consultado el 05 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mfr.html>
- Rio Muchacho Organic Farm, Ecuador. Tourism y agriculture for a botter planet. (En línea), consultado el 01 de jul. 2015. Disponible en: <http://riomuchacho.com/index.php/about-us>
- Salcedo M. & Martín F. (2012). Turismo y sustentabilidad: Paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. (En línea). Formato PDF. Disponible en:

Consultado el 24 de enero de 2014:  
<http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagye/rv41/rev41art05.pdf>

Sancho, A. 2008. Introducción al turismo. (En línea). Consultado 01 de Dic. Formato PDF. Disponible en:  
[http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf)

Sayadi, S; Calatrava, J.2001. Agroturismo y Desarrollo Rural. Situación Actual, Potencialy Estrategias En Zonas De Montañas Del Sureste Español. (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en:  
<file:///C:/Users/Larissa/Downloads/Dialnet-AgroturismoYDesarrolloRural-205725.pdf>

SECTUR (Secretaria de Turismo). 2004. Turismo Alternativo una Nueva Forma de Hacer Turismo. México. (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://metztitlan.com.mx/data/documents/turismoalternativo.pdf>

Secretaría de Economía, 2011. Guías Empresariales. (En línea). Consultado 30 nov. 2013. Formato PDF. Disponible en:  
<http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) Departamento de Planificación. 2008. Glosario de Términos Técnicos Relacionados Con La Actividad Turística Habitualmente Empleados en Chile. (En línea). Consultado el 17 ene. 2015. Formato PDF. Disponible en:  
[http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf](http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf)

Simón, X; Gil, C; Carpintero, P. 2011. Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121. Universidad de Vigo. España. (En línea), consultado el 21 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en:  
[http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\\_11.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_11.pdf)

Tomalá, S. 2013. El Agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Año 2013 – 2018. Universidad Estatal Península de Santa Elena. (En línea), Consultado el 04 de feb 2015. Formato PDF. Disponible en:  
<http://repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/1508/1/TOMAL%C3%81%20TOMALA%20SILVIA.pdf>

Universidad Austral de Chile. s.f. Recursos y Servicios turísticos rurales. (En línea), Consultado el 04 de feb 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/CG\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/CG_cuerpo.pdf)

Zamora, J; Grez, A; Ortega, R. sf. Diseño de un prototipo de servicio de agroturismo a través de acción. (En línea), consultado el 23 de oct.2013. Formato PDF. Disponible en: <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n2/art01.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 01. Encuestas a turistas extranjeros



#### ENCUESTA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL.

SEXO \_\_\_ HOMBRE \_\_\_ MUJER

EDAD \_\_\_ HASTA 25 AÑOS \_\_\_ 26 A 45 \_\_\_ MÁS DE 46

PAÍS O CIUDAD DE PROCEDENCIA \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL \_\_\_ SOLTERO(A) \_\_\_ CASADO(A) \_\_\_ VIUDO(A) \_\_\_ DIVORCIADO (A)

1. ¿Ha realizado alguna vez agro turismo?.

SI  NO

2. ¿Le gustaría realizar agro turismo en fincas de Manabí?

SI  NO

3. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro de fincas agroturística?

Observación de flora y fauna  Actividades culturales  Acampar al aire libre  Senderismo

Participar en actividades de cosechas, siembra y conocer los procesos de producción de las fincas

Dormir en habitaciones de las fincas

4. ¿De qué tiempo le gustaría el recorrido por las fincas?

Más de una semana  tres días  dos días  Un día

5. ¿al realizar un viaje usualmente lo hace?

Solo

En pareja

Con amigos

En familia

6. ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría encontrar en las fincas agroturísticas?

En cabañas rusticas

En caserío

Hostal

Camping

Otros

## 7. ¿Sus ingresos anuales son?

15000 a 25000 26000 a 50000 51000 a 100000 Anexo 02. Ficha de inventario y evaluación de recursos turísticos

<b>DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR:	FICHA No.
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	
TIPO:	SUBTIPO:
<b>UBICACIÓN</b>	
PROVINCIA: Manabí	CIUDAD Y/O CANTÓN:
CALLE:	PARROQUIA:
NUMERO:	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:
	LATITUD:
	LONGITUD:
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:</b>	
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km.):
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km.):

**FICHA DE INVENTARIO Y EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

VALOR INTRÍNSECO						
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>						
<b>ALTURA</b>	<b>MIN:</b>	<b>m.s.n.m</b>	<b>TEMPERATURA</b>	<b>MIN:</b>	<b>°C</b>	<b>PRECIPITACIÓN. PLUVIOMÉTRICA:</b>
		.				<b>mm. anuales.</b>
	<b>MAX:</b>	<b>m.s.n.m</b>		<b>MAX:</b>	<b>°C</b>	
		.				
<b>DESCRIPCIÓN:}</b>						
EVALUACIÓN						
SITIOS NATURALES			SITIOS CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo			Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo		0 a 4	1
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).			El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo		0 a 3	2
Especies de flora y/o fauna endémicas y otra especies interesantes que complementan las anteriores			Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece		0 a 3	2
Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.			Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.		0 a 3	1
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.			Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.		0 a 2	1
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					15	7

APOYO										
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		Buena	Regular	Mala	TRANSPORTE	Diario	Semanal	Mensual.		Eventual
Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año:
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
					Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día: Cada hora
					Avioneta					
					Helicóptero					

EVALUACIÓN		
SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Estado de las vías	0 - 5	
Frecuencia del transporte	0 - 3	
Temporalidad de acceso	0 - 2	
Puntaje total		10

INFRAESTRUCTURA BÁSICA										
AGUA: potable					ENERGÍA ELÉCTRICA:					
ALCANTARILLADO:					TELECOMUNICACIONES:					
FACILIDADES TURÍSTICAS										
CATEGORÍAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas
ALOJAMIENTO										
ALIMENTACIÓN										
ESPARCIMIENTO										
AGENCIA DE VIAJE			ALMACENES DE ARTESANÍAS				OTROS			
CORREOS			GUIANZA							

EVALUACIÓN			
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Posee todos los servicios básicos***	Posee todos los servicios básicos***	0 a 3	
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 3	
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 2	
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)	0 a 2	
Puntaje total		10	

\*\*\* Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios

**VALOR EXTRÍNSECO****USOS (SIMBOLISMO)****ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL RECURSO**

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
-------------------------------	---------	-------

Conservado

No alterado

Alterado

En proceso de deterioro

Deteriorado

**CAUSAS:****ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO DEL RECURSO**

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
-------------------------------	---------	-------

Conservado

No alterado

Alterado

En proceso de deterioro

Deteriorado

**CAUSAS:****ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)****EVALUACIÓN**

SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Importancia social del uso actual	0 a 7	
Importancia económica del uso actual	Importancia económica del uso actual	0 a 5	

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
<b>NOMBRE:</b> hipódromo		<b>DISTANCIA:</b> 100 m	
EVALUACIÓN			
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Integración con varios atractivos (3 o más)		5,5	
Integración con pocos atractivos (2 o menos)		2,5	
No está integrado a otro atractivo		2	
SIGNIFICADO			
<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>			
LOCAL	<input type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>
EVALUACIÓN			
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Internacional ***		12	
Nacional ***		7	
Provincial***		4	
Local***		2	
		Puntaje total	25
*** El puntaje es acumulativo de 2 a 25, se irá sumando de acuerdo al ámbito de difusión del atractivo			

## Anexo 03. Ficha de inventario de fincas

FICHA DE UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS			
<b>1.- DATOS GENERALES</b>			
ENCUESTADOR:			
SUPERVISOR EVALUADOR:			
NOMBRE DEL PROPIETARIO:		CEDULA:	TELEFONO:
NOMBRE DE LA UPA:		Canton :	DIRECCION:
<b>2.-IDENTIFICACION PREDIAL</b>			
<b>1.- SUPERFICIE DEL PREDIO</b>			
AREA TOTAL DEL TERRENO:			
AREA DE CONSTRUCCION:			
<b>2.-DELIMITACION Y DIMENSIONAMIENTO DEL PREDIO</b>			

FICHA DE UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS			
<b>3.- DESCRICION DEL TERRENO</b>			
<b>1.- TERRENO:</b>			
SECTOR HOMOGENEO:	CALIDAD DEL SUELO:	SUPERFICIE ha:	
<b>2.- USO DEL SUELO:</b>			
AGRICOLA <input checked="" type="checkbox"/>	GANADERO <input checked="" type="checkbox"/>	FORESTAL <input checked="" type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input checked="" type="checkbox"/>
MINERO <input checked="" type="checkbox"/>	BIOACUATICO <input checked="" type="checkbox"/>	AVICOLA <input checked="" type="checkbox"/>	PORCICOLA <input checked="" type="checkbox"/>
VIVIENDA <input checked="" type="checkbox"/>	RESERVA ECOLOGICA <input checked="" type="checkbox"/>	RECREACION TURISMO <input checked="" type="checkbox"/>	SALUD <input checked="" type="checkbox"/>
RELIGIOSO <input checked="" type="checkbox"/>	EDUCACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	COMERCIO <input checked="" type="checkbox"/>	AGROEXPORTACIONES <input checked="" type="checkbox"/>
<b>3.- TOPOGRAFIA:</b>			
PLANA <input checked="" type="checkbox"/>	PENDIENTE LEVE <input checked="" type="checkbox"/>	PENDIENTE MEDIA <input checked="" type="checkbox"/>	PENDIENTE FUERTE <input checked="" type="checkbox"/>
<b>4.- EROSION</b>			
LEVE <input checked="" type="checkbox"/>	MODERADA <input checked="" type="checkbox"/>	SEVERA <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>TIPO DE RIESGO</b>			
DESLAVES <input checked="" type="checkbox"/>	HUNDIMIENTOS <input checked="" type="checkbox"/>	VOLCANICO <input checked="" type="checkbox"/>	CONTAMINACIÓN <input checked="" type="checkbox"/>
INUNDACIONES <input checked="" type="checkbox"/>	VIENTOS <input checked="" type="checkbox"/>	NIGUNO <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>6.- FORMA PREDIO</b>			
REGULAR <input checked="" type="checkbox"/>	IRREGULAR <input checked="" type="checkbox"/>	MUY IRREGULAR <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>7.- DRENAJE</b>			
EXCESIVO <input checked="" type="checkbox"/>	MODERADO <input checked="" type="checkbox"/>	MAL DRENADO <input checked="" type="checkbox"/>	BIEN DRENADO <input checked="" type="checkbox"/>
<b>4.-INFRAESTRUCTURA / SERVICIOS</b>			
<b>1.- POBLACIONES MAS CERCANAS AL PREDIO</b>			
CAPITAL PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	CABECERA CANTONAL <input checked="" type="checkbox"/>	CABECERA PARROQUIA <input checked="" type="checkbox"/>	ASENTAMIENTOS URBAN <input checked="" type="checkbox"/>
<b>2.-VIAS</b>			
PRIMER ORDEN <input checked="" type="checkbox"/>	SEGUNDO ORDEN <input checked="" type="checkbox"/>	TERCER ORDEN <input checked="" type="checkbox"/>	FLUVIAL <input checked="" type="checkbox"/>
LINEA FERREA <input checked="" type="checkbox"/>	NO TIENE <input checked="" type="checkbox"/>		
<b>3.- RIEGO</b>			
PERMANENTE <input checked="" type="checkbox"/>	PARCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	OCASIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	NO TIENE <input checked="" type="checkbox"/>
<b>4.- SERVICIOS BASICOS</b>			
ELECTRICIDAD <input checked="" type="checkbox"/>	ABASTECIMIENTO DE AGUA <input checked="" type="checkbox"/>	ALCANTARILLADO <input checked="" type="checkbox"/>	TELEFONO <input checked="" type="checkbox"/>
TRANSPORTE PUBLICO <input checked="" type="checkbox"/>	NO TIENE <input checked="" type="checkbox"/>		



